

GONGQINGTUANGANBU
MEILITISHENGSHIERFA

共青团干部 魅力提升 12法

主 编：吴 庆

中国青年出版社

GONGQINGTUANGANBU
MEILITISHENGSHIERFA

共青团干部 魅力提升 12法

主 编：吴 庆

中国青年出版社

(京)新登字083号

图书在版编目(CIP)数据

共青团干部魅力提升12法 / 吴庆主编. -- 北京: 中国青年出版社, 2011.1

ISBN 978-7-5006-9810-4

I. ①共… II. ①吴… III. ①中国共产主义青年团—共青团工作—干部教育—学习参考资料 IV. ①D297

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第009109号

选题策划: 北京七彩华夏管理咨询有限公司

责任编辑: 顾申

装帧设计: 正美书籍装帧设计部

中国青年出版社 出版 发行

社址: 北京东四12条21号 邮政编码: 100708

网址: www.cyp.com.cn

编辑部电话: (010) 57350505 门市部电话: (010) 57350370

三河市东兴印刷有限公司印刷 新华书店经销

700 × 1000 1/16 18.5印张 210千字

2011年2月北京第1版 2011年2月北京第1次印刷

定价: 35.80元

本图书如有印装质量问题, 请凭购书发票与质检部联系调换

联系电话: (010) 57350337

序

干部做工作，凡欲达良好之效果，均须具有三种力量：权力、能力、魅力。

权力，是党政领导机关赋予的特定职责权限，具有一定的权威性和强制性。如治理之权、管辖之权、组织之权。

能力，是理论付诸实践的运筹、决策与操作的技能技巧，具有很强的应用性。如统筹协调力、管理组织力、宣传鼓动力。

魅力，是凭自身素养与人格形成的一种精神力量，能够于无形中产生强撼的影响力、感染力和吸引力。

共青团干部，肩负党赋予共青团团结教育青年的职责和协助政府管理青年事务的职能，虽然具有一定的权威性，但在工作中却不能依靠于权力。因为，共青团有别于党政权力机关，其性质属于群众性团体，行使职能更多的应当是依靠能力与魅力。能力与魅力，是共青团干部开展工作获得成功的两大力量，不可或缺。然而，面对信息来源广、思考问题新、自我意识强的新一代青年，工作之成效可能更离不开魅力。一名团干部有了能力又具有魅力，能力的效果则可从青年的心悦诚服的凝聚中彰显，放大；有能力而缺魅力，不能给青年以精神的感染，形成不了对青年的吸引与凝聚，能力之效必将大打折扣，难免出现“劳而少功”的困窘。进入新世纪以来，广大团干部正因为有了这样的体验，越来越关注自身素养与人格的力量，越来越重视自身魅力的提升，并渴望得到指引。

中国青年政治学院共青团工作理论研究所吴庆所长主编的《共青团干部魅力提升十二法》，恰是适应了共青团工作当今的这一需要，满足了当代团干部提升魅力的需求。编写这本团干部读本，吴庆同他带领的团队做了大规模的调查和研究。他们到了北京、上海、天津、重庆、江苏、江西、安徽、山西、内蒙古、河南、广东、广西、湖北、湖南、河北、辽宁、吉林、四川、新疆、贵州、宁夏、福建等20多个省、市、自治区，采访了数百名团干部和团员青年。在采集大量第一手实例和数据的基础上，经过深一层的归纳和分析，总结出魅力提升12法。进而又召开“共青团干部魅力提升”专题研讨会，广集与会专家和来自共青团工作第一线的团干部们的智慧与建议，写出书稿。



当我读到这本书稿的时候，眼前不禁豁然一亮，没有料到提供给团干部的读物，竟能写得这般新颖活泼！细细品来，发现这本读物至少有四大引人之处。

其一是方法新颖到位。该书对团干部魅力的提升，总结出形象吸引法、语言感染法、热情融化法、知识征服法、兴趣融合法、时尚引领法、沟通协调法、能力推动法、责任感召法、真诚取信法、远见引导法、尊重归心法等十二种方法。可贵的是，这些方法都是来自实践的提炼，观点新颖，时代感强，颇合当今团干部的工作需要和渴求。

