

第一章 绪论

宣传是人们传播思想、观念和 information 以影响对方的一种行为。人们在生产、生活和发展中，都少不了要交流思想，要说服、鼓动和争取对方接受某种意见、实现某种任务，达到某种目的。这种有目的、有计划、有组织的说服鼓动行为，就是宣传活动。这种活动并不是社会主义国家所特有的现象，任何时代、任何国家、任何政党、任何集团都离不开这种活动。但是，由于所处的时代不同、阶级利益不同，政党的主张不同，集团的目标不同，它们的宣传总是有不同的内容，不同的理论基础，就是方式方法也不尽相同。

我们这里所研究的，是社会主义金融宣传学（以下简称“金融宣传学”）。这是一门理论性、实践性和政策性很强的科学，是一门融贯若干社会科学知识的综合性的应用科学。作为一门独立的科学，金融宣传学既有自己独立的、特殊的研究对象，又有自身完整的、系统的理论体系。

金融宣传学是以我国社会主义金融业的宣传工作为对象，以马克思主义宣传理论为指导，以党在社会主义初级阶段的基本路线为依据，以推动社会主义金融事业为重心，科学地系统地论述社会主义金融宣传工作的理论、方针、政策、原则、方法、手段和一般规律的科学。

第一节 金融宣传学的研究对象

研究任何一门科学，都必须首先弄清它的特定对象。毛泽东

同志指出：“科学研究的区分，就是根据科学对象所具有的特殊的矛盾性。因此，对于某一种现象的领域所特有的某一种矛盾的研究就构成某一门科学的对象”（《毛泽东选集》第1卷，第284页）毛泽东同志的这一论断是我们研究金融宣传学的指针。

金融宣传学是研究社会主义初级阶段社会主义市场经济条件下金融宣传工作理论和工作规律的实践应用科学。

一、金融宣传学是研究宣传的科学

宣传古已有之。希腊、罗马、中国和印度的古代哲人均有关于宣传的论述。《辞源》解释宣传在我国古代有两种含义：一是指传达宣传。《三国志·蜀书·彭漾传》：“先帝亦以为奇，数命漾宣传军事，指授诸将，奉使称意，识遇日加。”二是指互相传布。《魏略·李孚传》：“今城中强弱相凌，心皆不定，以为宜令新降为内所识信者宣传明教。”这些都只是宣传一词在汉语字面意义的解释。

Propaganda（宣传）一词在西方国家本为“传道”“传教”的意思，源于1622年教皇格列高里十五（Pope Gregory XV）宣布设立的“信仰宣播会”。在这次红衣主教会议上，格列高里十五决定派遣传教士前往世界各地，向全世界人民宣传天主教义，希望能由一人之宣传，而获得数千人皈依天主教之结果。美国传统的《英语词典》也解释 Propaganda 是“一种特定教义的传播。”

真正现代意义上的“宣传”，大约始于第一次世界大战。1914年，英国外交部秘密成立“战时宣传局”。1918年又成立对敌宣传组织“克尔之家”，坎珀乐·斯特阿特卿为代委员长；同年2月，外交部情报局升格为宣传部，比弗布鲁克卿出任宣传部长。斯特阿特卿在《克尔之家的秘密》（1918）一书中给宣传下了一个著名的定义：“所谓宣传，就是为向别人施加影响而陈述事物。”这时，由于战争的需要部分宣传家主张可以搞虚假、欺骗，如美国的宣传学者拉斯韦尔在《世界大战中的宣传技巧》（1927）一书中就直

言不讳地说：“宣传就是以描述、谣言、报道、图片和其他种种社会传播形式来控制意见。”在战时，宣传机构为了迷惑敌人，忽而以假乱真，忽而似真似假，虚实相杂，真假莫辨。因此，Propaganda 也就随之含有“虚假”、“欺骗”的坏语感了。在战争结束以后，对于已经失去信任的宣传，宣传家们觉得有重新塑形象的责任，结果他们找到表达同样意思的新词 PUBLICITY（公开、公布、宣扬、宣传）代替了原先的旧词。

