

第一章 绪 论

第一节 金融公共关系学概述

金融公共关系学是以金融公共关系活动及其规律为研究对象的一门边缘交叉科学。它与传播学、新闻学的关系最为密切。金融公共关系学是近代、现代管理科学的重要发展成果。从早期的“工具人”、“经济人”、“社会人”模式的管理到“复杂人”的假设以及现代的科学管理理论，都推动了金融公共关系学的发展。反之，金融公共关系学的兴起和发展又进一步发展了人际关系的内容，扩大了人际关系的研究范围。金融公共关系学又是金融经营管理中最重要的一个艺术化环节，所以有人称它是现代金融管理科学。

金融公共关系学和传播学之间有着先天的血缘关系，传播学中的许多内容都与金融公共关系学直接有关。传播学研究信息交流的各种不同方式，研究传播者、传播符号、传播媒介、传播效果，这些研究既与金融公共关系学很密切，又促使了金融公共关系学理论的系统化。因为传播学与金融公共关系学有着密不可分的研究对象，所以国外有人将金融公共关系学纳入传播学的范围。

称金融公共关系学为边缘科学，因为它还综合了其他学科的知识。如社会心理学为公共关系工作提供了了解公众心理的常识，

预测公众心理趋向的理论和方法。市场学为公共关系工作提供了市场调查和市场预测的技术和方法。行为科学、新闻学等知识对于从事公共关系工作都是必不可少的。其它在金融公共关系学的应用中所涉及到的学科还有政治学、经济学、社会学、法学、哲学、伦理学等等。总之，金融公共关系学是一门综合性的边缘交叉学科，它是一门应用性很强的现代金融管理科学。

一、金融公共关系学研究的对象

任何一门学科，都有独立的研究领域。研究某一领域所特有的客观规律，就构成这一学科的研究对象，从而同其他学科，特别是同与它相邻近的学科区别开来。

金融公共关系学的研究对象是金融的公共关系活动及其规律。具体地说，金融公共关系学从金融与其公众之间的相互关系出发，综合运用社会科学的理论和方法，来研究公共关系要素——组织、公众、传播等，研究要素之间合理结合的形式和规律性，从而有效地开展金融公共关系活动。

第一，金融公共关系学首先要研究金融部门与公众之间的关系。金融部门及公众涉及十分广泛的领域，它包括政府机构、工商企业、社会团体、科技教育和千家万户。这些不同的社会组织及其相关组织与公众之间的关系是复杂的，但它们之间的关系是有其内在规律可循的。金融公共关系学就是要研究这些社会关系的状况及其活动规律。

第二，金融公共关系学是一门边缘交叉学科，它要研究金融公共关系与其他学科的区别。由于现代各种学科发展具有互相渗透、互相借鉴、相互结合的特点，所以它的研究内容有其“模糊”的不确定性，即相互交叉性。金融公共关系学作为边缘交叉学科，不仅运用现代管理科学和传播学的理论、方法和技术，而且还运用社会学、心理学、政治学、经济学、伦理学、市场学、

广告学等学科的理论和方法。因此，金融公共关系学综合了多学科的知识。但是，应该说明金融公共关系学不是这些学科的简单综合，不是知识的大杂烩，而是应用这些学科的理论，通过对金融部门及与金融有关公众之间相互关系的研究，从而确立了金融公共关系学的理论体系，总结了金融公共关系活动的规律，使其成为一门独立的现代管理科学。

第三，金融公共关系是一门管理艺术，金融公共关系学要研究它的应用性。金融公共关系涉及十分广泛的社会领域，因而它具有普遍性的应用价值。政府或政界的公共关系工作，是要实现其既定的政治目标，沟通政府与群众之间的关系。工商企业开展公共关系工作，通过推销产品、商品或提供服务等经营活动，既服务于社会又为其组织创造利润，实现其组织的经营目标。科技教育部门开展公共关系工作，是要扩大自身的影响，争取公众的理解与支持，以促进本组织的发展。金融公共关系学为促进金融事业的发展，充分发挥金融主导功能，起着积极作用。公共关系学研究公共关系工作的应用性，要为社会主义物质文明和精神文明建设服务。