其二是格式新颖多样。该书一改以往有些团干部读物那种教科书式的章节格式，每一种方法的讲述有魅力原理、魅力妙招、魅力Model（多来自工作在第一线的团干部）、魅力对话（其中有名人经典、今人In语、团干部视角）、魅力拓展（其中介绍魅力著作或刊物、相关网站、相关影像），还有漫画插图，格式新颖活泼，满篇充盈着青春气息，颇合当今团干部的阅读兴趣和喜好。

其三是文字新颖生动。该书内容的文字表述，有历史积淀的话语，更有与时俱进的新说，青年流行文化中的词汇和语句结构，互联网等现代传媒中的精彩文语，能被择优吸纳，契合当今团干部的新鲜语境。各种方法中引用的团干部的体验与感悟，更有新鲜感人之功，颇合当今团干部崇尚平等交流和探讨的心境。

其四是知识新颖广博。该书涉及的知识面比较宽，对许多新的学科知识广有涉猎。经典语录、名人名言、当代青年名句、社会学、心理学、教育学、管理学、人才学、青年学、共青团工作理论，等等，古今中外，旁征博引，既增添了所述观点的思辨力和说服力，又使读者从中得到知识的陶冶，颇合当今团干部对知识的崇尚与追求。

这是一本多么难得的团干部读物！尽管其观点与内容仍有进一步完善精准的余地，但其告别“老八股”式的陈词滥调，以及摒弃“新八股”式的套话和空话所作出的努力，为团干部提供了一本思想性、知识性、实用性和可读性兼具的好读本，也为团干部读物的编写和出版探索了一条新路。

黄志坚

2010年9月27日完稿于常青斋

前 言

本书是一本基层共青团干部提升领导力特别是非权力性影响力的指导书。我们希望这本书的出版和发行能使基层团干部全面提升素质，从而推动全团基层活力。

我们为什么要研究共青团干部的魅力？当前，共青团组织的发展尤其要关注基层，关注凝聚最基层的广大团员青年，这是共青团履行职责、完成使命的时代要求。2008年，胡锦涛在同团中央十六届领导班子成员和团十六大部分代表座谈时明确指出：“团组织要大力加强自身建设，坚持眼睛向下、重心下移，力争使团的基层组织网络覆盖全体青年，使团的各项工作和活动影响全体青年，切实增强团组织的创造力、凝聚力、战斗力，更好地发挥共青团作为党联系青年的桥梁和纽带的作用。”要实现“两下两全三力”的工作目标，一靠全团上下统一的政策、制度、资源合力推进；二靠基层团组织的“自我奋斗”，而基层团组织的“自我奋斗”最主要需要依靠的“细胞”是基层团干部的发动能力，表现全团根本活力在基层团支部。什么是基层团干部凝聚青年，激发活力的秘方呢？从基层工作的实践看，一要靠先进思想的吸引，二靠对青年合理利益诉求的尊重和服务，三靠对青年特有兴趣的满足，四靠对青年未来职业生涯发展过程中所需要的社会化技能的培养，五靠广大团干部人格魅力和对青年的感情等重要因素才能实现。在这五条路径中，团干部的魅力因素是非常重要的基础，再先进的思想离开传授者的个人魅力都会变成枯燥的说教，而无论是对青年合理利益诉求的尊重和服务，还是青年特有兴趣的满足以及社会化技能的培养，如果缺乏团干部的魅力这一因素，总会事倍功半。普遍提升团干部的个人魅力，就能充分发挥他们的积极性，进一步活跃团的工作，从而赢得广大青年对团组织发自内心的认同，更好地吸引和凝聚广大青年。这也是我们近几年加强基层团干部魅力研究的原因。

究竟什么是魅力的实质？所谓魅力是指很能吸引人的力量。它如同一块拥有魔力的磁石，魅力能将所有人的目光、注意力甚至灵魂都吸引过去，从而造成深远的影响。人类对魅力的探讨已积累了一定的成果。西方古典管理理论的杰出代表亨利·法约尔将领导影响力划分为权力性影响力和非权力性影响力。