依据宣传学的研究对象和研究体系，参考宣传学的发展历史，我们把宣传的内涵确定为：“宣传是指个人或社会集团借助符号（非语言信息符号或语言信息符号），有意识地向他人或公众宣扬、传递自己的思想、理论、主张、愿望及其相关的客观事实，以求左右他人的信仰、态度或行为，使他人或公众的思想、行为朝着自己预期目标运动的有系统的社会活动。”因此，宣传具有以下特征：第一，宣传是思想、意识形态领域的活动，它传播的是理论、学说、观念、主张等；第二，宣传是有目的的活动，宣传的终结是要对宣传者的思想行为施加某种可控性影响；第三，宣传是一种说服和影响人们思想认识的活动，只能通过非强制性手段使受传者接受某种思想和观念；第四，宣传是通过媒介传播信息的过程。在传播过程中，宣传者与受传者主体因素与客体因素之间都是交替作用，相互影响的，因而会感受别人对自己的影响，一方面用规范和原则去要求别人，另一方面自己也受到这些规范和原则的左右。可见，宣传的过程就是一个相互影响、相互制约的过程。

宣传普遍存在于人类社会各个发展时期，渗透在社会生活的各个领域。特别是阶级、国家的出现，宣传就逐步成为人们实现自己的主张和理论所自觉运用的重要手段。现代宣传的内容十分广泛，包括政治宣传、宗教宣传、商业宣传、心理宣传等等；而宣传使用的手段也不胜枚举，如文字手段（书报杂志、传单、招

贴、广告、街头标语等），视听手段（电视、广播、电影、戏剧、展览等）以及组织手段。在当今世界，各国政府、政党、社会团体乃至大中型工商企业几乎都设有自己的宣传机构，投入了众多的人力、花费了巨额经费。据统计，仅世界各国全国性和国际性的宣传运动，每年耗资均在 10 亿美元以上。宣传技巧和谋略也在不断发展。

金融宣传学作为研究金融宣传理论和宣传规律的科学，虽然要从多方面涉及包括金融思想政治工作和精神文明建设等的理论与实践在内的重要工作，但其研究的着眼点仍在金融宣传工作上。金融宣传学作为研究宣传的科学，必然要依据宣传的一般规律和原则，尤其是依据现代宣传的基本理论，运用现代宣传的有效手段、技巧和谋略，以实现金融宣传工作的目的。

二、金融宣传学是研究社会主义宣传工作的科学

在我国现阶段，金融宣传学属于社会主义宣传的范畴。社会主义宣传作为人类社会宣传活动迄今为止发展的顶峰，有三条最显著的特征：第一，社会主义宣传建立在生产资料公有制为主体和社会主义政治制度上，是维护社会主义经济制度和政治制度的重要手段，其根本任务是促进社会生产力的发展，以满足人民群众日益增长的物质和文化的需要。第二，社会主义宣传是党和人民的事业，一切从人民的利益出发，全心全意为人民服务是社会主义宣传的唯一宗旨，它的出发点和归宿都是为了提高人民的政治思想觉悟，反映人民的思想、感情、愿望和理想，丰富和陶冶人民的文化素质和精神境界。第三，社会主义宣传以辩证唯物主义和历史唯物主义世界观作指导，客观地、正确地反映社会生活，科学地揭示事物发展的规律，讲真理，讲真话，鲜明地体现无产阶级的意志，为最广大的人民群众服务。

金融宣传学作为研究社会主义宣传的科学，必然要遵循社会主义宣传工作的实事求是的原则、党性原则和民主原则；必须坚

持宣传的社会主义方向，使金融宣传工作真正成为社会主义宣传的重要方面军。

三、金融宣传工作是研究社会主义初级阶段金融宣传工作的科学

社会主义初级阶段是我国社会主义必然要经历的特定历史阶段。在这一特定历史阶段，宣传工作不可避免地要面临如下问题：第一，由于我国从半殖民地半封建社会脱胎而来进入社会主义初级阶段，其生产力极不发达，经济发展又极不平衡。因此，发展社会主义生产力成为这一时期压倒一切的中心任务，急需宣传工作的重心向以经济建设为中心，为经济建设服务上实现战略性转变；第二，在传统的计划经济、产品经济向社会主义市场经济历史性巨变中，改革开放已成为这一历史阶段的显著特征，因此，急需宣传工作在其原则、方针和内容，形式以及方式方法等方面有一个大的调整。

