

<<形象塑造>>

图书基本信息

书名：<<形象塑造>>

13位ISBN编号：9787801409980

10位ISBN编号：7801409981

出版时间：2011-3

出版时间：国家行政学院

作者：孙彦彬

页数：270

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<形象塑造>>

内容概要

领导者是单位、组织、企业形象的代表，他的一言一行、一举一动都折射出单位、组织、企业的总体风格特征。

领导形象是指公众对领导者的总体看法和评价，它既包括领导者的外在形象，如领导者的仪表、气质、工作方法和作风、交际方式等，又包括领导者的内在素质形象，如理论水平、决策能力、创新精神、道德水平、信念和意志力等。

领导者形象的塑造问题，关乎自己，关乎事业，已成为一个社会的热点问题。因此，加强对领导者形象塑造的研究，有利于拓宽领导者的视野，使领导者加深对自身形象修养及其特征的认识，也有利于掌握塑造良好的领导者形象的原则。

本书从领导者应该呈现的外在形象，到领导者应该具备的内在素质进行全面剖析和阐述，为领导者塑造良好的自身形象提供一个基本的、全面的、实用的指引。

<<形象塑造>>

书籍目录

第一章 良好的形象是人生的宝贵财富一、形象的内涵与特征1.形象的内涵2.形象的内质性3.形象的外部性4.形象的多维性二、富有魅力的形象是人特有的品牌1.形象具有一定的导向作用2.良好的形象在信息时代尤为重要3.公众对富有魅力的形象的期待4.树立自己的品牌形象三、良好的形象有利于树立权威1.权威是一种使人信服的力量和威望2.权力和良好形象的结合构成领导权威3.良好的形象可以帮助领导者树立偶像地位4.良好的形象能够获取公众的政治认同第二章 良好的外部形象的设计一、仪容形象的设计1.什么是仪容美2.仪容修饰需要从“头”做起3.面容的修饰和美化4.巧妙地运用眼神和目光二、着装形象的设计1.着装要与自身条件相符合2.着装要与场合相一致3.男性穿着西装的基本要求4.女性佩戴饰品的若干要求5.着装的若干禁忌三、行为举止形象的设计1.举止大方能添个人的魅力2.日常交际中常用的手势3.站姿要挺拔,走姿要洒脱4.坐姿要端庄,蹲姿要优雅5.握手的方式与细节不可忽视6.不同场合下的行为举止要求7.行为举止的若干禁忌四、风度形象的设计1.高雅的风度为形象锦上添花2.风度形象与自信密不可分3.通过提升精神状态来提高风度形象4.微笑来展示风度魅力第三章 良好的内在形象的塑造一、品德形象的塑造1.良好的品德是一个人的立人之本2.仁善是树立品德形象的首要要求3.讲求诚信是个人品德的重要组成部分4.在工作中要注意尊重他人5.清正廉洁是一个人应有的品质二、知识形象的塑造1.塑造热爱读书的良好形象2.不仅要多读书,而且要读好书3.用零星的闲暇时间换来宝贵的知识4.建立和培养良好的阅读习惯5.善于在实践中不断学习,丰富知识三、性格形象的塑造1.以热情感染他人2.乐观开朗,培养快乐的习惯3.谦逊待人,彰显人格魅力4.理直气和,善于控制自己的情绪5.从谏如流,勇于自省改过四、才能形象的塑造1.处事果断,具有过硬的组织与协调能力2.开拓进取,具有不断创新的能力3.能言善说,具有流畅口才的能力4.下笔如有神,具有良好的文字表达能力五、健康心理形象的塑造1.以健康的心理塑造良好形象2.培养积极心态,克服悲观情绪3.心胸豁达,拥有一颗包容之心4.洁身自好,以保持内心的坦荡5.笑纳他人的批评,不存报复之心第四章 领导者良好的亲民形象的塑造一、领导者保持普通人本色形象的塑造1.普通人本色是社会对领导者的一种期待2.领导者保持普通人本色方可平易近人3.向老一辈革命家学习,塑造谦逊的普通人形象4.在减少“三公”开支方面作出表率5.去除骄横形象,任何时候都不要得意忘形二、领导者亲民爱民形象的塑造1.时刻牢记权力来自于民,理应服务于民2.以人为本,将人民置于崇高地位3.近民、亲民?领导者要具有亲和力4.常下基层调研,多多地体察民情三、领导者关心百姓疾苦形象的塑造1.要树立与人民同甘共苦的形象2.做好民生工作,让老百姓有尊严地生活3.放下架子,全心全意地为百姓做实事第五章 良好的公务形象的塑造一、忠于职守的敬业形象的塑造1.忠于职守,具有强烈的事业心和责任感2.锐意进取,在工作中敢想敢干3.处变不惊,下属共同解决问题4.不徇私情,严惩玩忽职守的下属二、勤于公务的勤政形象的塑造1.成为勤奋工作的典范2.踏实肯干,务实高效3.坚决克服办事拖拉的不良习惯三、遵规守纪按章办事形象的塑造1.加强遵规守纪的作风建设2.按章办事,自觉接受监督3.健全民主集中制的工作程序4.让下属养成按章办事的习惯四、求真务实、说实话、办实事形象的塑造1.坚持求真务实,反对急功近利2.诚实、中肯,要说实话、办实事3.树立良好的公文形象,反对“党八股”4.树立良好的会议形象,反对“泱泱会海”第六章 良好的用权形象的塑造一、公正用权形象的塑造1.公正用权方可减少施政上的羁绊2.树立科学、民主的决策形象3.主动将权力放在阳光下运行4.让老实人踏实,让实干者舒心5.既要授权,又要负责二、权为民用形象的塑造1.为民掌权,坚定执政为民的信念2.切实做到立党为公,执政为民3.处理好执政为民与个人利益的关系4.努力为民办实事,办难事5.主动接受人民群众的监督三、依法依规用权形象的塑造1.树立公德意识,从思想根源上杜绝腐败2.胸襟坦荡,做一名正直的领导者3.预防权力崇拜,纠正权力崇拜4.洁身自好,树立清正廉洁形象5.抵制诱惑,增强拒腐防变能力第七章 领导者良好的用人形象的塑造一、领导者爱才形象的塑造1.真诚地尊重和关心下属人才2.为人才创造发挥才能的良好环境3.充分信任和鼓励下属人才4.领导者要努力与下属打成一片5.心胸宽广,领导者?忌嫉贤妒能二、领导者用人形象的塑造1.善于用人所长,做到才尽其用2.立足整体效能,对人才进行优化组合3.坚决抵制选人用人中的不正之风三、领导者励人形象的塑造1.称赞下属的每一个进步2.适当地给下属戴一顶“高帽”3.牢记每一位下属的名字4.面对错误,领导者要敢于自己承担责任四、领导者管人形象的塑造1.对下属一视同仁,公平对待2.间接委婉地指出下属的错误3.批评下属要选择恰当的时机4.从容地管理不同类型的下属第八章 良好的人际关系形象的塑造一、少命令、多沟通形象的塑造1.人际合作需要建立在良好沟通上2.不要将自己的意见强加于下属3.在工作中多用请求,少用命令4.通

