



谁与争锋 塑造你的最佳形象

Y O U R P U B L I C B E S T

〔美〕利莲·布朗/著

曾任美国五位总统的形象设计顾问
著名公众形象专家写作

由埃德温·纽曼

每月书会俱乐部

麦克米伦项目执行图书俱乐部

联合推荐

中国国际广播出版社



谁与争锋 塑造你的最佳形象

YOUR PUBLIC BEST

〔美〕利莲·布朗 / 著

孟建华 杨娟 吴文冰 刘俊毅 / 译

中国国际广播出版社

YOUR PUBLIC BEST

图书在版编目(CIP)数据

谁与争锋：塑造你的最佳形象 / [美] 利莲·布朗著 孟建华、杨娟、吴文冰、刘俊毅译 — 北京：中国国际广播出版社，2004.5
ISBN 7-5078-2384-9

I. 谁… II. ①布… ②孟… III. 个人—形象—设计
IV. B834.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 017758 号

著作权合同登记号
图字：01—2003—4681

Copyright © 1989 by Lillian Brown and Kristi Brown

YOUR PUBLIC BEST

Book design and composition by The Sarabande Press

谁与争锋——塑造你的最佳形象

著 者	[美] 利莲·布朗
责任编辑	何 清
版式设计	李栋设计工作室
封面设计	李栋设计工作室 孙豫苏
出版发行	中国国际广播出版社 (63049514 83154903)
社 址	北京复兴门外国家广电总局内 邮编：100866
经 销	新华书店
印 刷	北京普瑞德印刷厂
开 本	787 × 1092 1/16
印 张	18
字 数	220 千字
版 次	2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 7-5078-2384-9/G · 945
定 价	28.00 元

国际广播版图书 版权所有 盗版必究

(如果发现图书质量问题, 本社负责调换)

引言：塑造你的公众形象

媒体的力量 /004/ 让更多的人认识你 /005/ 为什么要写
这本书 /006/ 十二个常见问题 /008

第一章 个人形象与魅力

第一节 良好的自我感觉 /014

第二节 你的着装 /018

色彩 /022/ 女士的着装 /029/ 男士的着装 /040

第三节 女士的化妆 /047

化妆粉底 /048/ 脸庞的轮廓 /050/ 眼部化妆 /052/
口红 /057

第四节 电视妆 /059

为什么要化电视妆 /059/ 女性电视妆 /061/
男性电视妆 /062/ 由电视化妆师为你化妆 /065

第五节 头发 /069

女士的头发 /069/ 男士的头发 /070/ 头皮屑 /074/

第六节 其他 /075

女性的手 /075/ 眼镜 /076/ 上电视时戴的眼镜 /077

第二章 你的语音

第一节 语音对于形象塑造的重要性 /081

第二节 语音的构成 /084

第三节 语音的特点 /088

优美声音的特点 /089/ 有缺陷声音的特点 /090

第四节 语音的质量 /091

共鸣 /091/ 发音部位 /093/ 语音的表现力 /097/

听你自己的声音 /096

第五节 改善你的语音 /100

用一种语音说话 /104/ 演讲“治疗” /104/ 口吃 /106/

利用录音带进行练习 /106/ 好好关照你的嗓子 /107

第六节 呼吸 /109

早间呼吸练习 /110/ 听得见的呼吸 /111

第七节 其他 /112

上下牙齿的空间 /112/ 语音学 /112/ 发音和读法 /113

第三章 演说与讲话

第一节 演说的承诺 /121

第二节 准备演说 /125

- 组织演说词 /126/ 开头 /127/ 主体 /128/ 结尾 /131/
- 视觉材料 /132/ 给演说稿标注 /133/ 脱稿演说 /134/
- 练习 /135/ 怯场 /140/ 了解你的听众 /146/
- 关于专业演说稿作家的一些说明 /148

第三节 发表演说 /150

- 被介绍 /150/ 演说前的停顿 /150/ 演说中的强调 /151/
- 你的姿势 /152/ 身体语言 /154/ 手势 /157/
- 目光接触 /158/ 回答提问 /159