第四，金融公共关系学要研究金融公共关系实务和应用技术。开展金融公共关系工作离不开一定的公共关系实务和公共关系技术，公共关系实务包括组织机构内部的公共关系和组织外部的公共关系。公共关系技术，是指新闻宣传、广告艺术、民意测验、接待谈判、举办新闻发布会、展览会等方面的技术。各种不同性质的社会组织都有自己的相关公众，开展公共关系工作，都应该根据需要采用不同的公关技术。这些内容也是金融公共关系学的研究领域。

二、金融公共关系的基本特征

金融公共关系学是最近几十年内，从美国开始发展起来的一

门新学科。金融公共关系学总结了西方现代经营管理的经验，在过去的几十年里，金融公共关系学的应用，改善了资本主义金融企业管理，促进了资本主义生产的发展。

金融公共关系学是在资本主义世界中产生和发展的。我国引进金融公共关系学，目的在于借鉴资本主义金融公共关系学中的某些经验和方法，但绝不能全盘照搬，而是要结合我国社会主义的实际，开展健康的社会主义金融公共关系工作。因此，要大力发展我国的金融公共关系事业，必须首先明确公共关系与“庸俗关系”的区别：

在现代社会中，客观上存在着错综复杂的社会关系，但是由于人们对作为现代经营管理的公共关系认识不清，常常把公共关系同“庸俗关系”混同起来。实际上，公共关系同“庸俗关系”有着本质的区别。

公共关系与“庸俗关系”产生的基础不同。公共关系是商品经济发展的产物。随着商品经济的发展，社会商品的极大丰富，卖方市场转为买方市场，市场竞争愈加激烈，企业要获得生存和发展，就要通过公共关系工作，争取市场，争取社会公众对企业的信任，以提高企业的形象和信誉。与此相反，“庸俗关系”则是在社会生产力水平低，商品经济不发达，物资供应不丰富，服务条件不充分的情况下，某些人利用“拉关系”、“走后门”等庸俗的做法，以达到在正常情况下达不到，也不可能达到的以权换钱和以钱买权的私利。“庸俗关系”是以人情、礼物作为筹码来达到交换的目的。“庸俗关系”的实质，是从个人或小集体的私利出发，不顾社会利益，不顾社会法纪，因而，它起到了腐蚀剂的作用，起到了污染社会环境，败坏社会风气的作用，降低了社会的文明程度，对社会的进步和发展起到了阻碍作用。

与此相反，公共关系学主张依靠以诚相待的态度，实事求是的作风，通过大众媒介来达到组织与公众的双向交流，为组织获

得一个完善和充满信任的生存和发展的环境。由于公共关系的目的是追求自身效益和社会整体利益的一致，因而它有助于形成健康的人际关系，也有助于提高社会的文明程度，对社会的进步和发展产生积极的促进作用。这就是公共关系与“庸俗关系”的区别。

金融公共关系学的基本特征有以下几点：

（一）金融公共关系是一定的金融组织和与它相关的社会公众之间的相互关系

人们在社会生活中会遇到许多不同的社会关系，这些社会关系一般是根据关系双方的特定结构来定名的，如父子关系、夫妻关系、同乡关系、同事关系等等。社会学专门研究“人际关系”，它是专门研究人与人之间相互关系的科学。

金融公共关系则有不同的结构。金融公共关系不同于人际关系，它的主体是社会的金融组织机构，如人民银行总行、各专业银行总行和各自的各级分支机构。它的客体是与该组织相关的社会公众。例如银行与它所辖的内部员工、外部的社会公众、组织机构，形成一定的关系。这些关系又制约着组织机构的活动成为该组织机构生存和发展的人事环境、社会气候。因此，金融公共关系实际上是指一个金融机构赖以生存、发展的社会环境。组织机构的生存和发展有赖于良好的社会人事环境，而良好的社会人事环境，要靠公共关系工作去争取。

金融公共关系强调组织与公众的联系，它与人际关系有着重要区别：人际关系以单个的人为出发点，研究人与人之间的关系。而金融公共关系则以一定的组织为出发点，研究组织与其相关公众之间的关系，这是金融公共关系的第一个基本特征。

