

中国式 领导艺术

呼志强◎编著

卓越领导不可不读的艺术谋略

**ZHONGGUOSHI
LINGDAOYISHU**

中国正处于从繁荣走向昌盛，从伟大走向强大，从民主走向复兴的历史阶段，在这个历史关键时期，领导干部起着巨大的作用。

领导干部素质的高低、形象的清浊，关系到我们党和国家事业的兴衰成败。作为一个领导干部，要努力学习，积极探索，不断地提高领导艺术水平。

 中国社会出版社
国家一级出版社★全国百佳图书出版单位

中国式 领导艺术

呼志强 © 编著

**ZHONGGUOSHI
LINGDAOYISHU**

中国社会科学出版社
国家一级出版社 ★ 全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

中国式领导艺术/呼志强编著. —北京: 中国社
会出版社, 2011.9
ISBN 978-7-5087-3683-9

I. ①中… II. ①呼… III. ①领导艺术—中国 IV. ①C933.2
中国版本图书馆CIP数据核字 (2011) 第188331号

书 名: 中国式领导艺术
编 著: 呼志强
责任编辑: 杜 康

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032
通联方法: 北京市西城区二龙路甲33号
电 话: 编辑部: (010) 66061723
邮购部: (010) 66060275
销售部: (010) 66080300 传真: (010) 66051713
(010) 66051698 传真: (010) 66080880
(010) 66080360 传真: (010) 66063678

网 址: www.shcbs.com.cn
经 销: 全国各地新华书店

印刷装订: 中国电影出版社印刷厂
开 本: 170mm×240mm 1/16
印 张: 15
字 数: 230千字
版 次: 2012年1月第1版
印 次: 2012年1月第1次印刷
定 价: 30.00元

PREFACE

领导工作是一门博大精深、奥妙无穷的学问，是一门永无止境没有顶峰的科学。它是领导者在实施领导活动过程中所表现出的学识、胆略、品德和创造性思维的综合。

领导工作既是一门科学，又是一门艺术。科学的领导工作方法是完成领导任务的重要手段，科学的领导工作方法是正确贯彻党的路线方针政策的保证。毛泽东曾经指出：“领导者的责任，归纳起来，主要是出主意、用干部两件事。”一切计划、决议、命令、指示等，都属于“出主意”一类。使一切主意付诸实践，必须团结干部，推动他们去做，属于“用干部”一类。做好这两件事的艺术，就是领导艺术。

领导艺术也就是领导者在一定知识、经验和辩证思维的基础上，富有创造性地运用领导原则和方法的才能。也可以说，领导艺术是领导者的一种特殊才能。这种才能表现为创造性地灵活运用已经掌握的科学知识和领导方法，是领导者的智慧、学识、胆略、经验、作风、品格、方法、能力的综合体现。要实行有效的领导，领导者不仅要掌握基本的领导方法，而且要有高超的领导艺术，这样才能创造性地完成各项领导任务，达到预期的目的。

领导艺术是领导干部工作能力的综合体现，其水平的高低直接决定着领导干部的工作质量。新时期不断发展变化的社会形势，对领导干部提出了更加严格的工作要求，也对各级领导干部提出了更高的标准。俗话说“群雁高飞头雁领”，说的就是领导干部必须不断加强自身修养，提高领导艺术和领导智慧，带领下属职工扎实工作，团结奋斗，促进事业发展。提高领导艺术和领导智慧，是领导干部一个永恒的主题。作为一个领导班子的主心骨，充

当“领头雁”角色的领导干部来说，正确地运用领导艺术，不断提高领导智慧显得尤为重要。

当前，我们迎来了改革开放三十年，中华民族站在了一个新的起点。我们现在面对的是物质文明、精神文明、政治文明、社会文明等四个文明建设，如何进一步解放思想，把解放思想落到实处；如何更有利于社会发展和民族进步；如何落实科学发展观和实现社会和谐；如何实现政治文明以及我们所倡导的和谐世界的理念，这对我们领导干部的领导艺术、领导智慧无疑是一次新的考验，对我们的民族智慧和民族气魄也是一次新的考验。

我们处于一个资讯高度发达、知识不断翻新的时代，关于领导学的理论日新月异，关于领导智慧的著述层出不穷。不应否认的是，其中空谈务虚者多，具体实用者少；隔靴搔痒者多，切中要害者少。以至于领导者看得懂、愿意看的相关著作仍是凤毛麟角。