金融宣传学作为研究社会主义初级阶段金融宣传工作的科学，虽然要考察、研究我国各个历史时期金融宣传工作的历史和经验，但其立足点必须是社会主义初级阶段金融宣传工作。正因为如此，金融宣传学必须要依据党在社会主义初级阶段的基本路线和一系列方针政策。离开了党的这条基本路线，离开了经济建设这个中心，就没有金融宣传学。也正因为如此，金融宣传工作必然要紧紧围绕和服务经济建设来开展研究，突出宣传经济建设，加大改革开放的宣传力度，为贯彻党的基本路线鸣锣开道，为改革开放提供科学的理论指导，创造更良好的舆论环境。

四、金融宣传学是研究社会主义初级阶段市场经济条件下金融宣传工作的科学

宣传工作是一项规模宏大的系统工程。金融宣传工作是这项系统工程的基础工程之一。金融宣传工作既要遵循宣传工作和社会主义宣传工作的普遍规律，又有自身的特点：首先，金融宣传

工作是以国民经济建设中占有特殊重要地位的金融行业为载体，直接参与发展社会生产力和进行经济建设进程，促进国民经济各项建设任务的完成，实现社会主义现代化建设时期的社会经济发 展的战略目标在金融宣传工作中显得更直接、更具体，也更为重要。因此，金融宣传工作以经济建设为中心，以经济宣传为重点显得尤为突出。其次，金融宣传工作处于改革开放的前沿阵地。发展社会主义市场经济和改革开放要求金融宣传工作有一个大的转变。在金融宣传的内容上，要坚定不移地贯彻以业务经营宣传为重点，以经济效益和资金安全宣传为重点，以业务经营第一线宣传鼓励为重点。在金融宣传的途径上，要在继承和发扬党的宣传工作的优良传统的基础上，积极探索新方法，勇于开拓新路子，变金融党组织自上而下单渠道的宣传体系为党政工团和各业务职能部门齐抓共管、多渠道的“全方位”的宣传和反馈体系；变单纯依靠少数专职宣传干部和骨干照抄照搬的宣传模式为全体员工互相交流、领导与职工群众直接对话、依靠骨干和发动群众相结合的“全员型”宣传途径，变平面铺开，块块封闭，纵横左右闭塞的宣传为条块结合，纵横交叉、层次连结、网络渗透的“立体型”的宣传渠道。总之，金融宣传工作必须要充分体现时代的主旋律，必须以改革开放为主要内容，同时，必须实现金融宣传工作自身的改革，才能更好的为社会经济发展服务。

综上所述，金融宣传工作的特点决定了其在整个宣传工作中的独特地位，并由此决定了金融宣传工作作为一门独立学科的特殊本质。值得一提的是，多年来，我们虽然在宏观上重视宣传工作，却在微观上对部门和行业宣传工作缺乏应有的注意，尤其是对具有特殊规律的金融宣传工作重视不够，即使有零星的政策和规定，也做了一些具体工作，但更多是从应用的角度，短期行为普遍，没有从金融宣传的整体上实现科学的规划，更没有形成一套完整的理论体系。近年来，随着改革的深入发展，金融宣传工

作面临的问题越来越突出。金融宣传学作为系统研究金融宣传工作的一般规律的科学，正是为了系统地解决金融宣传工作面临的这些问题。

第二节 金融宣传学的基本概念

金融宣传学作为一门独立的科学，应该有它的基本概念体系，这个概念体系能反映金融宣传学的本质属性，使之与其它科学相区别。金融宣传学的概念体系大致可以归纳为以下五个方面的基本概念：