他说：“在一个领导人身上，人们应把属于权力规定的影响力和由于自己的智慧、经验、精神道德、指挥才能、所做的工作等决定的非权力性影响力区分开来。作为一个出色的领导人，非权力性影响力是权力性影响力的必要补充”。魅力从本质上讲就是这种非权力影响力，它是领导者自身的非权力因素所产生的自然影响力，是由领导者的人格因素引起的、为被领导者认可、以内驱力的形式影响和改变被领导者心理与行为的一种力量。而权力性影响力是权力因素在组织和社会的作用下而产生的强制性影响，以外推力的形式发生作用，具有不可抗拒性、强迫性和外在性的特点。但权力性影响力与领导者的职位高低、权力大小密切相关，对人的心理与行为的激励作用是有限的。非权力性影响力与权力性影响力相比，产生的基础十分广泛。它建立在被领导者对领导者的尊敬、依赖、钦佩、崇拜的基础上，为被领导者自觉自愿、心悦诚服的接受，不具有任何强制色彩和驱使感，所以常常能发挥权力性影响力所不能发挥的作用。德国著名社会学家马克斯·韦伯也重点研究了权力的来源，他把合法化理解作为一种社会现象，基于某一社会基础来考虑权力合法化是他对政治学的经典贡献。他在理论分析中将人类存在的权力形态分为以确立已久的习俗和传统为基础的传统型权威 (traditional authority)，以个体的人格力量，也就是人的超凡魅力为基础的魅力型权威 (charismatic authority) 和与界定清晰的一套法律规则为基础的法理型权威 (legal-rational authority)，在他的理论视野中魅力型权威是魅力的根本来源。研究领导科学理论的发展，我们可以看到，从领导发生理论（特质论）到领导形态理论（行为论）到领导生态理论（权变论），直至今天的柔性领导、愿景领导、价值观领导的盛行，领导学理论经历了“祛魅”理论到“返魅”理论的发展路径途径，应该讲，今天人们对领导力中的魅力问题越来越关注。结合当今中国现实，中国共产党正从革命党向执政党转变，从计划经济条件下的执政党向市场经济条件下的执政党转变，党的历史方位的转变对党的执政方式、领导方式以及党的领导干部提出了更高的要求，党的群众工作实现传统权力型运作向魅力型运作转变已是重要趋势。中国共青团是中国共产党的助手和后备军，是党的群众工作的重要载体，团的干部是党的青年干部的重要组成部分。毫无疑问，共青团干部也应该自觉地以新的视角来审视自己肩上的使命与责任，以新的更高的标准来要求自己，在实践过程中不断提升自己的个人魅力，顺应时代的转变。

如何开展共青团干部魅力研究？当前，有关共青团干部魅力的研究较为缺

乏。在经过前期科学论证及大量领导力及魅力文献查阅之后，我们开展了大量的实证研究及质的研究。从2008年6月开始，在中央团校（中国青年政治学院）团研所的指导下，依托中国青年政治学院团友会，我们在每年寒暑假期间组织中国青年政治学院的在校研究生和本科生回家乡开展了“走进共青团，走近魅力团干部”主题调研活动。同学们回到自己家乡各级团的组织，在地方团组织的帮助和推荐下，开展了大量的团干部个案调查。截至2010年7月，共组织了4批，共计414名同学走进了全国各地。同学们通过访谈、问卷调查与体验式调研等各种研究方法，搜集到了来自社区、企业、学校、机关以及农村的共576名一线团干部的魅力素材，同时也搜集了不少党政领导、团干部和基层青年群众对共青团干部的魅力认识与期望，撰写了总字数达60多万字的研究报告。2009年10月，在充分阅读与消化同学们搜集的第一手材料的基础上，我们运用词频分析法，提取了影响团干部魅力的相关因素，并召开了共青团干部魅力影响因素研讨会，对此进行充分的分析和论证。最后，我们锁定了形象、语言、热情、知识、兴趣、时尚、沟通、能力、责任、真诚、远见、尊重等12个影响团干部魅力的核心要素。随后，我们就这12个魅力要素，分别组成了12个魅力研究小组，在魅力大使（团友会各魅力专题的研究带头人）的带领下进行了进一步的细化研究，对照领导力研究主流理论完善理论框架，并在2010年寒假对这12个魅力要素进行了验证性和补充性的调研，得到了广大团干部的进一步认可，同时也进一步丰富了相关素材。2010年5月我们联合中国共青团网召开了首届共青团干部魅力论坛，对这些元素进行了进一步的研讨，这些研究成果在本书中都有所反映。