本套书正是解决了领导干部看得懂、愿意看的难题，综合起来本套书有以下几个突出特点：

一是为了适应多层次读者的阅读需要，给那些希望学习和了解中国现代领导艺术、领导智慧的读者提供阅读的平台，我们在写作时既注意了一定的理论深度，又注意尽量使之通俗化。因此，本书的定位既不同于纯理论的读物，也不同于一般的通俗读物，是介于理论和通俗之间的读物。

二是本书的写作形式是通过对一些领导实践活动的案例介绍，从理论的高度分析其中所寓含的高超领导艺术，让读者读起来饶有兴趣又不失理性的思考，从而给人以启迪和智慧。

本套书分两册，《中国式领导艺术》从领导工作的基本职能出发，将领导艺术分为树形象、会讲话、明制度、慎决策、会用人、会使用权等六个方面阐述和讲解。《中国式领导智慧》通过养大气、有作为、戒浮躁、贵自重、勤自省等五个方面全面阐释了现代领导干部应该具备的领导智慧。

这套书无论对现任领导者，还是对立志成为领导者的人来说，都具有重要的意义。

该书在编写过程中黄玉珍、刘瑞才、王爱华、王中辉、李永娟、孙胜利、张焕金、黄仁贵、江涛、林丽曼、刘辉、杜英锋等人辛勤查阅相关材料。在此一并感谢。

第一章 树形象，展魅力，桃李不言下成蹊

领导者要想得到下属的追随、支持，关键是看领导者有没有领导魅力。领导魅力越强，追随你的人就越多；反之，被领导者就会与领导者貌合神离，就没有凝聚力和感召力，更谈不上追随。领导魅力既是领导者的隐形素养，又是其为官为政受用终身的宝贵财富。

好形象是树立领导地位的基石	2
塑造并保持良好的公众形象	10
风度也是一种领导力	17
威信和魅力胜过权力	24
展示自己的亲民作风	30

第二章 讲好话，开好会，纲举目张条理明

作为领导，会说话，可以充分利用自己的语言交际能力来说服他人，使工作顺利进行，左右逢源。会说话是领导者的一种领导资本。

好口才才是领导干部的重要资本	38
----------------------	----

领导干部要能言善讲·····	46
提高领导干部讲话的魅力·····	54
领导者不能信口开河·····	64
学会为自己“打圆场”·····	71
开好会议，提高会议质量·····	77

第三章 明制度，创新风，有规矩才有方圆

国家不可一日无法，军队不可一日无纪，单位不可一日无规。制度是管理的基础，是团队有序、有效运作的根本保证。但无规矩不成方圆，并不等于墨守成规。我们在一个创新的领域，工作的本身就是需要你去打破原有的旧规矩，推陈出新，所以领导干部要寻找打破常规的新思路。

用制度去管人管事·····	88
取消特权，维护制度权威·····	96
给组织成员作出榜样·····	102
化繁为简，工作要“牵牛鼻子”·····	109
创新工作，不拘泥于常规·····	117

第四章 找规律，慎决策，运筹帷幄胜千里

决策的成功是最大的成功，决策的失败是最大的失败。在领导活动中，领导决策科学与否，往往事关党的执政能力的提高以及党和人民事业的兴衰成败，因此，领导者务必努力提高决策能力，实践经验积累得越多，领导能力也会越强，决策失误就会越来越少。

最大的浪费是决策的失误·····	128
科学决策，“拍脑袋”要不得·····	135

摸石头过河，揣罗盘上路	143
把握好众谋和独断的关系	148
坚决果断，展示自己的魄力	154

第五章 会识人，能用人，不拘一格降人才

毛泽东说：“领导者的责任，归结起来，主要是出主意用干部两件事。”领导者要使各类人才各得其所、用当其时。不以地划线，不以人划线，凭德才选干部，凭实绩用干部；选人不拘一格，用人用其所长；讲台阶而不抠台阶，论资历而不唯资历。

