

<<领导者公共形象管理>>

图书基本信息

书名：<<领导者公共形象管理>>

13位ISBN编号：9787203052821

10位ISBN编号：7203052826

出版时间：2005-5

出版时间：山西人民出版社发行部

作者：秦德君

页数：377

字数：387000

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>

## <<领导者公共形象管理>>

### 前言

在传播领域，领导者公共形象的建构与输出是一种需要单独进行归纳、研究的现象。

秦德君同志的这项博士后研究，花费了近两年半的时间，是一项在理论与实践相结合上对领导者公共形象问题作深入探讨的成果。

这项成果鲜明地提出了领导者的公共形象问题以及在中国“和平崛起”历史时期和公共资讯日益发达的全球化时代背景之下，领导者公共形象的形塑、建构、传播等一系列问题。

作者在马克思主义理论视野下进行的思考和富于建设性的实务研究，为传播学内涵的充实与开拓做出了贡献，是具有创新意义的。

传播现象无处不在，人类社会从一开始，就与传播现象紧密关联。

传播现象几乎涉及人类社会生活的所有方面——人类的一切文化，人类的物质文明、精神文明、制度文明、器物文明，乃至人类本身，都与传播有着这样那样的密切关联，甚至是传播催生的产物。

可以说，没有传播，便没有社会。

在今天，由于高科技的迅猛发展和民主政治建设的日臻完善，本书中所提出的“行政传播”（包括领导者公共形象传播）现象亦无处不在。

也可以这样说，没有行政传播，便没有现代化社会。

但是，对于行政传播，特别是对于特定历史环境中领导者群体公共形象的设计、输出、传播的研究，在学术领域鲜有涉及。

这一传播现象附着于或晦隐于其他传播现象之中，缺乏系统的研究和整理。

秦德君同志的此项研究，在学术上将这一命题独立出来进行考察，并以翔实的研究材料，运用传播学、政治学等多个学科的理论展开系统分析，得出合理的结论。

## <<领导者公共形象管理>>

### 内容概要

领导者公共形象管理——主要是它的设计、建构、输出，作为一门行政技术和传播艺术，不仅需要总结，也需要创造；不仅需要形象思维，也需要抽象思维；不仅需要逻辑性，也需要想像力。进而言之，不仅需要描述案例、总结经验，更需要找出规律，建构理论框架。

这项研究成果鲜明地提出了领导者的公共形象问题以及在中国“和平崛起”历史时期和公共资讯日益发达的全球化时代背景之下，领导者公共形象的形塑、建构、传播等一系列问题。它以翔实的研究材料，运用多个学科的理论展开系统分析，取得了非常有价值的研究成果，非常值得今天的领导者们一读。

古往今来，举凡有成就的政治家、思想家、各种领导者乃至社会贤达、名流巨擘，都会从各种资政智慧中获得良多裨益。

今天的时代，已不是领导者仅凭自己的知识和判断就能应对和满足社会公共事务挑战的时代。

个人的匹夫之“智”，常常只是小智，而善于识别并运用特定知识系统，从中体悟万象，启惠于衷，方为大智。

正是在此意义上，知识含量高，技术性强的资政读物尤显难能可贵。

<<领导者公共形象管理>>

书籍目录

序言 序言一 丁淦林 序言二 王邦佐 绪论 研究目的、分析概念和研究结构 第一节 本书研究什么和为什么研究 第二节 研究设计与分析单位 第三节 本书提出的若干分析概念 第四节 研究特点与研究类型 第五节 研究结构与逻辑框架 第六节 关于研究方法 第七节 关于本书的跨学科性质 第一章 马基雅维里、马克斯·韦伯、马克思的领袖形象理论 第一节 概述：经典理论的价值坐标 第二节 马基雅维里的君主人格形象理论 第三节 马克斯·韦伯的统治人格形象理论 第四节 马克思的革命领袖人格形象理论 第二章 现代性·传媒时代·领导者公共形象 第一节 概述：领导者公共形象——一个现代性问题 第二节 领导者公共形象诸论 第三章 高密度媒体网络背景下领导者公共形象的特殊性 第一节 代表性：灵魂·标识·政治偶像 第二节 广延性：空间与社会辐射面 第三节 透明性：领导者的媒体表现 第四节 受制性：灵敏的传媒监测体系 第五节 敏感性：形象信息与形象保护 .....第四章 公共舞台与公共形象运筹：一种传播视野的解析 第五章 领导者公共形象设计的经验法则 第六章 形象传播要略：对传播绩效的技术探赜 第七章 公共形象的精微技术：声势与细节管理 第八章 相辅形象：一种行政输出及其分析 第九章 以领导者公共形象为核心的行政策划 参考文献 后记