第四节 处理意外事件 /160

第五节 其他 /164

- 赴外地演说前的准备清单 /164/ 做替补演讲 /166/
- 为临时演说做准备 /167/ 发表临时演说 /169/
- 替补演讲开头的范例 /171/ 一场令人难忘的演讲 /172

第四章 利用大众传播媒体

第一节 与媒体保持良好关系 /178

第二节 新闻发布会 /181

第三节 记者参考材料袋 /184

第四节 同媒体人员的关系 /187

记者的天性 /187/ 回答难以回答的问题 /189/

避免发表不友善的言论 /191/ 新闻媒体的监督 /192

第五节 怎样竞选 /194

竞选着装 /198/ 学会运用手势 /200/ 电视辩论 /200/

制作“竞选短片” /201/ 在政治集会中演讲 /203/

利用无线电广播 /204/ 参加媒体培训班 /207

第六节 会议与讨论 /212

主持小组讨论 /212/ 作为小组讨论的成员 /213/

远程电信会议 /214/ 主持访谈 /214

第七节 其他 /216

新书推广旅行 /216/ 做发言人 /218/

集体危机方案制定 /219/ 接受颁奖 /220/

同经纪人合作 /221/ 拍照 /222/ 打电话 /223/

电话应答机 /225

第五章 请你上电视

第一节 准备上电视 /230

准备事项清单 /232/ 其他准备 /234

第二节 电视台内 /237

电视术语 /238/ 电视台的布局 /243/ 在演播室里 /246/
提示器 /256/ 接受采访 /260/ 上镜前的注意事项 /263

第三节 现场拍摄、专访和电视批评 /265

参加现场拍摄 /265/ 电视台的名人专访 /267/

当一个电视批评家 /268

第六章 如何做一个成功的公众人物

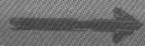
避免生病 /274/ 关于吸烟 /274/ 锻炼身体 /275/

注意饮食 /276/ 应对压力 /278/ 应对旅途劳顿 /280/

概要 /281

引言

塑造你的公众形象



作为一个公众人物，当人们看到你的第一眼时，便开始对你作出评价；你一开口说话，人们将又一次对你口头论足。你也许对这些已经习以为常，但这种现象反映了在某种特定的职业生涯和人生经历中，个人的形象、声音和表达能力能够引起关键性的变化。

你在每一次商业会谈中讲话，每一次你参与的专家小组的讨论，课堂上的每一次授课和讲座，每一次新闻座谈和记者谈话、游说当选的政府官员、发表重要讲话甚至细节性的只言片语等等，你都处在公众生活的包围之中。你被你的老板进行评价，同时也被你的同事、观众以及收看电视、收听广播的公众、记者或者其他群体中的成员所评价。如果你的形象不能够引起观众对你的尊重，如果你仅仅是一个平庸的演说者，那么观众将会离你而去。在这种情况下，你没有表达出自己想要说的事情，并非是因为你的信息的质量不高，而是因为你本人的形象和你的表达方式成为你与观众之间的障碍。

在一个快节奏的世界里，人们有可能年纪轻轻便已经身居要职。竞选的政治人物进入或者淡出公众眼球的速度之快令人眩目。政治家们的前途有可能因为一次不成功的谈话而毁于一旦，从而成为晚间的头号新闻。相信你绝不愿意让自己的表达含糊不清，更不愿让自己因为这种原因而成为一个失败者。

艾德华·R·莫里在其早期的职业生涯中，已经意识到如何让自己在公共场合下的形象更为完美。他最初是出现在听众之间，然后他走向了电视观众，在晚年成为广播媒体业的开拓者之一（他的同行包括埃瑞克·瑟瑞德、沃尔特·克兰科特、查尔斯·克林伍德等许多其他著名的广播人）。在20世纪40年代，他独特的声音跨