知人善任，治国之方略	160
用人之力，成己之业	170
胸怀宽广，唯才是举	178
不求完人，但用其长	184
得人心而后得天下	191

第六章 会用权，懂放权，收放自如 有尺度

领导干部应该善于利用权力。适时、恰当地运用掌握的艺术，对开展自己的工作会产生事半功倍的推动作用。如果不能有效掌握权力，你与一般的员工将没什么区别。

领导干部还要正确看待权力。权，能使人拥有许多，又可让人失去一切，关键看你怎样把握这公允的砝码。

正确看待自己的权力	202
宽严相济更能折服人心	208
大权抓到底，小权放到位	215
将权力分散开去	223

第一章

树形象，展魅力， 桃李不言下成蹊

领导者要想得到下属的追随、支持，关键是看领导者有没有领导魅力。领导魅力越强，追随你的人就越多；反之，被领导者就会与领导者貌合神离，就没有凝聚力和感召力，更谈不上追随。领导魅力既是领导者的隐形素养，又是其为官为政受用终身的宝贵财富。

好形象是树立领导地位的基石

一名领导者，是一个团体、一个政府或一个政党的形象代表。就代表性来说，领导者形象是政府形象的灵魂和代表，在政府形象体系中，领导者公共形象具有标志、标签、符号的作用。无论是何种层级的领导者，在一定情况下都是这种层级、一定领导部门天然的“形象大使”。尤其是在今天传媒政治时代，领导者的形象问题更为突出和显性。

在群众眼里，领导干部的形象就是执政党的形象，领导干部的素质，直接影响和制约着执政党的先进性。一般说来，形象是指能引起人们思想或情感活动的具体的形状或姿态。一个领导干部的形象，就是指他给外界的风貌以及人们心目中对他的印象和评价。

领导干部的形象具有具体、生动、真实、可信等特点。比如，一提起孔繁森，人们就会从他一件件感人的事迹中，构建一个人民公仆的形象，这一形象矗立在千千万万普通人的心里。这种震撼人心的人格力量和魅力，会产生一种巨大的感染力、影响力和凝聚力，使群众对执政党充满信心。

领导形象还是领导者内在素质的外在表现。一个领导者有什么样的内在素质，必然会展示、流露出什么样的外在形象。领导者良好形象的塑造，不能靠包装，不能靠表演，也不能靠所谓“强化训练”之类的措施，而应该靠自身各方面素质的不断提高。只有自觉地内强素质，才能外塑良好的领导形象。

在第二次世界大战时，英国元帅蒙哥马利因他的“贝雷帽”而闻名。他在这种扁软羊毛质料的小帽上缀上他指挥下主要单位的队徽，还随时穿着一件套头衬衫。他给人一个随便、舒适的形象，哪怕是在战斗最激烈的时刻，官兵只要见到一位头戴一顶缀满队徽的软帽、穿着一件套头衬衫的人，立刻就知道是他们的司令官来了。

美国将军巴顿也非常相信仪表的重要性。他头上戴着一顶闪亮的头盔，

在腰的两边各挂一把手枪，甚至在战场上还系着领带，他的官兵也是老远就能认出他来。

艾森豪威尔无论是生活中还是在工作中，总是穿着一件自己设计的短夹克衫，最后整个美国陆军都采用这种夹克衫，而且名字就叫“艾克夹克”，成为官兵心目中的最佳形象。

有的领导者，专业知识水平不如张三，外语水平不如李四，但奇怪的是张三和李四都对他心悦诚服，这是为什么呢？因为他们佩服的是领导的才干及个人魅力。试想一下，你的部属们都像张三和李四一样心甘情愿地为你工作，你何愁不能成功呢？

美国陆军五星上将麦克阿瑟就为自己设计了一个特殊形象。在第一次世界大战中，他还只是一位年轻的上校，可他的制服就与众不同。他不戴钢盔，也不佩带手枪。他的理由是：“钢盔会伤害我的头，降低领导效率；不佩带枪支，是因为自己的任务不是战斗，而是指挥别人去战斗，去战胜对方。”在第二次世界大战中，不打领带的制服、金边帽子、大烟斗和太阳镜，也都成为他的标志着装。

美国陆战队司令、四星上将盖瑞喜欢穿迷彩伪装衣，甚至到国防部就职后还穿，是唯一穿野战服的参谋首长。他的野战服似乎在告诉人们：“我是一名战士，我的任务就是作战。”

领导干部的形象作为一种公共形象，从体形、服饰、容貌到发型甚至语言，这些外在的东西往往能直观地给人以强烈的第一印象，因此古今中外的著名领导人大都注意保持一个良好的形体形象。事实上，大凡成功的领导人的公共形象，必然是那种被公众所广泛接纳、广泛认同、广泛信服、广泛拥戴的形象，必然以其真理和人格的力量而具有巨大的心理说服力；而大凡有着“信任危机”的领导人，必然承受人们心理排斥和心理逆反的压力。