## &lt;&lt;领导者公共形象管理&gt;&gt;

## 章节摘录

29 抗洪一线的“封口”表演2003年9月10日，陕西省渭南市抗洪一线已成功封堵合龙的罗纹河入渭河口，第二天又进行了一场封堵“表演”仪式，目的是为了当地领导表演“合龙仪式”。

2003年9月12日，全国有140多家报纸刊出新华社播发的一则电讯：渭南抗洪怪事一桩：封堵龙口竟搞“表演”仪式已于10日晚成功封堵合龙的罗纹河入渭河口11日上午又进行了一场封堵“表演”仪式。

从9时30分起，上千名解放军和武警官兵在烈日下列队站在大堤上等候。

9时35分，10多辆小汽车声势浩荡地来到渭河大堤。

但原定于10时举行的仪式直到11时21分才开始。

报道说，拖延的原因是“场面”准备所花的时间太多。

组织者准备好沙袋，以备有关领导投放，并不断向周围的人解释领导站在什么地方，旗帜如何插等琐碎的事项。

11时30分左右，渭南市有关领导在早已合龙的河口上宣布：“罗纹河倒灌入水口封堵成功！”随后，仪式转移至渭河大堤继续进行，先是介绍领导，接着是领导宣读嘉奖令，念贺电，最后是领导讲话。