一、宣传体系

宣传体系是与宣传理论和实践有关的所有概念中最基本的概念，它是指一个国家在宣传中所依据的理论基础，指导思想以及宣传活动中的组织原则、运行机制、检测标准等这样一个完整的体系。宣传体系是受这个国家统治阶级的意识形态所制约的，是服从于、服务于该国统治阶级的政治、经济利益的。

我国是社会主义国家，其宣传体系与资本主义宣传体系有本质区别。其区别突出地表现在目的、任务和活动方式以及对宣传对象的态度上。首先，社会主义宣传是建立在社会主义制度基础上的，是社会主义的经济制度和政治制度的反映，是为社会主义和人民大众服务的，其目的在于引导人民大众实现自己的利益。在社会主义国家里，人民是国家的主人，也是宣传事业的主体，一切从人民利益出发，全心全意为人民服务是社会主义宣传的唯一宗旨。它的根本任务是反映人民的思想、感情和愿望，不断提高人们的思想觉悟和科学文化素质，充分发挥广大人民群众的社会主义事业中的积极性和创业精神，推动社会生产力和国民经济的发展，以不断满足人民日益增长的物质文化生活的需要。社会主义宣传必须坚定地贯彻工人阶级政党的路线、方针和政策。邓小

平同志建设有中国特色社会主义理论，是马克思列宁主义基本原理与当代中国实际和时代特征相结合的产物，是毛泽东思想的继承和发展，是我们改革开放和社会主义现代化建设事业的伟大旗帜，是中华民族振兴的强大精神支柱。当前，我们的宣传工作的根本任务，就是要以宣传党在社会主义初级阶段的基本路线为主线，以邓小平同志建设有中国特色社会主义理论为根本指针，认真落实用这一理论武装全党的任务，引导全国人民加快和深化改革，大力发展社会主义市场经济，逐步走向共同富裕的道路。我们的宣传主要靠说服而不是压服，因为宣传者与受传者的利益和目标在根本上是一致的，因而，他们之间是一种同志式的平等关系。

所谓社会主义宣传体系和资本主义宣传体系，是按照不同的阶级本质这个根本标准来划分的，但在现实政治生活中，情况十分复杂，不能简单地用这两种宣传体系机械地去框套当今世界上的一切宣传活动的性质，而应该按照马克思主义辩证唯物主义的观点，一切从实际出发，事实求是，具体情况具体分析。所有这些，都是我们鉴别宣传体系的性质时应该加以注意的。

二、宣传原理

宣传原理与其它社会科学原理一样，同属思想意识形态领域，都是一定阶级、集团的理论、学说、主张和观念。所不同之处主要在于宣传是有计划有目的的活动；宣传的终结是要对受传者的思想行为施加某种可控制的影响；宣传是阶级、政党、集团或个人实现自己的主张和理想的重要手段。社会主义金融宣传学属于马克思主义宣传学范畴。因此，它必须以马克思主义的立场、观点和方法为指导，以辩证唯物主义和历史唯物主义作为理论基础。同时吸收心理学、社会学、教育学、美学、大众传播学、政治学、行政管理学、逻辑学、语言学以及经济学等有关学科的理论，建立自己的基本理论体系。比如，运用马克思主义哲学、政治经济

学和科学社会主义的基本原理，建立金融宣传学的基础理论体系；运用传播学的理论，研究传播物质媒介在金融宣传中的地位和作用；运用心理学理论和有关金融知识，研究人的心理特征，对金融宣传内容的确定和宣传效果的反映，等等。金融宣传学的理论体系包括：关于金融宣传工作的性质、地位和作用；关于金融宣传工作的理论基础和基本特征；关于金融宣传工作的方针、原则、任务和目的；关于金融宣传工作的实施过程和运行机制；关于金融宣传工作的队伍建设和组织管理；关于金融宣传工作的效果评估和考核原则等内容。

建立有中国特色的金融宣传学，是我国金融事业的重要组成部分，是全体金融战线宣传工作者的一项历史使命和光荣职责。我国正处在社会主义市场经济条件下，我们的金融宣传理论、宣传内容和宣传方法，都必须适应和服务于金融改革的全局与任务。实践证明，高举建设有中国特色社会主义理论的旗帜，金融宣传工作就有了灵魂，有了正确方向。