本书的章节体系设计是如何考虑的呢？这本书共分12章，每一章都围绕一个影响团干部的魅力因素展开，系统阐述了通过该要素提升团干部魅力的方法。每章都由“魅力漫画”、“魅力原理”、“魅力妙招”、“魅力model”、“魅力对话”、“魅力拓展”等6个部分组成。魅力漫画是在每一章开始之前的一幅漫画插图，通过一些反面的事例引发读者对该魅力要素的思考，激发阅读者的兴趣。魅力原理主要反映的是在这个魅力因素上的普遍理论原理和规律。魅力妙招是根据我们的调查研究总结的广大团干部通过该要素提升魅力的一些实用方法。魅力model介绍了一些从全国各地搜集的在该要素方面表现比较突出的团干部的典型事例。魅力对话汇集了古今中外关于该魅力要素的著名论断、流行评论和一线团干部特别是各团市委书记对该要素的理解与认识。魅力拓展是为了方便团干



部进行延伸学习而推荐了一些相关的书籍、刊物、网站及影视作品等供拓展参考。这样的一种编排既考虑了理论性，同时更考虑了对于基层团干部工作指导的实用性。既考虑该主题的理论严肃性，也追求实际编排的活泼性。这本书是集体智慧的结晶，它承载着我们为广大一线团干部提供一本理论严谨深刻、语言明快简练、方法生动实用的读物的良好愿望。本书可以供各级团干部提升自身领导力作为参考读物，也可供全团各类培训班作为辅助教材，同时也可供理论研究工作者作为研究青年领导力问题的基础文献。

共青团干部魅力研究如何继续推进？需要说明的是这本书是我们前期研究的一个初步成果，由于调研方法的局限，我们更愿意将其作为下一步深入研究的假设与开始。今后我们将进一步加大深入调研、验证假设、挖掘理论、外化成果的力度。我们知道，魅力的生动性、丰富性及内在关联是根本无法用简单的12个因素罗列所能概括。我们深知，无论从调研方法的丰富性、理论分析的严谨性、团干部个案的典型性等方面我们还存在着不小的差距，欢迎各界对本书提出宝贵的修改意见。同时我们也认识到，魅力研究基础在研究，重点在推动提升团干部素质。我们将在今后的研究基础上加大成果外化的力度。2010年5月，我们在前两次魅力研讨的基础上联合中国共青团网举办了2010年共青团干部魅力论坛，理论研究者 and 各行业的基层团干部聚集一堂，热议团干部魅力话题，取得了良好的效果。在这此论坛上，中国共青团网也开通了“走进活力团支部，走近魅力团干部”专门频道，反映魅力12法的研究理论成果，更加集中的展示了全团基层团支部和优秀团干部的事迹。人民网、《中国青年报》等媒体对此项活动都给予了专门报道。我们今后将在深化调研的基础上，不断对魅力进行研讨，并和中国共青团网一起办好魅力专栏，举办好每年的共青团干部魅力总论坛和各领域各地魅力分论坛，促进共青团干部魅力12法在全团的推广使用。同时我们将继续开发相关的出版物，举办专题培训班次，扩大魅力研究在全团的影响。希望通过这本书及相关活动铸就一批富有魅力的团干部，打造一批充满活力的团组织，从而激发全团基层活力，提升青年领导力！美国女诗人西尔维娅·普拉斯曾这样描述：“魅力有一种能使人开颜、消怒，并且悦人和迷人的神秘品质。它不像水龙头那样随开随关，突然迸发。它像根丝巧妙地编织在性格里，它闪闪发光，光明灿烂，经久不灭。”希望这本小书能把魅力编织在您的性格里，闪闪发光，光明灿烂，经久不灭。

感谢黄志坚老师对学生的厚爱，不吝笔墨写序，他永葆活力、大师风范的

魅力给了学生巨大的感染，也激励我继续前行。感谢中国青年出版社青年工作与青春读物图书编辑中心主任彭明榜编审对本书出版的支持及付出的辛苦劳动。感谢中国共青团网总编辑孙晔对魅力研究的支持及给予的宝贵平台，难忘孙总编身怀六甲参加我们魅力论坛开坛的感人情景。感谢全国各地各级团的书记们对本人的信任和对魅力研究的支持（书中各位职务为访谈员访谈时职务，特声明），本书魅力MODEL和团干部感言中集中了其中的一小部分，我们也无法一一列足，在此一并感谢。感谢我的助手白海玉同志出色的组织工作，感谢所有参与魅力调查和写作的中国青年政治学院的同学们，感谢团友会可爱的魅力12大使的辛勤工作。正是大家的支持和共同努力才有了今天的魅力成果。在我写作这篇序言的同时，中国青年政治学院团友会的150人正在全国各地基层开展第五轮的魅力调研。9月开学之后，他们又将满载全团最丰富的魅力成果回到学校，我们的研究组又将接受一次全团的魅力大餐。我深信，和原来一样，当我接近这些书面材料的时候，我就像走进了全团优秀基层团干部丰富的内心世界，浸润在他们的优秀和魅力中，这对我是一种莫大的幸福，同时我也深信我们所从事的事业的明天将更加辉煌。