（二）金融公共关系的目标是为金融部门树立良好的形象

金融公共关系活动的目标是追求良好的社会环境。这种良好的社会环境体现在金融部门在社会上享有美好的声誉，在公众中留下良好的形象。金融公共关系工作是一种为金融部门塑造形象

的艺术，它强调和谐的人际关系，融洽友好的社会气氛，它利用社会舆论以赢得社会公众的理解、信任、好感和合作。这就是古人讲的“人和”、“和气生财”，金融公共关系就是要追求“人和”的社会环境，为金融部门的生存、发展创造良好的条件。

金融公共关系与一般的人际关系在目标上有所不同。人际关系的目标是个人结良缘、交朋友，它属于社会学的范畴。而金融公共关系则是为金融机构结良缘、交朋友，树立良好的金融形象，它属于管理学的范畴。这是金融公共关系的第二个基本特征。

（三）金融公共关系的基本原则是真诚合作，互利互惠，着眼于眼前，立足于长远

金融公共关系和人际关系的区别在于，人际关系一般是以血缘、地域为基础的。而金融公共关系则以一定的利益关系为基础，组织机构的发展与该组织的公众有着一定的利益关系，这种利益关系应该是平等、互利互惠的。在根本利益一致的前提下促进金融部门与社会各界之间的横向联系，保证金融与社会的共同发展。

社会主义的金融公共关系，首先是在根本利益一致的前提下互相信赖、互相协作、互相支援的关系。社会主义不排斥竞争，它的竞争是为了相互促进，相互学习，而不是相互拆台。它不同于资本主义的竞争，资本主义的竞争表现了对抗性的资金垄断，从本质上讲，他们的根本利益是对立的，是难以协调的。资本主义的竞争往往是明争暗斗、尔虞我诈、弱肉强食，资本主义金融公共关系正是从这个前提出发，它与社会主义的金融公共关系是有原则区别的。

社会主义金融公共关系不但强调“和自己的公众对象一同发展”，而且还强调立足于长远利益。塑造良好的金融机构形象，应该说是日积月累的大工程，需要长期不懈的努力，既要着眼于眼前，从点滴入手，又要有长远的打算，有时为了某种带有根本性的长远利益还要舍得付出点眼前的代价。

（四）社会主义金融公共关系的基本方法是双向沟通，内外结合

金融公共关系工作运用的方法、技术和手段很多，但最基本的方法是传播活动，而这种传播是金融部门与公众之间的双向沟通。一方面，是宣传金融的方针、政策，使公众认识了解自己，另一方面，通过信息的反馈了解舆情民意，不断调整金融的方针、政策，不断地完善和修正自己，有效地达成双向的意见沟通。这是金融公共关系不同于广告、新闻之处。

广告和新闻在于推销和宣传，而金融公共关系是内外结合，一方面对外宣传，同时要从内部做起，只有不断根据公众的意见、要求和需要去设计自身形象，使自己的决策、方针、政策更加符合公众的利益，才能打下良好公共关系的基础，才能真正做到双向沟通，内外结合，这是社会主义金融公共关系的第四个基本特征。

三、公共关系学的兴起与发展

（一）公共关系职业的产生

公共关系开始在政界的运用是在美国的立宪和总统选举运动中。1888年，美国总统竞选时，利用公共关系进行“形象竞争”当时美国社会公众对托拉斯极为反感而竞选人都力图把自己扮成公众利益的发言人，以捞取选票。1896年布顿安和塔夫脱在竞选时发表的演说都达到400篇以上。而富兰克林和罗斯福竞选时，与选民握手就达数万次之多。

公共关系作为一种职业，首先是在美国产生的。19世纪的后半世纪，美国经济开始由自由竞争走向垄断竞争，到19世纪末和20世纪初，垄断资本家已掌握了全美国3/5以上的经济命脉。相继出现了“石油大王”、“钢铁大王”这些大亨们使用了欺骗、收买等巧取豪夺的手段垄断了经济，也与广大民众产生了极为深刻的矛盾。