<<形象塑造>>

过沟通化解与下属之间的矛盾?、尊重他人、不专横武断形象的塑造1.谦逊才容易被接纳和认同2.亲密接触,学会跟下属交朋友3.给他人说话的机会4.不要轻易地指责别人三、团结他人、便于合作形象的塑造1.合作才有力量,合作才能成就大事2.只有互惠互利,才能走向成功3.化敌为友,有利于工作中的合作

第九章 良好的口才形象的塑造

一、善于语言表达形象的塑造1.语言表达是领导者公共形象的显性表现2.从“念稿”、“套话”到“解读”、“演说”3.语言表达要讲究条理清晰,有条不紊4.语言表达应当精心遣词,悉心表述

二、富有语言激情形象的塑造1.用充满激情的语言打动人心2.讲话需要驾驭语气,引人入胜3.巧妙地运用语调,扣住听者的心弦4.让自己的语言精彩纷呈的五个妙招

三、会议讲话形象的塑造1.会议讲话应当言简意赅,通俗易懂2.如何使自己的会议讲话更精彩3.选用丰富、生动、典型的话料4.会议讲话应当做到入情入理和生动5.会议演说:既说又演,声情并茂6.演讲中如何入题、破题与点题7.演讲要紧紧抓住听众的心理

四、语言幽默形象的塑造1.幽默可以增加个人魅力2.幽默是展现才华的途径3.培养幽默细胞,练就风趣口才4.语言幽默、风趣需要讲究技巧5.恰到好处,注意把握幽默的分寸

