

说方法 讲技巧 引案例 谈启示

XINMEITI SHIDAI

LINGDAO ZHUOYUE XINGXIANG SUZAO FANGFA JIQIAO

YU ANLI QISHI



新媒体时代 领导卓越形象塑造方法技巧 与案例启示

周 滨◎主编



人 民 出 版 社

C933

118

4922494

说方法 讲技巧 引案例 谈启示

XINMEITI SHIDAI

LINGDAO ZHUOYUE ~~XINXIANG SUZAO FANGFA~~ JIQIAO

YU ANLI QISHI



新媒体时代

领导卓越形象塑造方法技巧
与案例启示

周 滨◎主编



人 民 教 育 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

新媒体时代领导卓越形象塑造方法技巧与案例启示 / 周滨主编. —北京: 人民出版社, 2014. 3

ISBN 978 - 7 - 01 - 013232 - 7

I. ①新… II. ①周… III. ①领导人员 - 形象 - 设计 IV. ①C933

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 039622 号

新媒体时代领导卓越形象塑造方法技巧与案例启示

XINMEITI SHIDAI LINGDAO ZHUOYUE XINGXIANG SUZAO FANGFA JIQIAO YU ANLI QISHI

周 滨 主编

策划编辑: 刘智宏

责任编辑: 刘智宏 卢 典

出版发行: 人民出版社

地 址: 北京市东城区隆福寺街 99 号

邮 编: 100706

网 址: [http://www. peoplepress. net](http://www.peoplepress.net)

邮购电话: (010) 65250042/65289539

经 销: 新华书店

印 刷: 北京佳顺印务有限公司

版 次: 2014 年 3 月第 1 版 2014 年 3 月北京第 1 次印刷

开 本: 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张: 14.5

字 数: 180 千字

书 号: ISBN 978 - 7 - 01 - 013232 - 7

定 价: 38.00 元

版权所有 · 侵权必究

凡购买本社图书, 如有印制质量问题, 我社负责调换。

服务电话: (010) 65250042

前 言

领导形象是领导在公众面前公开树立的一面旗帜，是有效实施领导行为的无形资产。毛泽东、周恩来、邓小平等老一辈无产阶级革命家在领导形象塑造方面做得都十分出色。他们从对时局的认识到对战略战役的运筹帷幄，从危险时刻不顾个人安危到对战友和人民关爱备至，从面对艰难险阻的乐观主义精神到对革命胜利充满信心，时时处处展现出对党的事业忠心耿耿、对人民高度负责、对自己严格要求的光辉形象。

在新媒体时代，领导所面临的领导环境和领导任务都发生了巨大的变化，决策与行政的过程都不可能完全脱离以互联网为代表的新兴媒体信息，传统的领导形象正迎接新的挑战，怎样适应新时代的前进步伐，如何塑造与时俱进、与公众期待相一致的领导形象，是各级各部门的领导必须面对的重要问题。本书从领导形象在新媒体时代受到的挑战及新媒体时代对领导形象的总体要求谈起，逐一探讨领导在整体形象、个人形象、媒体形象、危机处理形象、公众形象、勤政为民形象、求真务实形象、清正廉洁形象的塑造方法与技巧，并结合具体案例进行分析，帮助领导在