三、宣传过程

宣传过程是把宣传作为一个动态考察，即宣传现象的运动过程。宣传是一种人际间的社交活动，宣传活动作为一个过程来分析，大致有三个阶段：

1. 宣传准备阶段。根据党的中心任务和金融工作重点，宣传者搜集群众的思想信息后，产生和形成开展某种宣传的动机和打算。决策者根据宣传者的论证，对宣传任务、目标、步骤、做法作出规划，并交实施者付诸行动。准备阶段也可以细分为酝酿阶段和决策阶段。

2. 宣传实施阶段。宣传者运用宣传的内容、方法、工具、阵地设施以及时机选择等各个环节，对受传者施以说理的、知识的、形象的、情感的影响。这个环节是宣传的决定性阶段。

3. 宣传反馈阶段。这个过程，实质上是“实践——认识——

再实践——再认识”的过程。一方面，受传者经过宣传，接受所宣传的思想、观念、主张后引起思想观念的转变和对行动的影响，甚至引起人生观、世界观的转变。另一方面，宣传活动以宣传效应的形式，从受传者返回到宣传者，并作为一种对宣传目标的检测和校正，重新进入决策系统，为下次宣传作准备。所以，总的来讲，宣传的过程不是以传播活动为起点，接收内容为终点的过程，而是一个从群众中来，到群众中去的不断循环往复的过程，也是认识不断深化和提高的过程。

四、宣传类型

宣传活动涉及社会生活的各个领域，而不同领域又各有不同的性质、任务和目标。因此，在宣传上需要区分不同的内容和形式。按宣传的内容或形式进行分类，就出现了不同的宣传类型。

1. 按宣传的内容可划分为政治宣传、经济宣传、文化宣传和社会宣传四大类：

政治宣传主要指党和国家的路线、方针、政策的宣传，主要包括政治理论、政策原则、政治方向以及民主法制的宣传，在整个宣传工作中是起决定性作用的宣传。

经济宣传主要指经济理论、经济建设、经济形势和经济政策等的宣传。金融宣传工作是经济宣传的重要组成部分。在社会主义初级阶段，经济建设是全党工作的中心，经济宣传在整个宣传工作中占有极其重要的地位。由于政治是经济的集中表现，因此，经济宣传同政治宣传关系是密不可分的，需要有机地结合起来进行。

文化宣传主要包括教育、科学、文化等方面的内容，其主要任务是培养有理想、有道德、有文化、有纪律的社会主义公民。

社会宣传是除政治、经济、文化宣传之外的，有关社会发展、人类进步的其他诸方面的宣传，如环境保护、人口政策、社会福利、生活方式、风土人情、自然地理等等。社会宣传对于调节人

际关系，丰富人们的生活，形成团结和谐的社会氛围，具有重要作用。

2. 按宣传的形式来划分，也可以分为四大类，即口头宣传、文字宣传、艺术宣传和行动宣传。

口头宣传。即用说话的方式进行宣传鼓励。它包括：谈话，如访问、对话。这种形式十分灵活，宣传者与受传者可以彼此直接交流思想感情。座谈，如恳谈会。这是一种有组织的谈话，比上面所说的谈话范围大一些。③讲演，针对群众的心理与情绪进行宣传鼓励。这种形式在青年中颇受欢迎。口号。用短语表达目标、任务和态度、情感，大声疾呼，常有振聋发聩的作用。⑤广播。借助于广播器械进行口头宣传，这是人们最多采用的一种极为广泛有效的宣传形式。

文字宣传。即把所要表达的意思，通过文字形式反映出来。一般说来它比口头的宣传面更大。标语。这是把口号宣传文字化的一种形式。传单。是比口号略长，比其他文字要短的一种文字宣传。书告。如告××书；致××的公开信、宣言、公告、书面谈话等，都属于这一类，一般都是在说理之中引导受传者行动。