<<形象塑造>>

章节摘录

版权页：第一章 良好的形象是人生的宝贵财富在当今这样一个信息传达畅通、信息渠道多元的时代，领导者的形象日受瞩目。

公众对领导者良好形象的要求也日益凸显。

领导者不仅要恪尽职守，还要留意自己的公共形象；不仅要做到衣着整齐，还要做到谈吐得体；不仅要气宇轩昂，还要秀外慧中。

良好的形象能使领导者更好地履行领导职责，能够有效地影响下属和民众。

可以说，良好的形象是领导者的宝贵财富。

一、形象的内涵与特征1?形象的内涵所谓领导者形象，主要是指领导者自身修养的外在表现，它主要反映着领导者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。

内容主要包括领导者的仪容仪表、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。

领导者经常出现在公共场合，因此，领导者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。

领导者形象，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，领导者形象、政府形象、党的形象、国家形象是相互紧密关联的。

领导者形象是政府形象、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，有时则代表了国家形象。

而国家形象是一种软实力，是国家综合竞争力的重要内容。

今天，国家形象-政府形象-领导者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，领导者形象是人们认识领导者的窗口。

尽管领导行为日益纷繁，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者行为。

领导者形象就是其领导行为、领导生涯的图像。

一名领导者的领导能力、领导作风、领导人格、领导业绩，常常通过其形象表达、展现出来。

领导人格是抽象的，领导者形象则是具体的。

古往今来，领导者使人“服从”的因素，有三种力量在共同地起着作用：权力的力量。

权力是一种迫使他人作出某种行为的?量。

领导权力也就是领导职位所拥有的支配和强迫他人的力量。

这是一种刚性的力量，也是一种浅显的力量。

因为权力可以使人“服从”，但不一定能使人“认同”。

权力的强制性可能会使人顺从，但却得不到人们的忠诚。

真理的力量。

通俗地说，所谓真理，是真正的“道理”，亦即人们经反复验证而被广泛接受的事实或客观定律。

真理的力量是真理所具有的事实说服力和使人服从的力量。

如果说权力是一种刚性的强制力量，那么真理是一种中性的说服力量，处于刚性与柔性之间。

它既有刚性的一面，也有柔性的一面。

人?可以服从它，当然也可以违背它。

人格的力量。

所谓人格的力量就是人格魅力产生的使人“服从”的折服力。

这种力量是产生于人们内心的。

人类大量领导事务的经历表明，领导作为一种涉及公共利益的行为过程，不仅要有权力的力量、真理的力量，更得有人格的力量。

而人格的力量常常是真理力量的折射、体现和演绎。

<<形象塑造>>

人格的力量是领导行为过程中的内质力量，这种力量如春风化雨，细雨润物，所谓“以力服人者，非心服也，力不瞻也；以德服人者，心悦诚服也”。

《孟子》中说的“仁者无敌”，《三国志》中说的“惟德惟贤，能服于人”，都是这个意思。

人格的力量虽没有强制力，但它却是一种长久而使人内心折服的力量。

如果说权力是一种刚性的力量，真理是一种中性的力量，那么，人格就是一种柔性的力量。

刚性的力量具有压制性，柔性的力量具有感化性，中性的力量具有压制性和感化性的双重特性。

领导者人格是领导者领导行为的全部本质，即领导者较为稳定的行为方式。

良好的领导者形象不是“秀”出来的，而是靠其内在的东西也就是内在人格来演绎、折射的。

任何一名领导者要实施有效领导，必须努力培养和提高自身的人格魅力，提升人?质量。

2?形象的内质性一个领导者的形象，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因素。

形象的决定因素在于一个人的内质而不在于一个人外在的东西。

名声与实际的关系，就像形体与影子的关系一样。

品德和才能深厚全面的人，名声一定很好；容貌美丽的人，影子也一定好看。

现在某些领导者不注重修养身心，却希求有个好名声传扬于世，就好比是相貌丑陋的人却希望漂亮的影像出现在镜子里一样。

领导者形象的本质是由其内质性所决定的。

西方古典共和主义先哲们把人在内质方面的美德放?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。

恪守正义准则的基本含义是：领导者的一切行为，都以正义为估量。

当代著名学者罗尔斯在他的《正义论》一书中指出：正义是社会制度的首要价值。

对于领导者形象来说，正义是其首要内涵。

正义准则构成了领导形象的伦理底线。

可以说，一个领导者的内质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。

总的来说，领导者的内在形象与外部形象是有机统一的。