新媒体时代强化形象意识，塑造良好形象，更高效地实施领导行为。

本书第一、二章为总论，总体说明新媒体时代对领导形象的挑战与要求；第三章至第十章为分论，从八个方面具体探讨领导形象塑造方法与技巧。

CONTENTS 目 录

前言	1
----------	---

第一章 新媒体时代对领导形象的挑战	1
-------------------------	---

一、领导形象的内涵与特征	2
--------------------	---

二、新媒体时代领导形象面临的挑战	8
------------------------	---

三、新媒体时代领导应对挑战的策略	13
------------------------	----

【案例与启示】

广东 21 名书记市长现场考核看微博上 QQ 能力	19
---------------------------------	----

俄罗斯总理称官员不会用电脑都应被免职	20
--------------------------	----

葛景栋：政府和官员会不会用微博是检验执政 能力的重要指标	21
---------------------------------------	----

第二章 新媒体时代领导形象塑造的总体要求	25
----------------------------	----

一、新媒体时代领导形象的方位	26
----------------------	----



二、新媒体时代领导形象塑造的基本原则·····	31
-------------------------	----

三、领导应对新媒体的能力要求·····	38
---------------------	----

【案例与启示】

伍皓：微博拥有众粉丝 灌输式宣传不适应

新形势·····	43
----------	----

第三章 领导良好的整体形象塑造 ····· 51

一、人民群众是领导整体形象的裁判·····	52
-----------------------	----

二、影响领导整体形象的主要因素·····	55
----------------------	----

三、注重培养“四气”，塑造领导整体新形象·····	58
---------------------------	----

【案例与启示】

浙江省直机关党员干部践行群众路线先进事迹·····	66
---------------------------	----

第四章 领导良好的个人形象塑造 ····· 75

一、领导个人形象的关键要素·····	76
--------------------	----

二、领导塑造个人形象应把握重要环节·····	87
------------------------	----

三、领导树立良好个人形象的路径·····	90
----------------------	----

【案例与启示】

领导干部该有怎样的“形象意识”·····	97
----------------------	----

第五章 领导良好的媒体形象塑造 ····· 101

一、新媒体时代对领导媒体形象的新要求·····	102
-------------------------	-----

二、领导要以新形象面对媒体·····	107
--------------------	-----

三、领导塑造良好媒体形象的关键：提升媒介素养·····	110
-----------------------------	-----

【案例与启示】

为“网络问政”喝彩——善待网民和网络舆论 117

第六章 领导良好的危机处理形象塑造 121

一、危机处理与领导形象的内在联系 122

二、危机处理中领导形象面临的问题 125

三、危机处理中领导应具备的能力 131

四、塑造危机处理中良好领导形象的建议 134

【案例与启示】

处置群体性事件需要新思维 137

第七章 领导良好的公众形象塑造 141

一、领导一定要注重公众形象 142

二、领导公众形象的含义 145

三、领导应具备的公众形象 148

四、领导良好公众形象的塑造方法 153

【案例与启示】

坚守共产党人的精神家园——对四位领导干部

先进典型的追忆与重访 157

第八章 领导良好的勤政为民形象塑造 163

一、树立勤政为民形象关键要有执政为民的理念 164

二、领导树立勤政为民形象要加强作风建设 168

三、领导树立勤政为民形象要牢记群众观 172



四、勤接地气方能树立勤政为民形象	175
------------------------	-----

【案例与启示】

官高权重不忘本的为民书记郑培民	178
-----------------------	-----

第九章 领导良好的求真务实形象塑造	183
-------------------------	-----

一、求真务实是领导形象的本质要求	184
------------------------	-----

二、领导应做求真务实的表率	191
---------------------	-----

三、领导树立求真务实形象的基本要求	194
-------------------------	-----

【案例与启示】

寒梅傲雪——记南京检察院预防处处长林志梅	199
----------------------------	-----

第十章 领导良好的清正廉洁形象塑造	205
-------------------------	-----

一、领导塑造清正廉洁形象的路径	206
-----------------------	-----

二、领导清正廉洁的重大意义	210
---------------------	-----

三、领导树立清正廉洁形象的新要求	213
------------------------	-----

【案例与启示】

并非钱多就能安享晚年	220
------------------	-----

第一章

新媒体时代对领导形象的挑战

当今时代，新媒体的种类和形式越来越多，人们获取信息的渠道越来越即时化、多样化、便捷化、国际化。因此，更要充分认识以互联网为代表的新媒体对领导形象带来的挑战，迅速提高领导应对新媒体的能力。应对新媒体的问题，实质是应对民意、民权的问题。及时、有效、主动地应对新媒体，是领导能力建设面临的一个重要课题。要解决好这一课题，就必须充分认识新媒体舆论的特征及风险性，创新新媒体环境下的执政策略、方式和方法，运用高超的智慧和艺术处理新媒体反映的民意诉求。如果依然采用传统的工作方式、方法与手段来应对新媒体环境的挑战，是难以达到预期效果的。



一、领导形象的内涵与特征

（一）领导形象的内涵

所谓领导形象，主要是指领导自身修养的外在表现，它主要反映领导在行政过程中所形成的个性特征、行政风格、领导方法及工作作风，内容包括领导的仪容仪表、品德形象、亲民形象、用权形象、用人形象等各个方面。我国宋代政治家、史学家司马光在《资治通鉴》中记载：“上神采英毅，群臣进见者，皆失举措；上知之，每见人奏事，必假以辞色，冀闻规谏。”这里说的就是唐太宗处理公务时的形象。

领导经常出现在公共场合，形象的塑造就显得尤为重要。领导者是“领导”的人格化，是领导权力的化身。领导形象体现了公共性和社会性，它是一种附着了公共性要素的社会性形象。

在现代行政流程中，领导形象、政府形象、党的形象、国家形象是紧密关联的。领导形象是政府形象、党的形象的一种标识、一种代表，是领导力的组成部分；政府形象则是国家形象的一部分，有时则代表着国家形象。国家形象作为一种软实力，是国家综合竞争力的重要内容。今天，国家形象—政府形象—领导形象