越大洋，飘到上百万渴望了解欧洲大陆信息的美国人那里。后来，他又顺利地广播转向了电视新闻，他的形象，以及他那独特的烟斗很快就成为广大的电视观众所家喻户晓的形象。

作为一个杰出的新闻工作者、记者和分析家他广为人知。艾德华·R·莫里先生的成功得益于他的声音、形象和肢体语言。当他在广播电台工作的时候，他练就了一种非常浑厚的、能引起共鸣的声音，他知道如何利用40年代那老式的麦克风来取得讲话的最佳效果。那种通过声音充分表现出魅力的方式，使听众和观众们如醉如痴。他的简洁而不古板的谈话方式，他所使用的简短的停顿，以及访谈中他所提出的发人深思的问题都深深地吸引着他的听众。使他们对他的声音如饥似渴。转向



电视之后，他的简单、低调而毫不夸张的姿态，轻松而又发人深省的语言，向他的观众传达着诚恳和热情。而这种诚恳和热情又与他们所熟知的声音相伴相随。

几年之后，艾德华·R·莫里先生决定离开电视媒体，作为肯尼迪政府的顾问，也成为美国国家信息中心理事会主席。在他向CBS及其下属部门发表告别演说的时候，我正在电视工作室做化妆师。当时我们在观众席上所有的人有一种共同的感受：这个人将要和整整一个时代的人分享他的能力和信息。他象征着一个广播媒体时代的结束，也象征着一个崭新时代的开始。

↑
↑
↑
↑
↑
↑
↑
↑
肯尼迪演讲时
声色极佳，能
够深深打动听
众，这很大一
部分得益于他
良好的公众形
象。

塑造你的公众形象

媒体的力量

媒体在现实生活中一直有着重要的意义。在过去的一二十年里，媒体的影响力日益增长。约翰·F·肯尼迪被称为美国的第一任“电视总统”。从那以后，我们的总统和政治领导人开始使用媒体，当然有时滥用了其效力。

今天的新闻，尤其是电视新闻和有线服务，发展速度快得令人吃惊。常有新闻组织说新闻战的胜负取决于早于或迟于对手几秒钟。试想一下在1988年之后的轮番出现在电视新闻栏目中的总统辩论！媒体对世界的解释对大众思想的影响之大，可见一斑！

然而通过媒体和新闻报道覆盖的范围反映出的共同特征依然是人的生活 and 思想。每个人都是属于公众的人。无论处在什么样的环境里，良好的沟通能力都是一种重要的素质。

或许你从来不曾是丹尼尔·韦伯斯特，温斯顿·丘吉尔，约翰·F·肯尼迪和爱德华·马龙那样伟大的演说家，或许也从来不曾有听众像对马丁·路德那样对你怀有敬畏之心。然而，仅仅一点点的训练就会使你成为一个出色的演说家，成功地与人交流，就会使你成为吸引众多观众和听众的男性或女性形象，使你的谈话能够让人难以忘怀。

新媒体的力量不仅仅是取悦于公众，而且也是作为公众形象的个体所必须掌握媒体的能力要素。几乎是在眨眼之间，社会的“公众人”变成了“媒体人”。如何面对公众和新闻媒体确实是一种艺术，特别是在今天这样一个新闻即时更新的时代。但是，这又是一种你完全能够把握的艺术，不管你处于职业生涯的哪一个阶段，也不管你所从事的是一种什么样的职业，你完全可以把握这



丘吉尔，一个具有划时代意义的公众伟人。

种艺术。在你的职业领域里成就愈高，对你的期望也就越高，你也就越需要发展良好的交际和沟通能力。这就是本书的基本要义：帮助改善你的形象——在演播室、讲坛上或者在商务会谈中！

让更多的人认识你

你是否属于能够从本书中获得教益的那一类人呢？或许你刚刚开始了你的第一份工作；或许你工作数年，刚刚得到提升，正在考虑如何以新的形象和他人相处；或许你的工作非常成功，忽然发现你需要调和座谈小组的讨论，发表演说，颁发奖项，在电视上或广播上接受采访；或许你正在平生第一次竞选公职，或者说以前曾经担任公职，现在正为更高层次的职位而努力；或许你对自己出现在电视上的形象不满意。