报纸（包括墙报）、刊物、简报、小册子等。是在更大范围内经常采用的普遍而重要的宣传形式。

艺术宣传。是用艺术形象和艺术手段感染受传者的一种宣传形式。它包括：文学；电影；③电视；戏剧；⑤曲艺说唱；⑥音乐歌咏；⑦图画；⑧照片；等等。

行动宣传。如：集会；游行；慰问活动；参观访问；⑤纪念活动；等等。都可以纳入这一类。

一般说，这些方法都不是孤立使用的，而是要根据宣传的任务、范围、因时因地适当地结合采用。

五、宣传手段

宣传手段是指为达到宣传的目的而采取的具体措施，通常包

括宣传工具和宣传艺术等内容。

宣传工具是指连接宣传者和受传者以实现宣传活动的中间媒介。任何一个具体的宣传内容，都必须用文字、语言或形象反映出来，而把这些文字、语言或形象传递给受传者，则必须依靠一定的载体和媒介物，这就是通常讲的宣传工具。从广义上讲，实现语言宣传的工具主要是有线或无线广播电台；实现文字宣传的工具主要是报社、出版部门；实现形象宣传的工具主要是电视台、电影制片厂。从狭义上讲，宣传工具也可以指做宣传工作时使用的器具，如报纸（包括板报、墙报）杂志、广播、录音设备、幻灯设备、电视放映设备、照像器材等具体物质

宣传艺术是指实施宣传的方式方法和技巧。列宁说：“每个宣传员和鼓动员的艺术就在于，用最有效的方式影响自己的听众，尽可能使某个真理对他们有更大的说服力，更容易领会，留下更鲜明更深刻的印象”（《列宁全集》第 17 卷第 321 页）宣传艺术一般包括宣传者的演说艺术、语言文字的运用艺术、宣传形式的新颖性和技巧性的配合。宣传艺术的水平高低，直接影响宣传的效果。

第三节 金融宣传学的学科地位

金融宣传学作为一门科学之所以产生和发展，就在于它适应了社会经济、政治生活的需要，为社会经济和金融事业的发展起到了服务作用、推动作用。在社会主义初级阶段的历史条件下，作为社会特殊经济细胞的金融行业，其发展更离不开宣传鼓动和教育工作。而要充分发挥金融宣传工作的重要作用，就必须使金融宣传工作的理论更加系统化和科学化。

金融宣传学是一门独立的学科。金融宣传学是宣传的子系统，二者之间有着密切的联系。这种联系不仅体现在金融宣传学的基

本理论都来自宣传学，金融宣传学的一般原则和规律都是宣传学基本理论的具体运用上，而且体现在金融宣传工作理论的发展有赖于整个宣传学理论的向前推进。因此，可以认为，没有宣传学理论金融宣传学就成了无源之水，无本之木。但是，必须指出，金融宣传学并不是宣传学的简单再版，二者之间存在着较大的区别：首先，二者的研究范围不同。宣传学是关于宣传活动及其运动规律的科学，是对宣传进行研究，其范围包括符合宣传规律的尊重客观实际的有系统的宣传理论知识；而金融宣传学的研究范围仅仅是宣传的一部分，是对宣传的重要分支如金融宣传、企业宣传、农村宣传、部队宣传、学校宣传、机关宣传、城市宣传、对外宣传之一的研究，主要是从微观角度对宣传工作进行局部考察；其次，二者研究的内容不完全相同。宣传学侧重研究宣传的理论框架结构、运动规律、指导思想、决策控制、方法技巧等带根本性的重大问题；而金融宣传学侧重于研究如有关金融形势政策宣传的理论和原则、业务经营宣传的理论和原则、基本理论宣传的理论和原则、民主法制宣传的理论和原则等具体问题；再次，研究的角度不同，宣传学着重在宣传的理论概括和理论分析，重点在对宣传活动的理论指导；而金融宣传学则重在宣传理论在金融行业的具体运用，集中探索金融宣传工作的实际操作方式方法的规律。总之，金融宣传学是宣传学的重要分支，是在宣传学一般原理指导下对金融宣传的具体工作进行局部考察的微观应用理论科学。

