



高等职业教育基础类课程规划教材

职业形象设计与训练

(第二版)

新世纪高等职业教育教材编审委员会组编

主 编 杨树枫 武丕才 副主编 吴雨潼 李焕然 杨建辉



在习网云书报网群网群网群杂书网再书网书网群

大连理工大学出版社

DALIAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

新世纪高等职业教育教材编委会教材建设 指导委员会

主任委员：

曹勇安 黑龙江东亚学团董事长 齐齐哈尔职业学院院长 教授

副主任委员(以姓氏笔画为序)：

马必学 武汉职业技术学院院长 教授

王大任 辽阳职业技术学院院长 教授

刘兰明 邯郸职业技术学院副院长 教授 博士

刘长声 天津对外经济贸易职业学院副院长 副教授

李竹林 河北建材职业技术学院院长 教授

李长禄 黑龙江工商职业技术学院副院长 副研究员

陈礼 广东顺德职业技术学院副院长 教授

金长义 广西工业职业技术学院院长 副教授

赵居礼 陕西工业职业技术学院副院长 副教授

徐晓平 盘锦职业技术学院院长 教授

高树德 吉林交通职业技术学院副院长 教授

戴裕崴 天津轻工业职业技术学院副院长 副研究员 博士

秘书长：

杨建才 沈阳师范大学职业技术学院院长

副秘书长(以姓氏笔画为序)：

张和平 江汉大学高等职业技术学院院长

张化疆 黑龙江生态工程职业学院副院长 教授

周强 齐齐哈尔大学应用技术学院院长

秘书组成员(以姓氏笔画为序)：

卜军 上海商业职业技术学院

王澄宇 大庆职业学院

粟景妆 广西国际商务职业技术学院

鲁捷 沈阳师范大学职业技术学院

谢振江 黑龙江省司法警官职业学院

会员单位(略)：

总 序

我们已经进入了一个新的充满机遇与挑战的时代,我们已经跨入了 21 世纪的门槛。

20 世纪与 21 世纪之交的中国,高等教育体制正经历着一场缓慢而深刻的革命,我们正在对传统的普通高等教育的培养目标与社会发展的现实需要不相适应的现状作历史性的反思与变革的尝试。

20 世纪最后的几年里,高等职业教育的迅速崛起,是影响高等教育体制变革的一件大事。在短短的几年时间里,普通中专教育、普通高专教育全面转轨,以高等职业教育为主导的各种形式的培养应用型人才的教育发展到与普通高等教育等量齐观的地步,其来势之迅猛,迫人深思。

无论是正在缓慢变革着的普通高等教育,还是迅速推进着的培养应用型人才的职业教育,都向我们提出了一个同样的严肃问题:中国的高等教育为谁服务,是为教育发展自身,还是为包括教育在内的大千社会?答案肯定而且惟一,那就是教育也置身其中的现实社会。

由此又引发出高等教育的目的问题。既然教育必须服务于社会,它就必须按照不同领域的社会需要来完成自己的教育过程。换言之,教育资源必须按照社会划分的各个专业(行业)领域(岗位群)的需要实施配置,这就是我们长期以来明乎其理而疏于力行的学以致用问题,这就是我们长期以来未能给予足够关注的教育目的问题。

众所周知,整个社会由其发展所需要的不同部门构成,包括公共管理部门如国家机构,基础建设部门如教育研究机构和各种实业部门如工业部门、商业部门,等等。每一个部门又可作更为具体的划分,直至同它所需要的各种专门人才相对应。教育如果不能按照实际需要完成各种专门人才培养的目标,就不能很好地完成社会分工所赋予它的使命,而教育作为社会分工的一种独立存在就应受到质疑(在市场经济条件下尤其如此)。可以断言,按照社会的各种不同需要培养各种直接有用人才,是教育体制变革的终极目的。



随着教育体制变革的进一步深入,高等院校的设置是否会同社会对人才类型的不同需要一一对应,我们姑且不论。但高等教育走应用型人才培养的道路和走理论型(也是一种特殊应用)人才培养的道路,学生们根据自己的偏好各取所需,始终是一个理性运行的社会状态下高等教育正常发展的途径。

高等职业教育的崛起,既是高等教育体制变革的结果,也是高等教育体制变革的一个阶段性表征。它的进一步发展,必将极大地推进中国教育体制变革的进程。作为一种应用型人才培养的教育,高等职业教育从专科层次起步,进而高职本科教育、高职硕士教育、高职博士教育……当应用型人才培养的渠道贯通之时,也许就是我们迎接中国教育体制变革的成功之日。从这一意义上说,高等职业教育的崛起,正是在为必然会取得最后成功的教育体制变革奠基。

高职教育还刚刚开始自己发展道路的探索过程,它要全面达到应用型人才培养的正常理性发展状态,直至可以和现存的(同时也正处在变革分化过程中的)理论型人才培养的教育并驾齐驱,还需假以时日,还需要政府教育主管部门的大力推进,需要人才需求市场的进一步完善发育,尤其需要高职教学单位及其直接相关部门肯于做长期的坚韧不拔的努力。新世纪高等职业教育教材编审委员会就是由全国 1000 余所高职院校和出版单位组成的旨在以推动高职教材建设来推进高等职业教育这一变革过程的联盟共同体。