树立了良好的领导形象，还要时时去维护它，形象也是易碎品，如果认为可以一劳永逸，那就错了。领导形象容易受到伤害，偶一疏忽，就可能“打碎”形象，自毁形象，而且人们往往把领导者在表现不当时的举动看做领导者的本来面目，而不会把领导者精心设计的形象当做真实、真正的领导者形象。所以，领导者要注意维护自己的形象，要像珍惜生命一样珍惜自己的形象，“时时勤拂拭，勿使惹尘埃”。

不修边幅有损形象

领导者完美的形象是内与外的有机统一体。只重视外表，而忽视内在修养，往往华而不实，一句话就可能显露出美丽外表下的较低素质的东西。但是只重视内在的修身养性，而外表拖拖拉拉，又会让人未曾搭话，已产生了几分嫌弃，对领导者不会有好印象。

最重要的是，外表的好坏会直接影响交际。对于领导者来说，则直接影响到了领导工作，因而万万不可轻视、忽略。

1709年，纽约总督出席纽约议会的开幕典礼。在这个庄重的场合，这名总督穿着裙环撑着的华丽长裙，戴着花花绿绿的头饰，摇着多彩的扇子，还时常做出一些扭扭捏捏的动作。结果引起了公愤，人们纷纷指责他是一个挥霍无度的轻浮人，无廉耻的骗子和一意孤行的讨厌人。

日本前首相田中角荣年轻时参加过众议员的竞选。有一次，他轻易地听信别人的建议，在演讲时穿上大礼服，戴上白手套，活像一个登台表演的西洋音乐指挥，结果一上台就引起一片奚落声，听众纷纷要求他脱下礼服。当他发表演说时，台下喝起倒彩，田中角荣脸色惨白，几乎要哭出来了，那次竞选当然也就失败了。

上述两位政治人物的服装，本身并没有什么不好，只是不适合他们的身份和当时的场合。从政者在公开场合的着装，应该还是比较规矩的，不能过于奇异。因此，人们通常把在庄重的正式场合所穿的服装称之为“正装”。

看来外表形象有时能决定领导工作的成败，当一个人走上领导岗位后，这是首先应该加以注意的。

领导者的外表形象就好比是一个载体，承载着领导者的气质、修养、知识和见地。它又好比是一面镜子，会折射出领导者的思想、智慧等内心深处的一些东西。眼睛是心灵的窗户，就很好的说明了这一道理。

很难想象一个鼻涕长流、哈欠连天的领导，会受到人们的好评，人们有可能怀疑他是如何当上领导的。在上司的眼里，一个经常对自己的外表形象放松，作风散漫的下属，是难以符合他的提拔标准的。

生活中人们强调“第一印象”，而穿着是决定“第一印象”的重要因

素。因此，很多领导干部在不同的场合，其服饰会根据客观环境的变化而作出调整。在外交场合往往是西装革履，而深入民间的时候则一身朴素，轻装简行。在媒体报道中我们会发现，国际政坛中的大国领袖们非常重视服饰和外表的策划，在很多政治事件中给世人留下了深刻的印象。如美国前总统布什在伊拉克战争期间，当他会见军方将士的时候，经常身着迷彩服，挽起衣袖，给人以干练坚决的印象，塑造了一个“战时总统”、“反恐总统”的形象。

也有人因不注意穿着而损害了自己的形象和前途。有一次，列宁发现人民委员会一个工作人员的上衣口袋上掉了一颗纽扣。列宁看到了，没有出声，走了过去。碰巧第二天列宁又遇见了这位同志。一看，他上衣口袋上还是没有纽扣。到第三天还是没有。到了第四天才看到纽扣缝上了。“总算缝上了。”列宁很高兴。后来，委员会推荐那个掉纽扣的人负责粮食征集工作。列宁有些犹豫不决。人们对列宁说：“他是一个能干的人”、“是个有功之人”、“是个勤勉可靠的人”……列宁想要提纽扣的事，但没有出声。那位工作人员带着粮食征集队出发了。过了一段时间，列宁接到报告，说那位工作人员不能胜任工作，粮食征集工作一团糟。人们说：“失误本来是可以避免的，可他没有预先提防，漫不经心。”也有人庇护这位同志，说：“列宁同志，这是偶然事故。”列宁一边听着，一边在一张纸上画着什么东西，别人颇感兴趣：列宁在那里画什么？往纸上一看，只见纸上画着一颗纽扣。而那个掉纽扣的人呢，结果不言自明。