无论你正在发布广播新闻，还是做电视的新闻评论员；无论是在做公司发言人，或者是刚刚提升的执行总裁或CEO；无论你是一个正在推广的旅游书的作者，一个外交官，一个大学的教授，一个国家协会的游说人员，或者是一位从业于演说圈子里的人士，一位公共关系官员；无论你是公司代言人，一位医生，一个律师，一位正被邀请在电视上或广播里发表评论的经济学家，或者是财政顾问，不动产的研究领域里的一个奇才；等等。这本书就是为你所写的。

或许你雄心勃勃，是一个崭露头角的年轻经理，希望自己经营的公司越做越大。但是，当你被邀请在一个又一个非常重要的场合出现的时候，你总是一次次的失误，比如你的头发剪得太短，还为你的黑色套装和白色的衬衫选择了一条大红的领带，你的报告潦草杂乱地写

在零碎的旧纸片上，带着它，你来到了会场；或者你正处于一个关键性的阶段，遭受着紧张恐惧的折磨，不知道如何不让别人注意到自己，使自己尽快放松下来。

不管你的现状如何，你将会在本书中发现一些东西，帮助你塑造更好的公众形象。

为什么要写这本书

30年的职业经历促使我撰写此书。在公众的场合中帮助人们改善他们的个人形象：他们的声音和表达习惯，以及他们掌握媒体的能力等等。可以说本书是我30年经验积累的精华。

我从业于20世纪50年代的中期，那是一个黑白电视、实况和现场电视广播作为纪录片系列的主体的时代。在工作之余，我制作了几个赢得艾美奖的教育电视节目，比如《另外的二十亿》和《法律聚焦》等等。

整整20年里，在华盛顿特区的两所主要的大学——乔治·华盛顿大学和美国大学里，我担任广播和电视部门的主任的职务。现在，我是一套全国发行的广播节目的制作人，就职于乔治大学——也在华盛顿。

在这些年的大部分时间里，作为电视化妆的艺术专家，我还就职于CBS新闻和其他的广播电视媒体。与我合作的人物主要有：丹·拉塞尔，沃尔特·赫罗凯特，艾瑞克·塞瓦尔德，查里史·库拉以及代尼·索叶等

乔治·华盛顿大学，以培养形象大师而闻名美国。



人。作为个人化妆的艺术专家，我出入于白宫，为5位在任美国总统化妆。他们是肯尼迪、约翰逊、福特、尼克松和卡特。

近年来，相当数量的角逐政府官员的政治人士，在他们的

任职期间，向我请教，聘请我做他们的媒体形象顾问。所有的事情：从为一场关键性的讲话在商店里寻找完美无缺的礼服和套装，检查衣橱为将要参加的活动找出颜色合适的衣服，把呆板的姿势改变成自然的动作，明确用身体的哪一个部位发声等等，都要精心安排。

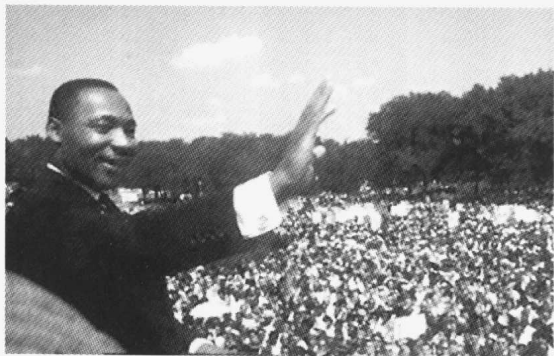
我曾经主持领导了几百个研讨会来探讨关于如何面对媒体，如何改善自我的形象，如何在公众场合下向商界领袖、国会议员以及其他群体发表讲话的问题。有些研讨会是专门为一些想了解关于公众形象的所有的事务的人士而设立，还有一些研讨会则是集中于声音和发表演讲方面的内容。在关于如何出现在电视摄像机前面的研讨会上，我们还常常在现场对每一个参与的人进行现场录像，并对结果进行评价。有时我仅仅就一个特殊的专题，组织一个研讨小组，也向一些新当选的国会议员建议，比如怎样着装、上电视的时候如何化妆、向公众发表讲话的时候怎样利用手势等等。