内在形象通过人的实践活动将其内在世界对象化于?在世界，借助缤纷的外在形象而得以展露；或者通过个体的仪表风度、言谈举止、服饰穿戴等外在形象而得以展露。

内在形象以外在形象为载体，外在形象以内在形象为根据。

二者的有机统一才可达内外统一的和谐美。

中国古代思想家张载说过：充内形外之谓美。

交际礼仪是种形式，但这种形式是用来表现一定内容的，因此它特别重视内在美和外在美的和谐一致，它要求人们要“诚于中而形于外”，“慧于心而秀于言”，使美的心灵与美的仪表、美的谈吐、美的举止形成一个有机的整体，使人们在交际活动中能够充分展现出自己美的风?。

3?形象的外部性领导者形象可以分为外部形象和内在形象两个方面。

可以说，领导者形象首先展现在公众面前的是他的外部形象。

领导者的外部形象，即是领导者的仪表风度、言谈举止、服饰穿戴等的展示，是其内在形象的外在化。

外部形象是领导者个人增强其识别性的重要方面，以服饰为例，服饰是一种文化现象，是一种无声语言。

如果领导者想让别人正确对待自己的话，自己就必须穿得像一个领导者。

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。

随着社会交往的日益丰富以及人们生活节奏的日益?快，人们在交往互动中，在重内容的基础上，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，领导者的外部形象已成为领导者对外交往的“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，是领导者赢得他人亲近、认同和尊重的重要因素。

<<形象塑造>>

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，领导者的日常行为举止，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，行政包装因其客观场景而求而有其客观价值。

英国前首相撒切尔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。

当然，包装有其正义伦理的要求。

包装不是伪装，它是基于真实性基础上的行政艺术。

领导者的形象包装绝不是要提倡领导者去刻意突出个人形象，去搞形象作秀，更不是搞弄虚作假，而是在信息传播日益发达和公民政治参与日益广泛的条件下，本着提高领导绩效和领导力效能的目的，对客观存在的领导者的“形象问题”予以高度关注，施以科学管理。

4?形象的多维性领导者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，领导者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、职业形象与业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?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?;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”形象而广受舆论讥评，但戈尔作为社会活动家在世界环保方面获得的形象，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?。

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。

领导者形象也不例外，领导者形象的多维性决定了领导者的多面孔，同样也决定了领导者外部包装的重要性，如果领导者对其善加利用，将对领导者工作大有裨益。

<<形象塑造>>

编辑推荐

《形象塑造》：中国一首古诗中说“挽弓当挽强，用箭当用长。

射人先射马，擒贼先擒王。

”这里不但讲了战略思维，而且讲了战术要领。

战略思维是关于战略全局的指导思想，是制定战略方针原则的理论依据。

战略思维的质量反映概括直接经验与间接经验并对客观世界产生影响所能达到的深度与广度，在向广度与深度延伸过程中需要娴熟的战术清扫前进中的障碍。

一个伟大时代的兴盛，需要这样一些人，他们是这个时代的引领者，具有远大抱负、远见卓识、学贯中西，深刻洞察时事变迁：一个文明大国的崛起，同样需要这样一些人，他们是国家公民的优秀代表，具有强烈的民族责任感和历史使命感，以人民利益为旨归、以国家兴盛为己任、以国家振兴为关怀

。当前，中国正处在大变革、大发展、大转折的历史时期，也是实现中华崛起的重要战略机遇期，战略问题异常突出和重要。

我们更加需要一批胸怀宽广、志趣高远，有着雄才伟略的党政领导干部，为国家民族兴旺付出大智慧

。战略问题，战术解决。

战略是务虚，战术是务实。

战略是踱方步，战术是踏实地。

一个伟大时代的兴盛，需要时代的引领者，他们是国家公民的优秀代表，具有强烈的民族责任感和历史使命感，以人民利益为旨归、以国家兴盛为己任、以国家振兴为关怀。

领导干部要坚持干什么学什么、缺什么补什么的原则，有针对性地学习掌握做好领导工作、履行岗位职责必备的各种知识，多读与本职工作相关的新理论、新知识、新技能、新规则的书，努力使自己真正成为行家里手、内行领导。

<<形象塑造>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>