领导良好的外表形象是多方面的统一，如合适得体的衣着，整洁大方的仪表，精神饱满的状态以及灵活的动作、优美的姿态等。一名新任的领导，每次去办公室时，都应对这些留心一下。

当然，领导也没有必要过分留意自己的外表形象。比如，明天有一个剪彩仪式邀请领导去参加，于是，今天在工作时间内，领导却不断想着明天剪彩穿什么颜色的西装，扎什么花色的领带，这样，一天的工作都不专心，没有工作状态。过分地专注自己的外表形象，会给人一种内涵不深的印象，同时也会使领导在工作中分心，造成不必要的损失。

曾经有一位市长，邀请一批香港记者到他任职的地方参观采访。市长神采飞扬地向记者们介绍他的各种政绩，一位记者却把注意力放在这位市长的

服装上。通过仔细观察，这位记者发现，这位市长的西服、衬衫、领带、皮鞋、皮带都是世界名牌，价值不菲。由此，他认定，这个市长是个大贪官。两三年后，那个市长果然东窗事发。

现代社会，要想穿得好看一点，最简单和比较可靠的方法就是购买名牌服装。名牌服装价格昂贵，动辄上万、十几万，与之配套的装饰品又多，一不小心，一身行头就是几十、上百万。在正常经济承受能力下穿出水平，穿出品位，穿出品格，才能真正得到人们的敬重。

一般来说，以下情况应该避免：

- 买来西服之后，没有去掉标签就穿在了身上；
- 刚刚走出洗手间之后，衣服上湿了一片；
- 裤子的裤管口上开了一个小口子，却还穿了一周才缝上；
- 室内比较热时，把西服的袖子挽起了一大截，露出衬衣；
- 眼镜上沾满了尘土，却不去清洁和擦拭一下；
- 指甲已经很长，但还不剪掉，而当做掏耳屎的工具；
- 吃了大蒜、大葱等辛辣食物后，却不刷牙而直奔办公室；
- 皮鞋已开了一道明显的口子，却不去理会。

如果以上的这些行为领导有过三四种，那么就应该及时对自己的行为进行检查了。在这些方面，作为领导是不能不拘小节的——一处小细节不注意，就容易影响到整体形象。

有些领导总是在冬天穿夏天的浅色裤子，让人看起来非常别扭，很不合乎时宜。服装的式样总是在发生着迅速的变化，要想使自己的衣服总是跟上潮流是不可能的，也是完全没有必要的，重要的是你的衣服必须合体。

领导如果在主持一个大型会议时，穿一身牛仔装去做报告，大家恐怕会笑掉大牙，认为领导的着装品位太幼稚，也会认为领导的水平太低。

一个成功的领导，不应该把自己的形象塑造得马马虎虎，因为这对领导的前途是有很大大负面影响的，一个领导如果总是将痰吐在地板上，无所顾忌，相信同事们谁都不会喜欢他的，会认为他没有修养。

不修边幅的领导，给下属以懒散、没修养、水平低等错觉，在这些错觉的作用下，下属会在无形中对领导的印象打折扣，即使是真正精明能干的领导，要消除下属的这些坏印象，也是一件十分困难的事情。因此，领导一定

要注意自己的形象。

“衣冠不中，不敢以入朝”，可以成为从政者上班和在公共场合出现时牢记的一句话。

树立良好的媒体形象

在媒体力量的影响下，我们进入了一个注重形象塑造的年代。每个人，无论男女，都会关注自己的形象。作为领导干部，受到现代政治传播学的影响，开始注重自己在媒体面前的言谈举止，以期获得公众的认可和支持，从政治传播的角度看，这当然是一种进步。

可以说，只要打开电视，领导者的一举一动、一颦一笑、一言一行就会定格在观众的眼里和心里。因此，领导者在日常活动中，必须注意自己的言谈举止，使之符合当时的情境，给群众以良好的、值得信赖和敬重的印象。不论男女领导者，每个人都应该把自己最好的形象展现出来，这就需要知道自己应该怎样上电视和注意电视形象。