这些被冠以“强盗大王”的大亨们，他们对内根本无视员工的利益，在管理上把上层决策视为机密，绝对不让员工们过问，对外又不善于处理与公众的关系。他们不懂得争取社会舆论的重要，更视新闻界为异己。20世纪30年代，美国的大众媒介已经在社会上有了很大影响，新闻本可以为工商业的发展起到促进作用，但由于垄断资本家把自己的企业封闭起来，不让新闻界过问，所以新闻界与企业产生了矛盾。由于公众的愤慨和正直之士的谴责，在新闻界的支持下，20世纪初美国形成了近代史上著名的“扒粪运动”。企业家企图把自己的企业建成一个独立封闭起来的象牙塔，而在扒粪揭丑运动的冲击下，象牙塔摇摇欲坠了。

当时有一家生产炸药的化学工业公司——杜邦公司，由于经常发生爆炸事件，被公众称为“杜邦——杀人公司”。杜邦为了改变自己的处境，在报界朋友的帮助下实行了“门户开放”即爆炸事件发生后，不但客观说明情况，还在平时注意宣传自己。此时，企业界开始认识到舆论的重要性，不少企业开始聘用“新闻代理人”。从此，企业与外界的隔绝消除了，“象牙塔”变成了“玻璃屋”，企业的透明度增强了。

艾维李曾担任过《纽约时报》等几家报纸的记者。1903年，他利用企业聘用“新闻代理人”的时机，开办了第一家宣传顾问事务所，成为向客户提供劳务而收费的第一个职业性的公共关系机构。公共关系职业由艾维李创办事务所开始，所以后人称艾维李为公共关系之父。1905年艾维李向新闻界发表了具有里程碑性质的宣言，阐明了他的公共关系事务所的宗旨：我们的计划，是代表企业单位及公众组织，对与公众有影响且为公众乐闻的课题，向报界和公众提供迅速而准确的消息。这是企业管理的“门户开放原则”。艾维李认为“公众必须被告知”。由于他的思想影响，美国的电话电报公司，洛克菲勒集团等先后聘请了他。在他的影响下，美国的电话电报公司于1908年在内部成立了公共关

系部,专门从事公共关系工作。

1924年,《芝加哥论坛报》发表社论,评说公共关系,承认公共关系已成为一种专门职业。1937年美国《商业周刊》发表第一篇公共关系行业报告,估计美国当时有公关人员5000名,有职业性公共关系公司250家。进入80年代,美国公共关系从业人员超过12万人。

在美国的影响下,本世纪20年代到30年代,欧洲各国、加拿大、日本和东南亚一些国家的公共关系工作相继开展,公共关系协会相继成立,公共关系作为一种专门职业得到了世界的公认。

(二) 公共关系学的建立

随着公共关系职业的兴起,公共关系学这门新学科也随之产生。1924年,美国《芝加哥论坛报》发表社论强调,公共关系已经成为一种专门职业,一种管理艺术和一门学科,号召社会各界重视公共关系。

社会需要推动科学和教育的发展。在教育界,纽约大学最早于1923年开设公共关系课程,由伯纳斯先生主讲。在此前后,有关公共关系的论著开始不断问世。从纽约大学开设公共关系课后,美国先后有三百多所大学开设了公共关系课程。开公共关系课的大学主要是传播学院,也有工商管理学院、行政管理学院、经济学院、政治学院,甚至有文学院和理工学院。公共关系受到了科研机构和教育机构的重视,随之出版界出版了大量公共关系学专著。

公共关系学作为一门综合性的社会科学,其形成和发展与这个世纪以来管理学、传播学、社会心理学、市场学等学科的发展有密切的联系。

首先,公共关系学是近代管理科学的重要发展成果。管理是以组织和人为对象的,早期的管理理论,以泰罗制为代表,将人

视作特定的生产机器，对工人的技术操作进行精密的时间分析和动作分解，以工人技术操作的标准化、科学化和程序化来提高工作效率，是一种建立在“机械人”模式上的技术管理。

现代的管理理论早已超过了这个阶段。本世纪20年代到40年代，管理科学中“人群关系论”和“行为科学”的产生和发展，标志着管理理论不再单纯地将人看作是生产力，开始从生产关系的角度来考虑管理，开始重视人的社会性一面，重视企业中人和人的关系对于企业运转效率的影响和制约作用。行为科学很重视研究人们物质和精神上不同层次的社会需要与人们的社会行为之间的紧密联系，认为人与人的社会关系是由他们的社会需要、社会动机和社会行为决定的，而企业中人和人的关系如何，对劳动生产率又有决定的作用。因此，管理活动的重点应该是创造工作场所中人与人之间的和谐关系，形成良好的企业人事关系环境，来发挥和调动人的内在动力。这是建立在“社会人”模式上的“人性管理”，是一种难以用数字计量的管理技术。