吴庆

2010年8月8日于中央团校

目录

序 /1

前言 /3

第一章 形象吸引法 /1

第二章 语言感染法 /27

第三章 热情融化法 /45

第四章 知识征服法 /67

第五章 兴趣融合法 /93

第六章 时尚引领法 /113

第七章 沟通协调法 /133

第八章 能力推动法 /159

第九章 责任感召法 /189

第十章 真诚取信法 /217

第十一章 远见引导法 /243

第十二章 尊重归心法 /261



第一章 形象吸引法

共青团××委员会×××年总结会



魅力原理

Key words: 形象 晕轮效应 首因效应

什么是形象?《现代汉语词典》这样解释:能引起人的思想或感情活动的具体形状或姿态。

从心理学的角度来看:形象就是人们通过视觉、听觉、触觉、味觉等各种感觉器官在大脑中形成的关于某种事物的整体印象,简言之是知觉,即各种感觉的再现。个人形象,也就是一个人的外表或容貌。社会学者普遍认为一个人的形象在人格发展及社会关系中扮演着举足轻重的角色。综上所述,形象首先是指较浅层次的外化的形态、姿态和神态。根据《现代汉语词典》,形态指生物体的外部表现;姿态指姿势、样儿;神态指神情态度。其次,形象也指更高层次的,个人的文化水平、职业道德、精神风貌和仪表装束给社会的整体印象。

形象吸引法就是团干部通过精心设计自己的形态、姿态和神态,利用人的视觉功能来吸引别人注意进而促进工作开展的方法。俗话说,爱美之心,人皆有之。苏格拉底用更诗意的语言说:美是上帝的微笑。这个“美”,不仅仅是自己的美,别人的美,我们同样爱。端庄的容貌、得体的衣着和恰当的举止之美等等,对于周围的人来说,就是一种形象美,这种美能产生一种巨大的魅力,达成一种“不只是吸引”的效果。

同理,团组织要增强凝聚力,团干部就要增强魅力,团干部的形象就要得到提升。

在我国历史上,恐怕没有哪一个时代像今天这样普遍关注着形象美的问题,不但青年人讲求着装美、容妆美、体形美、肤色美、仪态美,许多中年人和老年人也饶有兴味地参加健美活动;不但女士们千方百计把自己打扮得更漂亮,男士们也越来越多追求美的风度;商店里化妆品琳琅满目,新潮服装日新月异……而这些,都是一种对美的追求!

人们对美的永无止境的追求,是因为一个人的外部形象如何,常常向人显示了他是谁,也显示了他的自我感觉如何。一个良好的形象,是他经意不经意间向周围的人传达的一种美的信息。那么,形象又是靠什么来吸引周围的人呢?人们又是为什么总是喜欢接近那些具有魅力的形象呢?这些都源自于两个有趣的现象:晕轮效应和首因效应。它们都属于心理学范畴。

晕轮效应，又称“光环效应”，指人们对他人的认知判断首先是根据个人的好恶得出的，然后再从这个判断推论出认知对象的其他品质的现象。人们对人的认知和判断往往只从局部出发，扩散而得出整体印象，也即常常以偏概全。如果认知对象被标明是“好”的，他就会被“好”的光圈笼罩着，并被赋予一切好的品质；如果认知对象被标明是“坏”的，他就会被“坏”的光圈笼罩着，他所有的品质都会被认为是坏的。当我们根据个体的某种特征如智力、社会活动力、外貌而形成对他的总体印象时，我们就受到了晕轮效应的影响。从心理学的角度看，晕轮效应的形成原因，与我们知觉特征之一——整体性有关。我们在知觉客观事物时，并不是对知觉对象的个别属性或部分孤立地进行感知的，而总是倾向于把具有不同属性、不同特征的对象知觉为一个统一的整体，这是因为知觉对象的各种属性和部分是有机地联系成一个复合刺激物的。心理学家戴恩做过一个这样的实验。他让被试看一些照片，照片上的人有的很有魅力，有的无魅力，有的中等。然后让被试在与魅力无关的特点方面评定这些人。结果表明，被试对有魅力的人比对无魅力的赋予更多理想的人格特征，如和蔼、沉着、好交际等。而另外一位心理学家则曾做过这样一个实验：向两组大学生分别出示同一个人的照片，并对第一组被试者说，照片上的人是一个大科学家；对第二组被试者说，照片上的人是一个恶贯满盈的罪犯，然后让两组学生描述照片上的人的人格特征。第一组的描述是：深陷的双眼，表示了他思想的深度；突出的下巴，体现了他在科学道路上克服困难的意志力。第二组的描述是：深陷的眼窝，证明了其内心的仇恨；突出的下巴，意味着他沿着犯罪道路走到底的决心。