一般来说，男领导上电视的时候，该用点粉底霜，使皮肤看起来好一点。即使不用粉底霜，也一定要用粉饼去油光。男士不需要画眉毛，除非眉毛特别淡，特别稀。至于有双下巴的男士，需要用浅咖啡色，抹在双下巴上，盖住它。男领导最好穿深蓝色或深灰色的西装，淡蓝色或淡灰色的衬衫。最好不穿白衬衫，那样反差太大。也不能穿其他条纹的衬衫，因为它们电视上会产生动荡的效果。可以穿米色、蓝色或其他的颜色。最好穿西装戴领带，西装上身要扣好扣子。皮鞋与袜子最好是同颜色，黑色是最好的，而且袜子尽量穿长的，否则你坐下来时会让别人看到你的腿。戴眼镜的领导有镜片反光、分散人的注意力的问题。如你常常出现在电视上，你应设法戴隐形眼镜，或不反光的眼镜。

女领导上电视的时候，应该用自然色胭脂，抹在面颊上，强烈的灯光同样也会使眼睛和眉毛的轮廓不鲜明。应抹上眼影粉，使眼睛明亮。中国人用咖啡色眼影粉比较适合，深灰色也可以，一定要用粉质，用没有珠光的眼影粉，因为霜质的眼影在强光下会跑到眼睛的皱褶处，珠光会使皱纹显眼。另外，所有的人都应该用黑色睫毛膏，上下眼睫毛根都应该用深咖啡或黑色眼

线笔画上眼线。描眉该用眉笔或者眉粉轻轻地画。如果你有黑眼圈，可多用些粉底霜把黑眼圈盖住。眼袋和黑眼圈正好相反，要用浅一些的颜色。画下眼线时要画下一点，不要在睫毛根上画，或者在眼睛下面抹上些本白色的眼影粉，眼袋就看不到了。口红是电视妆的关键。口红要用无光的，千万不要用闪光的口红。最重要的是和身上的服装颜色协调。女领导上电视最漂亮的颜色应是比较鲜明的，如黄、鸡蛋黄、深蓝、湖绿、湖蓝、紫、粉红，尤其是大红，现场直播效果好。如果你穿咖啡色、黑色的服装，你可以用漂亮的围巾作对比，这样很醒目。

在当今时代，领导“上镜”和“亮相”的机会越来越多。领导者经常“上镜”，为群众提供了认识、了解、评价和判断的机会。领导要注意“上镜”形象，必须塑造形象、提高修养，举止优雅、穿着合时。领导干部几种不能“上镜”的形象有：

1. 漫不经心，官气十足

在新闻报道中，尤其是在一些市级、县级电视新闻中，经常可以看到这样一些场面：在会议现场，有的领导干部无精打采，酣然入睡；有的则在吞云吐雾；有的在交头接耳，搞小动作。

2. 内心空虚，缺乏勇气

在一些影响力较大的舆论监督节目里，常常可以看到某些地方领导在镜头前或闪烁其词，或结结巴巴，或满头虚汗，或干脆把记者拒之门外，用手遮挡镜头，一副“破罐子破摔”的模样。更有甚者，对记者大打出手，抢摔摄像机。这种“上镜”形象是一种内心虚妄、缺乏勇气的表现，也是一种蛮横无理、有错不改、明知故犯、飞扬跋扈的表现。其在人民群众中的信任度会一落千丈，同时也影响了自身的形象。

那么该如何注重“上镜”形象呢？

俗话说：“入乡随俗。”领导者的言谈举止、仪表服饰只有符合当时的情境，才能产生一种和谐美，较好地展示领导者独特的个性魅力。如周恩来每次会见外宾或参加重大活动时，总要先检查自己的衣领和袖口，精神矍铄，谈吐优雅，穿着整洁，服饰得体，在国际政治外交舞台上塑造了一个大国总理完美的领导形象。

有人说，现在是传媒政治时代，不仅“时势”造英雄，而且“传媒”也造英雄，甚至后者已超过了前者。传媒在人物对社会的影响力上有着某种决定性，媒体决定了一个公共人物的社会宽度。美国的总统们都是比较注意自己的电视形象的。在竞选中，他们除了在电视中向观众阐明自己的政治观点之外，还要在镜头前向“以貌取人”的观众们展示自己的“总统相”，显示自己的领导气质、人格魅力、个人形象等。尤其是候选人的电视辩论更加精彩，选民往往在事后记不清楚他们都说了什么，但是他们在电视中所表现的形象却会给选民留下深刻的印象。

应该看到，现代领导者上电视等新闻媒体的机会越来越多，一些地方还要求领导者要到当地的电视台去做述职报告，这些，都迫切要求领导者学会如何塑造良好的电视形象。