从单纯的技术管理，到强调人际关系的“人性管理”，反映了现代管理从技术化向艺术化发展的趋势。从“机器人”到重视人际关系的“人性管理”，应该说它既是现代管理科学的发展，又是为公共关系学在奠基。

公共关系学的出现和兴起，进一步将现代管理学强调企业内部人际关系的融洽协调，发展到企业外部，追求企业外部人际关系与内部人际关系的和谐统一，将企业的外部营运与内部管理紧密地结合在一起，进一步拓宽了管理科学的眼界，也使公共关系学的内容进一步趋于完善和系统。

其次，公共关系学的兴起与发展，是与传播学特别是大众传播分不开的。

传播学作为一门系统理论，是在本世纪末迅速发展起来的。它专门研究人与人之间信息交流的基本现象和规律，从传播行为

的角度集各种人际关系之大成，为公共关系学提供了完善的理论基础。

公共关系与大众传播之间具有先天的血缘关系。各种大众传播技术的发展和完善，是公共关系得以广泛开展的重要原因。虽然，公共关系的理论与实践，不是由于大众传播事业与理论发展到相当程度的时候才产生的。不过，只有在大众传播工具普遍地发展起来，以及大众传播的技巧和内容普遍为社会大众所注意的时候，公共关系才获得了与公众沟通最有效的途径，公共关系才较为普遍地为大众所接受。因此，大众传播的理论和业务，对于公共关系具有特别重要的意义。

公共关系学还综合了其它学科的知识。不少的学者专家通过系统的研究，写出了供教学需要的教科书和专著。1952年伯纳斯写了《公共关系学》教科书，他提出“公共关系要注意公众利益和爱好，讨公众喜欢等原则”。伯纳斯所编教科书对公共关系学的原理和方法的阐述已经形成了一个较完整的体系，为公共关系学的发展作出了重大贡献，对后人影响很大。同在50年代，记者出身的柯特利普和森特所著《有效的公共关系》至今仍被奉为世界上最好的公共关系教科书。书中明确提出“公共关系是信息的双向沟通过程，是塑造形象的艺术”。这些都已成为今天人们讨论公共关系时经常引用的经典性论断。

公共关系是80年代初传入我国的。我国的经济体制改革给我国经济注入了活力。对外开放、对内搞活的国策，促进了我国经济的发展，引进资金引进技术，也“引进”了公共关系。公共关系自1981年进入我国的深圳经济特区，但真正起步发展则始于1984年。1985年为适应深圳特区改革开放的发展需要，深圳大学开设了国内第一个公共关系专业。1986年末先后出版了《公共关系学》、《公共关系学概论》等专著，从此，公共关系从东南沿海各省，从特区逐步向我国内地发展。

第二节 金融部门开展公共 关系工作的必要性

公共关系作为一门现代管理科学，正在稳步地进入我国的经济生活和政治生活。现代的公共关系之所以能伴随着对外开放、对内搞活的浪潮发展，绝非偶然。这是商品经济高度发展的必然，是经济体制改革的需要，是发展经济、革新技术的需要，是提高信誉参与竞争的需要。

一、经济、金融体制改革的需要

我国十年的经济体制改革，主要是为了提高经济效益和增强企业的活力。企业是否具有活力，这是经济发展的关键。要增强企业的活力，就要处理好两个关系，调动两个积极性：一是处理好国家和全民所有制企业之间的关系，充分调动全体劳动者的积极性，真正贯彻按劳分配的原则，把职工的劳动与物质利益紧密联系起来。

另一个是处理好职工同企业之间的关系，保障劳动者在企业中的主人翁地位，建立健全职工代表大会和各项民主管理制度，充分发挥工会组织和职工代表大会的作用。

正确处理国家和全民所有制企业（包括金融企业）之间的关系，就要使企业、银行等真正成为相对独立的经济实体，成为自主经营、自负盈亏的社会主义的商品生产者和经营者，具有自我完善、自我更新的能力，成为具有一定权利和义务的法人。