我还在美国信息中心的“美国之音”节目里担任语音和发言教师，同时，也为无数的个体和小组提供指导。

在媒体领域里工作的几十年间，我观察到，也体验到许多历史事件的第一手资料。我享受着与总统先生、国会议员、国外贵宾的友谊；我居于电视网络的顶端，目睹了马丁·路德·金向华盛顿的进发；我乘着空军一号和总统的自动摩托，与机要人士一起，为政治会谈服



福特总统一行
游览颐和园，
公众形象备受
瞩目。



黑人领袖马
丁·路德·金在
做激情演讲：
“我有一个梦
想”。

务；我也从电视新闻的控制室里目睹过空间发射和太空行走。

之所以撰写此书，是因为我在电视的幕前和幕后工作的多年中，从来没有一本书涵盖我在本书中所教授的内容：从整体上帮助人们全面改善他们的公众形象。事实上不管你是谁，你总有办法改善你的形象。

十二个常见问题

在一些全国性的专题学术讨论会上，人们常常反复问一些他们在公众形象上所出现的问题。往往仅是一些很小的事情阻碍着个体和观众之间的交流。如下是最常见的被问到的问题：

1、我应当穿什么样的衣服？（当我发表演说，出席商务会谈，或者出现在电视上的时候等等）

2、在公众场合出现的时候，什么样的颜色最好？

3、当我听到我的录制在录音磁带上的声音的时候，听起来并不像我所想的那样，而是变得刺耳，声调又高又尖，还带有鼻音。为什么我的声音听起来会是这样？

4、我的朋友和同事说我说话太快，他们难以理解我所说的内容。怎样才能够放慢我的说话速度，改善我的发音？

5、像我这样的年龄，发音能够改善吗？（比如音调低一些，不带有地方口音等等）

6、当我站起来对他人讲话时，哪怕是人数很少的一个小组，怎样做我才能够避免紧张？（讲话一旦开始，就好多了，但是我仍旧手心和额头都冒出汗来）

7、我怎样坐才更合适？（两条腿交叉，还是不交叉，身体前倾，还是向后仰，等等）

8、手应当如何放置？（把手放在口袋里，还是放在讲台上，放在会议桌上是否合适，或者干脆让它在视线之外）

9、当我发表讲话，做讲座报告的时候，怎样组织我的思路才不至于使它们漫无边际？

10、当被问到一個不愿意回答或者拒绝回答的问题时，我应当如何处理？如何应付一个不想发表意见的问题？如何面对一个不知道答案的问题？

11、我生平第一次被邀请上电视或出现在广播里，对此我感到紧张。在演播室里，人们希望我做些什么，进去之后，我应当怎么做？

12、我看到了电视里的自己，简直糟糕透了。为什么会是那样？（是因为我没有化妆，或者是衣服的颜色不合适，或者是因为我喷雾一样染色的头发）

本书将涉及以上所有的内容，也包含许多其他你可能遇到的问题。

随着你的公众形象的发展，你需要学会预料可能出现的情况。当你真正出现的时候，再做改变为时已晚。你没有时间再去换衣服，更没有时间再去重新撰写演讲词，也没有时间学习怎样坐在强烈的灯光下，面对摄像机的镜头。

本书将引导你一步一步地解决类似的这样一些问题。在公众场合应当如何穿着，什么样的颜色最好？女性在日常的生活中应当如何装扮？在电视里男性和女性应当如何化妆？以及其他一些涉及到你的个体形象的问题。

你将学会怎样使你说话的声音变得悦耳动听，如何