事实上已成为一个统一体。

人类领导实践的历史过程表明,领导形象是人们认识领导的窗口。尽管领导行为日益烦杂,但最终人们还是通过简约化的图像方式作为认知媒介,以这种方式审度和评价领导行为。领导形象就是其领导行为、领导生涯的图像。一名领导的领导能力、领导作风、领导人格、领导业绩,常常通过其形象展现出来。领导人格是抽象的,领导形象则是具体的。

(二) 领导形象的特征

一个领导的形象,是内在因素与外在因素的综合反映。虽然外部形象十分重要,但内在形象往往起着决定性的作用,领导的形象取决于其内在素质而不是其外在的修饰。品德和才能不论缺少哪一项,领导形象都会大打折扣。既没有造福社会的能力,也没有服务人民的心,显然不可能胜任领导工作。良好的品行是从政之本。领导作为社会的领导者、示范者,其凝聚力和感召力主要来自个人品德和才干,而不是官位和权力。领导要想不混同于普通群众,为群众所拥戴,必须具备优秀的品德和出众的才干,以树立个人良好的形象。领导形象的特征主要包括其政德建设、外部与内在形象的统一、多维性等方面。

1. 领导形象的政德建设

领导形象的本质是由其内在政德所决定的。西方古典共和主义先哲们把人内质方面的美德放在重要位置。他们指出,美德决定命运,也可以战胜命运;当美德败坏之时,也就是政治衰亡之时。可以说,一个领导的内在政德决定了他事业的高度,决定了



他领导效能、领导业绩的状况乃至整个领导生涯的面貌。如果领导有良好的政德品格，有令人钦佩的文化价值观和能够看得见的政德境界，才能够形成真正意义上的领导强势形象。所以，不管是从事什么工作的领导，都必须意识到涵养自身的政德品格，远比任何外在的包装重要得多。

官德隆，民德昌；官德毁，民德降。领导的政德建设对全社会具有重要的示范和导向作用。随着时代的发展，一大批年轻干部陆续走上新的领导岗位，形成新的领导班子，更需要良好的政德形象引领社会思想道德。领导手中掌握人民赋予的公权力，其道德修养对普通民众有巨大的示范作用，一言一行都具有强大的导向功能，直接影响和带动着全社会的思想道德风尚。

无论时代如何变迁，领导常修为政之德永不能消退，这是每一名党员干部为官从政的基本要求。我们党历来重视党员干部政德建设，培养出焦裕禄、孔繁森、郑培民、王彦生、沈浩、杨善洲等大批清正廉洁、官德高尚的时代先锋和人民公仆。但也毋庸讳言，当下以权谋私、利欲熏心，欺上瞒下、目无法纪，麻木不仁、作威作福等现象在一些领导身上也时有发生，严重败坏了社会风气、侵蚀了社会道德、损害了领导的形象。

当前，我国正处于社会大发展、利益大调整、矛盾大凸显的社会转型期。实现推动科学发展、促进社会和谐的目标，加强领导的作风建设，提高领导政德修养刻不容缓。

政德，是领导的人生追求、价值取向，是为官之魂、从政之本。加强领导政德建设，核心在于始终坚持立党为公、执政为民，自觉做到权为民所用、利为民所谋、情为民所系，真心拥护、认

真执行党的理论、路线、方针、政策，在大是大非前清醒坚定、毫不动摇；在急难险重任务前率先垂范、挺身而出，在矛盾纠纷前迎难而上、积极调处；在对待人民利益上真心维护、不侵不占；在个人名利上淡然处之、不争不夺。归根到底，就是要正确处理是与非、公与私、真与假、虚与实的关系，以高尚的政德引领社会思想道德。

2. 领导形象的外部与内在的有机统一

领导形象可以分为外部形象和内在形象两个方面。可以说，领导形象首先展现在公众面前的是他的外部形象。领导的外部形象，即是领导仪表风度、言谈举止、服饰穿戴等的展示，是其内在形象的外在化。外部形象是领导个人增强其识别性的重要方面。一个人的着装往往能从一个侧面传递出一个人的修养、性格、气质、爱好和追求。以服饰为例，服饰是一种文化现象，是一种无声语言。如果领导想让别人正确对待自己的话，自己就必须穿得像一个领导。

随着社会交往的日益丰富以及人们生活节奏的日益加快，人们在交往互动中，在重视内容的基础上已越来越注重形式和形象，交往互动日渐符号化、形式化。因此，领导的外部形象已成为领导对外交往的“名片”。翩翩的仪表风度、不俗的言谈举止、得体的服饰穿戴等外部形象所展示的个人魅力，是领导赢得他人亲近、认同和尊重的重要因素。