对宣传工作进行微观研究，形成金融宣传工作的科学体系，是金融宣传工作实践发展和广大金融宣传工作者不断探索的结果。金融行业作为国民经济有机整体中的重要特殊经济单位，对我国社会经济的发展具有举足轻重的作用。同时，我国金融业还是社会主义社会的基层单位，担负着社会主义物质文明和精神文明建设的双重任务。金融宣传工作作为金融行业党的建设和重要组

成部分，作为金融思想政治工作的重要手段和主体内容，其状况如何，直接关系到金融业的发展和社会主义事业的发展。近年来，随着我国经济体制改革和政治体制改革尤其是金融体制改革的逐步展开，发展和改善金融宣传工作的呼声越来越强烈，金融宣传工作作为一门独立的学科的条件也日趋成熟，这是因为金融宣传工作已有多年实践，积累了正反两方面经验；二是学术界已开始重视金融宣传工作，产生了一批有科学价值的研究论著；三是党和国家十分重视金融宣传工作，形成了金融宣传工作的大气候；四是金融改革和社会主义现代化建设日新月异，给金融宣传工作提出了新的问题，提供了适宜的环境。因此，金融宣传学这门学科应运而生。

金融宣传工作有如下八个基本特征：一是坚定的阶级性。金融宣传工作是党在金融业中发挥政治核心作用的重要组成部分，应当而且必须为党的政治路线服务；二是高度的理论性。金融宣传工作必须遵循辩证唯物主义和历史唯物主义的基本原理，把建设有中国特色的社会主义理论与金融改革开放、业务经营的具体实践相结合，既有鲜明的舆论性，又有极强的说理性；三是广泛的群众性。金融宣传工作必须面对广大员工群众，发动和组织员工群众开展自我教育；四是鲜明的时代性。金融宣传工作应适应四化建设和改革开放的时代潮流，合乎“一个中心，两个基本点”的需要，做好“服务员”，当好“啦啦队”；五是强烈的实践性。金融宣传工作一刻也不能离开金融改革和建设的实践。其目的是为了实践，其任务和内容来自实践，其工作过程紧密结合于实践，渗透于实践，并接受实践检验；六是生动的活跃性。金融宣传工作的方式方法要多层次、多渠道、多形式、全方位地进行，生动活泼，富于吸引力、感染力、创造力和辐射力；七是严肃的战斗性。金融宣传工作要贯彻落实党的路线方针政策，为实施业务经营计划鸣锣开道，力求使宣传工作谋在其前，渗透其中，善

理其后，充分发挥鼓舞作用、保证作用、促进作用；八是严谨的科学性。宣传工作是一门科学。金融宣传工作要依据金融业的特点循序渐进地展开，顺应人们思想和行为活动的客观规律。金融宣传工作的上述特征充分说明了它有别于其他宣传工作的特点。

第四节 金融宣传学的研究方法

金融宣传学的研究方法，是指我们在对金融宣传活动进行研究的过程中，观察、分析、归纳矛盾的途径、步骤和手段。研究方法的选择和确定，要受研究者的世界观和研究对象的性质的制约。金融宣传学的研究方法的基本特征，是以马克思主义的世界观和方法论为基础，以社会主义初级阶段条件下金融宣传工作所具有的矛盾和运动规律作为自己的研究对象。这是它与资本主义宣传学研究方法的区别所在。金融宣传学的研究方法，从不同的角度有不同的方式方法，例如社会分析法、社会调查法、经验总结法、对比研究法等，但其中有一个带根本性的方法，即理论联系实际研究法。

理论联系实际，理论与实践的统一，是马克思主义的学风和基本方法论，也是研究金融宣传学理论的根本方针和方法。

宣传学的研究要遵循理论联系实际的根本原则，就是要求宣传学理论必须从宣传的实践活动中来，又反过来指导宣传工作的实践，并接受宣传实践的检验，从而又使宣传学的理论在实践的基础上不断丰富和发展。