就在仪式进行中，渭南境内尚有另外两处决口等待封堵。

封堵现场位于渭南市华县下庙镇境内。

罗纹河与渭河交接处宽约50多米，河道上架有桥梁，渭河洪峰来临之后，渭水由此倒灌，流入罗纹河，决堤之后，涌入下游，淹没90万亩良田。

为了堵上决口，近2000名官兵在大堤上扛了7天的沙包。

抢险人员疲惫至极，有的竟在教官喊话时，不知不觉倒地睡着。

为参加仪式，“武警官兵在大堤上多停留了近17个小时”。

2003年9月15日晚，中央电视台《央视论坛》播出一档节目：“抗洪前线一出戏”，对渭南市领导搞封堵仪式作严厉批评，称此事“骇人听闻”。

不仅有“抗洪封堵秀”，而且有“春耕表演秀”。

《解放日报》2004年2月13日报道：《春耕上演“表演秀”》。

警车开道，车队如龙；春耕现场，农民“表演”；代表考察，群众围看；农忙时节，煞是“壮观”。

这是记者日前在安徽淮北市见到的一番景象。

2004年2月10日，来自各省的农业系统代表一起来到淮北市的田间地头，本来是来了解苗情、交流经验、指导工作，但记者随同采访看到的却是一场农业生产的“表演秀”。

当地一共安排了3个农田参观现场。

记者在百善镇基本农田建设示范区看到，车队停车的附近，上百名村民分散在道路两侧，忙着追肥浇水，锄草整地。

一位正在拿着水管给地浇水的农民，被5名摄像记者围住一通猛拍。

他脚下那块地，至少被大水浇了五六分钟，而周围其他地块却是干的，可见是车队来之前才开始浇水。

这则报道说，在有的地块里，男女老少面向代表排成一排，齐刷刷地往前锄草整地，一些村民连腰都不弯。

“示范区”里的前营子村有2000多口人。

据村民说，当时就有700多人在地里忙活，有的还拉家带口齐上阵。

同样是刚刚长出来的青青麦苗，放眼望去，远处的田地却没有一个种粮人。

在铁佛镇间作套种示范区参观现场，刘庄村村民也正在“大搞”春耕生产。

记者问一位正在地里抽着旱烟袋的85岁老农，为什么这里的地不浇水？老汉说，今年不算太早，苗长得比去年旺，要浇头一遍水也得到2月底3月初。

记者恍然大悟，原来先前看到的全是“作秀”表演。

这块地因为不是基本农田建设的“展示点”，当然就没浇水。

当地人透露说，类似这种参观都是集中到安排好的现场，每个点不过几分钟，来去匆匆。

正如新华社就此事播发的评论说，农谚云“人哄地皮，地哄肚皮”，在农业生产上的“作秀”，弄虚

## <<领导者公共形象管理>>

作假，必将导致减产减收，这种教训已相当深刻。

官重政绩，为民造福，本是好事。

政绩用人，最早的事例可能见于夏朝鲧禹父子治水。

据《史记·五帝本纪》载，尧在位时，不仅曾有过“十日并出”的严重旱灾，而且还发生了罕见的水灾，老百姓十分焦急。

尧为了战胜洪水，派鲧去治理水患，但“九年而水不息，功用不成”，于是就治了他的罪。

到舜受位于尧时，又派鲧的儿子大禹治水，大禹“乃劳身焦思，居外十三年，过家门而不入”，终于使九州全部安定，四方土地可以收获，舜将部落联盟首领禅让给禹。

可能由此而开了“政绩用人”之先河。

到了战国时，被任为邺令的西门豹，一方面严厉整治巫婆三老，使百姓免受“河伯娶妇”之苦；另一方面组织百姓兴修水利，且“不苟取于民”。

因上交中央的财物少，又不愿买通朝廷官员，依当时的考绩制度，魏文侯要罢免西门豹。

西门豹认为解释争辩无用，要求再干一年，果然取得了明显业绩。

魏文侯亲自出门迎接，后悔自己当时听信谗言，勉励他继续兴修水利。

从而有了“任西门豹治邺，而河内称治”之美谈，更有“子产治郑，民不能欺；子贱治单父，民不忍欺；西门豹治邺，民不敢欺”之说。

但今天一些地方搞的“政绩”，不是“造福”于民，而是“造祸”于民。

2004年“两会”期间，与会人大代表和政协委员痛斥误国害民的假政绩：在一些地方，今天上这项目，明天上那项目；一会儿大办乡镇企业、大办科技农业，一会儿又大办开发区、大办房地产；李书记填河，张书记挖河。

轰轰烈烈，最后全是瞎折腾——到后来甚至上演“填河”的提拔，“挖河”的重用的闹剧。

不少乡村的主路边有“示范田”、城镇的主路旁有高楼房，不是“书记工程”，便是“县长挂帅”。

凡上级检查、各种评比，都拿得出过硬“政绩”。

更有甚者，有些地方为糊弄上级检查，甚至还出现了“接待专业户”。

“为官一任”的政绩，成了几代人的沉重包袱。

为了补上“政绩”的黑窟窿，于是就乱收费、乱摊派，恶性循环，进一步加重群众负担，导致干群关系紧张。

一些地方林林总总的所谓“政绩”，到后来，都真正成了一种老百姓深受其害、深恶痛绝的“政疾”

。

## <<领导者公共形象管理>>

### 后记

本书是我的博士后研究（新闻传播学专业）成果。

这一课题是中国博士后科学基金会资助项目（中博基[2002]11号，项目号2002031183），也是复旦大学新闻学院首个获得国家博士后基金会资助的项目。

在此向中国博士后科学基金会致以深切谢意。

事实上，我做这个项目研究并不仅仅是为了完成博士后最终的出站答辩，也是为完成一项在我看来是非常重要的资政研究。

科学研究中，为了某种急功近利的“用”而作的研究，常常是经不起时间考量的，而无用之“用”，亦可大用。

但我时常感到，作为社会科学，特别是处于变革社会中的中国社会科学，应多有“问题”意识，多为公共生活、多为“资政”作些哪怕是微小的贡献。

我对这一课题酝酿时间很久了。

研究动力来自两方面：一是浓厚的学术兴趣，二是来自“经世致用”的需要——领导者公共形象问题相当重要，在若干年后，它很可能成为一种新的行政业务，也可能成为一种新的学科热点。

就这项课题来说，研究的框架大体是新闻传播科学范畴，但也是若干年前读博士期间所做的“政治设计研究”的“扇面延伸”。

整个研究工作相当用心，常常青灯黄卷，弄到下半夜，说“为伊消得人憔悴”是不夸张的。

为提高绩效，总把点滴细碎的时间也尽可能利用起来，做一些量不太大的事。

一旦有了大块时间，则沉心静气，潜心展开“大兵团作战”。

在注重学理建构的同时，更立足于实际领域的可资应用。

有幸的是，在导师丁淦林教授指导和诸多朋友的关心下，较好地完成了这一项目，取得了良好的学术评价。

承蒙复旦大学新闻学院专家委员会厚爱，在2004年这一届博士后答辩中，我的出站研究报告有幸被评为全院惟一的“优”。

<<领导者公共形象管理>>

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>