在现代社会，几乎任何一种物质形态的东西都具有被包装的可能性特征。形象包装是领导舞台上的化妆术。事实表明，领导的日常行为举止，是需要通过行政包装技术的指导进行优化的。



在现代国家的政治与行政过程中，行政包装因其场景需求而有其客观价值。英国前首相撒切尔夫人在担任英国首相之初，说话语调尖利、举止咄咄逼人，形象过于刻板严峻。按照形象顾问的建议，撒切尔后来对自身行为作出了调适。她在接受媒体访问时，注意语音语调的“适中”并保持多样化，而坐着谈话的姿势，也由过去她比较习惯的“后靠姿势”改为“前倾姿势”。这样就使形象细节得到了改进，表现出了既刚毅果敢，又亲切自然、富有人情味的一面。

总的来说，领导的内在形象与外部形象是有机统一的，内在形象以外在形象为载体，外在形象以内在形象为根据。内在形象通过人的实践活动将其内在世界对象化于外在世界，借助个体的仪表风度、言谈举止、服饰穿戴等外在形象而得以展露，从而达内外统一的和谐美。

3. 领导形象的多维性

领导形象的多维性主要有两方面含义：一是指形象构成的多维性。根据我们的理解，领导公共形象具有物理形象与伦理形象、外表形象与内质形象、生理形象与心理形象、职业形象与职余形象的不同类别和构成；二是指社会中的任何人不只有一种形象，他们在不同的社会生活中会展现其不同的侧面和不同形象的特质。

我国当代著名作家茅盾在他的作品中说过：一个人在卧室里对待他的夫人是一种面目，在客厅里接见他的朋友亲戚又是一种面目，在写字间里见他的上司或下属又另有一种面目，他独自关在一间房里盘算心事的时候更有别人不大见得到的一种面目。这就是人的形象多维性的特点。同样，学者刘再复在《性格组合

论》中也指出：英雄在一种空间系统中可能是个凡人，而在另一种系统中则可能是一个豪杰。作为一个豪杰，可能在科学的系统中是个巨人，而在政治系统中则可能是个呆子；他可能在艺术系统中是个骑士，而在家庭系统中则是个懦夫；也可能在战争环境中是个无所畏惧的战士，而在爱情领域上却是一个优柔寡断的稚子；也可能在平常的空间环境中十分凶猛，而在非常的空间环境中则变得胆怯。

另外，一个人在某方面的形象也许是平庸的，在另一方面可能是光彩夺目的，这也反映出人的形象信息方面的某种多维性特点。比如 59 岁的美国前副总统戈尔在任时，他的政治家形象由于其过多的技术官僚的“木头人”形象而广受舆论讥讽，但戈尔作为社会活动家在世界环保方面获得的光辉形象，却令人大加赞赏。这或许正如一句西方谚语所说的：上帝在关闭一扇门的同时，又开启了一扇窗。由于人的形象的多维性，一个人一种形象的干枯，也许他的另一面形象是丰富的、出众的、优胜的。领导形象也不例外，领导形象的多维性决定了领导的多面性，同样也决定了领导外部包装的重要性，如果领导对其善加利用，将对领导工作大有裨益。



二、新媒体时代领导形象面临的挑战

新媒体是相对于传统媒体而言一个不断变化的概念，是依托于网络通信的数字化复合媒体形态。与传统媒体相比，新媒体有三个特征：一是意见主体隐匿、自由、分散，网络发表意见门槛低，不需要提供真实的个人信息；二是传播渠道多元、共生、交互，有论坛、贴吧、博客、播客、网络杂志、手机报、手机电视等多种传播渠道形式；三是网络内容海量、散乱、复杂，由于网络的自由性、开放性和网民的个性化，在网络舆论中理智与非理智、建设性与破坏性鱼龙混杂。

（一）新媒体正在改变和影响人们的思想和行为方式，使领导干部传统的工作方法受到冲击

新媒体不仅融合了以往所有的文化传播形态，而且正在颠覆人类传统的工作生活方式、经济交易方式、政治博弈方式以及意识形态领导方式，更重要的是网络新媒体发展对政治的直接影响也越来越大，新媒体不断更新大众获得政治新闻的方式。在互联网世界里，某种意义上人人都是“把关人”和“档案管理人员”。网络把政治人物放到显微镜下，没有人能够准确估量网络言论的潜在影响。尽管有严密的监管和审查措施，互联网还是中国最自