为达此目的，国家通过计划和经济的，行政和法律的手段对企业进行必要的宏观管理、检查、监督、指导和调节。企业在服

从国家计划和管理的前提下，有权选择经营方式，安排产、供、销等活动。

各专业银行的独立经营，企业、银行都成为独立的经济实体，需要独立处理人、财、物、产、供、销等各方面的关系，这就产生了开发公共关系事业的必要性。

社会主义现代化大生产需要协作，需要联合；协作、联合乃至竞争都离不开社会主义的公共关系。也只有搞好公共关系工作，才能有益于联合、协作和竞争。

二、发展经济、革新技术的需要

由于经济体制的改革，国民收入的初次分配发生了变化，通过银行集中、分配的资金有了较大的增长，银行在经济建设中承担的任务加重了，银行在分配、调节和监督方面的作用更大了。所以中央领导要求银行应当成为发展经济、革新技术的杠杆，要扩大银行的活动领域，扩大银行经营的自主权，要银行在发展经济中发挥更大的作用。

为了适应新形势，把金融工作提高到一个新水平，就必须利用银行这个国民经济的综合部门，通过货币、资金的运动反映商品、物资运动，反映国民经济各部门、各企业的经济活动。银行应该充分利用存款、放款、结算业务能反映整个国民经济活动的条件，加强对经济工作的调查研究，预测经济的发展变化，及时向决策部门反映外界的信息，及时地提供咨询、建议，让领导机关制定出能够促进经济发展的方针、政策；再及时向外界传递决策者的信息和意图。这就是公共关系部门的决策参谋部作用，完成这些任务，正是公共关系工作的专长。

社会主义发展经济的目的，就是为了最大限度地满足广大人民群众不断增长的物质和文化生活的需要。目前，这种需要还只能通过市场来实现。只有将计划经济与市场调节结合起来，才能

促进经济的发展。计划经济要建立在市场需要的基础上，按市场需要定计划，按市场变化调整计划，把市场需要和市场预测做为经济发展的出发点，而这种市场需要和市场预测正是金融公共关系工作的一部分，是金融公共关系的一项日常工作。

发展经济活跃市场，实现购销两旺，就要采用销售促进策略。这种策略的实现，主要借助于广告、人员推销和售后技术服务三个方面，这三个方面都离不开公共关系工作。而银行要贯彻“区别对待、择优扶植”和“以销定贷”的原则，银行要发挥分配、调节和监督的作用，也离不开调查研究，离不开环境监测和民意测验，离不开公共关系工作，所以我们说开发社会主义的金融公共关系是经济发展的需要。

为了发展经济，借用国外的先进技术，积极扩大对外经济技术交流。这是我国对外开放政策的重要内容。引进适合我国需要的先进技术，这对我国的技术革新，对提高我国的技术水平，缩短同发达国家的距离，是很有利的。我们不但要把技术引进来，还要把新的产品打出去。引进来，打出去。这都需要运用公共关系调查的专门技术，详细地调查国际市场、政治环境、经济环境等，调查外贸对象国的政治、政策、政党、人口、生活方式、国民收入、职业特点、国民爱好等等，并进行过细的研究。只有经过长期不断的公共关系工作，才能最终达到占有国际市场的目的。

对外开放、对内搞活是我们的两项基本国策，不开发社会主义的公共关系，开放、搞活就是一句空话，所以我们说金融部门开展公共关系工作，是发展经济、革新技术的需要。

三、提高信誉参与竞争的需要

银行作为国民经济的信贷、现金、结算中心，肩负着筹集、分配资金和调节货币流通的重任。金融部门要发挥对国民经济的

组织、调节、促进和监督的职能，就必须首先珍视信誉，重视自身的形象。

金融部门管理货币发行，调节货币流通，应当采取什么样的货币政策，只有通过民意测验和货币流通量的调查，才能给决策部门提供可靠的信息，才能制订出切合实际的货币政策。例如1988年市场上货币偏多，1989年采取了紧缩银根的政策，很快止住了物价上涨风，群众满意，银行的信誉有了提高。