晕轮效应不但常表现在以貌取人上，而且还常表现在以服装定地位，以初次言谈定人的才能与品德等方面。在晕轮效应的影响下，一个人的形象仪表自然成为了他的“标签”之一，一个良好的形象，也能成为他的光晕！

首因，指首次认知客体而在脑中留下的“第一印象”。首因效应，也称首次效应、优先效应、“第一印象”效应，指人们在第一次与某物或某人接触时会留下深刻的印象。第一印象作用最强，持续时间也最长，比以后得到的信息对整个事物产生印象的作用更强。

心理学家认为，客观事物给人的视觉的第一印象是形式感。人们对客观事物的认识过程，总是以感知其外部形态开始，再逐渐认识其本质的。在与人的交往过程中，特别是初次接触，仪表是一个重要的视觉感受的因素，通常被称

为第一印象或首因效应，它往往通过视觉的印象，给人留下这样或那样的心理感受，并影响人们之间或以后相互关系的发展。

《接触的最初4分钟》的作者提出，人们在彼此决定是否成为朋友时，接触的最初4分钟起着重要作用。若要给人以美好的印象，使人喜欢你，必须讲究仪表和风度。现在甚至有人提出了“前7秒印象”，在接触的前7秒钟，别人已经给你默默地打分了。在这4分钟，甚至7秒钟里面，你的能力素质、学识品格等内在因素是很难被挖掘出来的，这时，你的外在形象会起着关键作用。

在晕轮效应和首因效应的作用下，个人的形象的作用逐渐清晰。人都是感性的动物，当他们用理性在最初的接触中无法作出正确的判断时，他们宁愿相信自己的眼睛和耳朵，根据他们所看到的，所感受到的来评价他人。

当我们缅怀起被称为“东方美男子”的周恩来总理的时候，脑海里总是能浮现出他的风度翩翩、从容稳健、和蔼可亲。而这和总理曾经求学过的南开中学的容止格言是分不开的。“面必净、发必理、衣必整、纽必结，头容正、肩容平、胸容宽、背容直，气象：勿傲、勿暴、勿怠，颜色：宜和、宜静、宜庄。”面、发、衣、纽从形态方面对形象作出了规定；头、肩、胸、背从姿态方面对形象作出了规定；而气象和颜色则从神态方面作出规定。总理用毕生去践行了这条40字的格言，也用他永恒的魅力赢得了世界人民的尊敬。

美国前总统克林顿的夫人希拉里，现在的美国国务卿，在克林顿当选总统之前，曾是女权运动者。她的服装无意识中就展示了女权运动者的形象，她戴着学究式的黑色宽边眼镜，穿着具有女权主义形象的大格子西服。这种形象违背了美国人心目中高贵、优雅、母性的第一夫人的形象，曾一度影响了克林顿的选票。新的形象设计班子顺应美国人民的心理，用充满女性韵味的色彩时装代替了男性化的、乏味的女权主义服饰，为她设计了时尚的发式；用隐形眼镜换掉了迂腐的、学究式的黑边眼镜；用温和改良主义的言辞代替了激进、偏激的语言。希拉里的新形象接近了美国选民对于第一夫人的期望，她展示出的既有女性独特魅力又有女性的独立、强大和智慧的第一夫人的形象为克林顿的政治形象增添了不可磨灭的光彩。一位美国人就是由于对希拉里的喜爱而把选票投给了克林顿。世界上的成功者及领导者努力在外表上塑造“像个领袖”的例子数不胜数。

有个有趣的研究：缺乏吸引力的男子较英俊的同事少赚15%；长相一般的秘书比漂亮的秘书收入少15%。调查数据一经发布，马上在职场引起关注，“人