宣传学是宣传活动实践的理论总结。只有从实践中探索和创新，才能正确地总结经验，并使之上升为理论。宣传是一个不断发展变化的、复杂的运动过程，它一方面受到政治、经济的制约，同时，又受社会环境、传播技术、群众心理状况的影响。对于这样一个社会系统工程的研究，离开了实践是寸步难行的。只有从

社会的实际生活中去观察宣传的运行机制，研究它与经济建设、政治生活、文化生活、社会生活的关系，而不是单靠理论上的归纳和演绎，才能认识它的内在联系、外在联系和运动规律，才能获得新的理论源泉。金融宣传学的研究怎样才能把握这一关键环节：

1. 坚持理论联系实际。首先要认真读马克思主义经典作家的有关著作，正确理解马克思主义关于金融宣传工作的理论，植根于生活的沃土，全面阐述和论证了宣传工作的规律，是一个完整的科学体系。马克思、恩格斯、列宁、斯大林和毛泽东，对此都有过深刻的论述。在建设有中国特色的社会主义社会的过程中，邓小平同志以其马克思主义的胆识，对社会主义金融宣传工作理论作出了巨大的贡献。因此，只有完整地而不是零碎地、准确地而不是片面地掌握马克思主义关于宣传工作的理论，才能使金融宣传工作沿着正确的方向前进。其次要认真学习宣传学的一般原理，学习与宣传学密切相关的心理学、教育学、社会学等方面的理论，学习金融宣传学的基本理论，从而使金融宣传工作建立在更科学的基础之上。

2. 理论联系实际，还要联系当前金融宣传工作的实际，从而对金融宣传工作实践中提出的理论问题和实际问题作出马克思主义的分析和解答。金融宣传工作的理论，只有同金融宣传工作的实践结合起来，只有同金融业的实际结合起来，只有同金融业的经营发展的实际结合起来，只有同中国的国情结合起来，才能够指导金融宣传工作的实践，收到积极的社会效果。

3. 坚持理论联系实际，还要联系金融宣传工作的历史，总结历史经验教训。恩格斯指出：“要明确地懂理论，最好的道路就是从本身的错误中、从痛苦的经验中学习。”（《致弗·凯利——威士涅威茨基夫人》、《马克思恩格斯选集》第4卷，人民出版社1972年版，第458页）在金融宣传工作的实践过程中，无论在民主革命时期，还是在社会主义革命和建设时期，我们都有许多经验和

教训。学习马克思主义金融宣传工作理论，联系金融宣传工作的历史，从理论上总结经验教训，对提高金融宣传工作者的觉悟，增强其从事金融宣传工作的自觉性，是十分必要的。同时，我们还应当借鉴和吸收其他国家尤其是发达国家进行金融宣传的经验和教训、吸取教益，为我所用，从而促进金融宣传工作的发展。

4. 坚持理论联系实际，还要联系思想实际。金融宣传工作是一门党性很强的科学。共产党人不但要改造客观世界，而且要改造主观世界，要在改造客观世界的过程中，树立科学的正确的世界观。因此，我们在学习、研究金融宣传学时，要坚持延安整风精神，用批评和自我批评的方法，反对和克服各种非无产阶级的思想和作风，树立无产阶级世界观，做一个合格的金融宣传工作者。

第五节 学习和研究金融宣传学的重要意义

把金融宣传工作当作一门科学进行系统研究，从而创立有中国特色的金融宣传学理论，是一项具有开拓和创新意义的工作。在社会主义初级阶段，尤其是在社会主义现代化建设的关键时期，学习和研究金融宣传学的重要意义在于：

1. 有助于提高社会主义现代化建设时期金融宣传工作的科学性、预见性和有效性。

在社会主义现代化建设的新时期，抓住有利时机，加快改革开放步伐，集中精力把经济建设搞上去，不断把有中国特色的社会主义事业全面推向前进，是时代的最强音。在这一时期，中华民族被推上了世界竞争的“大擂台”，金融宣传工作被引入了经济建设的“大舞台”，时代强烈要求金融宣传工作与之合拍，改革开放强烈要求金融宣传工作与之同步，加之改革开放和经济建设不断向金融宣传工作提出新问题，呈现新课题。金融宣传工作，要