各专业银行在国民经济发展中参与竞争，就要提高筹集和运用资金的水平。筹集和运用资金的水平，同样以调查研究为前提。如经济体制改革后，财政渠道分配的钱少了，企业留的多了，职工收入有了增加，他们在银行的存款迅速增长。今后银行存款是否还能以这个速度增长，这就要考虑近期政策有没有变化。如财政部要适当集中财力，发行建设债券，发行多少？对银行存款影响有多大。这些信息没有大量的公共关系工作是难以获得的。银行的贷款，给重工业多少，给轻工业多少，资金给谁家使用才最有效？这些问题必须在掌握宏观和微观经济信息后，在认真分析的基础上才能作出正确的决策。

通过金融体制改革，银行承担了更重的担子，但银行发挥的作用如何？这要看银行的自身形象。如果银行在公共关系工作中珍视信誉，重视自身形象，银行职工公共关系意识好，银行就能筹集更多的资金，发挥更大的作用，就能在竞争中立于不败之地。

第三节 金融公共关系的主要内容、 工作流程、地位和作用

金融公共关系工作是金融公共关系工作者为贯彻落实金融管理的公共关系思想，运用专业技能而开展的职业活动，金融公共关系是金融管理必不可少的一项工作。这是由金融公共关系工作的内容、性质决定的。

一、金融公共关系工作的主要内容

金融公共关系的任务主要是在开放型、网络型、竞争型的社会主义经济体系里，处理好金融部门面临的上下左右、四面八方的社会关系，为金融业的发展创造一个良好的社会关系环境。因此，金融公共关系工作的内容可以说是五花八门、十分庞杂的。但其主要内容不外乎以下几个方面：

（一）树立金融形象。按照金融行业的公共关系思想，帮助金融部门建立起良好的内部和外部形象，通过发布新闻稿，制作新闻记录片、录相片等多种手段向外界宣传并保持金融部门的良好形象。

（二）建立信息网络。设计并制定金融内部的信息流通模式，加强领导层同职工的联系，真正使每一个职工在各自的岗位上，以主人翁的姿态进行工作，人人关注经营、管理，真正做到领导和职工息息相通、心心相印，从而提高金融经营管理的效率。运用新闻传播理论和大众传播工具，建立金融部门同社会之间的信息传播网络，使银行与社会互相沟通。

（三）处理公众关系。在双向信息流通的基础上，开展正规

的社会交往活动，处理好金融部门内外的各种公众关系，如工人关系、干部关系、客户关系、企事业关系、社区关系、政府关系、新闻界关系等等。特别要处理好同金融部门利害攸关的公众关系，处理好金融部门的经济效益同公众利益、社会整体效益的关系。

（四）监测社会环境。金融部门是社会的有机组成部分，它的每一项活动及其发展都受到社会环境的制约和影响。金融公共关系必须不断地监测社会环境的变化，其中包括政策、法令的变化；社会舆论的变化；公众的变化；自然环境的变化；市场的变化等等。只有这样，金融部门才能适应随时变化的社会环境。

（五）分析发展趋势。金融公共关系根据对政策法规、社会民意、市场变化等重要外界因素的监测和分析，向领导预报有重大影响的近期或远期发展趋势；预测金融部门的重大行动计划可能遇到的社会反应，以便未雨绸缪，防患于未然。

以上这些工作都是金融公共关系工作者的专门性工作。完成这些工作需要专门的知识、专门的技能、专门的手段、专门的训练。

二、金融公共关系的工作流程

金融公共关系的工作流程大体是这样的：

第一阶段，金融公共关系工作者运用公共关系调研的各种专业技能，对内外公众、新闻媒介、政府部门作定量与定性的调研、分析，就所关注的社会环境、社会舆论和发展趋势等向金融领导提出报告和建议。

第二阶段，金融领导者在金融公共关系专业工作者的咨询和参谋下作出决策，因地制宜、因时制宜、因人制宜地制定出金融公共关系目标和金融公共关系计划。

第三阶段，金融公共关系协调内部各部门运用公共关系的各种专门技能和手段，开展实事求是、丰富多彩的金融公共关系活