在宏观层面上,这个联盟始终会以推动高职教材的特色建设为己任,始终会从高职教学单位实际教学需要出发,以其对高职教育发展的前瞻性的总体把握,以其纵览全国高职教材市场需求的广阔视野,以其创新的理念与创新的组织形式,通过不断深化的教材建设过程,总结高职教学成果,探索高职教材建设规律。

在微观层面上,我们将充分依托众多高职院校联盟的互补优势和丰裕的人才资源优势,从每一个专业领域、每一种教材入手,突破传统的片面追求理论体系严整性的意识限制,努力凸现高职教育职业能力培养的本质特征,在不断构建特色教材建设体系的过程中,逐步形成自己的品牌优势。

新世纪高等职业教育教材编审委员会在推进高职教材建设事业的过程中,始终得到了各级教育主管部门以及各相关院校相关部门的热忱支持和积极参与,对此我们谨致深深谢意,也希望一切关注、参与高职教育发展的同道朋友,在共同推动高职教育发展、进而推动高等教育体制变革的进程中,和我们携手并肩,共同担负起这一具有开拓性挑战意义的历史重任。

新世纪高等职业教育教材编审委员会

二〇〇五年 八月 八日

前 言

《职业形象设计与训练(第二版)》是新世纪高等职业教育教材编审委员会组编的基础类课程规划教材之一。

在当今市场经济竞争十分激烈的情况下,形象力已经日益成为一种核心竞争力。形象之功,堪胜千言万语。塑造完美的职业形象,不仅能彰显个人的专业实力,也是提升组织整体形象的重要基础。形象力已经成为一种新的生产力资源,成为一种对公众的凝聚力、吸引力、感召力、诉求力和竞争力。越来越多的个人或团体都在关注自己的职业形象,并且肯在职业形象建设方面进行大量的投入。职业形象是一个系统,可分为思想、行为、仪表等一系列形象要素。所谓职业形象设计与训练,就是根据从业者的职业要求、行业性质和个体特征,运用多种科学理论、方法和技术对其职业形象的各方面、各要素进行系统的设计和开发并进行养成性训练的过程。每一个人,每一个团队,都需要一个良好的形象,只要认真研究,精心设计,精到塑造,经常训练,每一个人都会拥有一个相对美好的形象。

换照编委会教材建设的创新理念,《职业形象设计与训练(第二版)》充分吸收了各使用单位的意见,在第一版的基础上做了必要的整合与较大幅度的增删。主要变化如下:

(员)将第一版 题章的总体构成整合为现在的 宪章,即将原来的第一章、第二章、第六章合并为现在的第一章概述。其他各章仍独立设置,但职场职业形象训练一章因其具有显著的综合实践性质而对其做了必要的后移处理。这是一次使整体结构更趋合理的改变。

(圆)所有章节的文字叙述都在第一版的基础上做了不同程度的增删,即删改了部分冗余的理论叙述,替换和增加了一些更有典型与现实意义的新案例,其中,重点替换了第一版与整体风格不够协调的第三章职业化妆设计的内容,代之以第二版第二章职业妆容设计,在此基础上,进一步实现了整体架构与表述风格的规范和统一。

(猿)在推进整体架构合理性的同时,增进了自然而不矫饰、清新而不迂腐、活泼而不失谨严的经典性、趣味性、可读



性与贴近社会生活的实用性、可操作性,使本教材在完善化建设的道路上向前迈出了至关重要的一步。

《职业形象设计与训练(第二版)》是适用于高等职业技术教育及其他应用型人才培养教育的独具特色的素质教育教材,是为了满足高职各专业学生求职、就业、从业、创业需要而开设的一门新课程。本教材以突出职业性、注重操作性、坚持创新性为宗旨,充分体现了“以应用为目的,以理论必须够用为度”的高职教学基本原则,在理论讲述上力求简约,具体操作简明易学,较好地体现了内容与形式上的突破和创新。

本教材适用于不同学时安排的教学过程,既可以按照教材系统体例全部讲授,也可以选择部分内容举办讲座,还可以通过自学自练,来达到提高学生职业形象设计与训练能力的目的。

《职业形象设计与训练(第二版)》由黑龙江工商职业技术学院杨树枫、沈阳师范大学武丕才任主编,黑龙江工商职业技术学院吴雨潼、李焕然、河北建材职业技术学院杨建辉任副主编。各章的编写分工如下:第一章由武丕才、李焕然、吴雨潼编写,第二章由吴雨潼、武丕才编写,第三章、第八章、第九章由吴雨潼、耿万云编写,第四章由王丽英、刘振雷、李焕然编写,第五章由杨建辉编写,第六章由钱涛、武丕才编写,第七章、第十章由杨树枫、李焕然编写。

《职业形象设计与训练(第二版)》是各相关高职院校倾力合作与集体智慧的结晶。尽管我们在教材的特色建设方面作出了许多努力和尝试,但由于高职教育的发展尚处于起步时期,教材建设还处于探索阶段,因此不足之处在所难免,恳请各相关高职院校和读者在使用本教材的过程中给予关注,并将意见及时反馈给我们,以便下次修订时完善。

所有意见、建议请发往:电子邮箱 zhuangyuan@163.com

联系电话:15036040100 15036040100

编者
2013年 远月

目

录

第一章 概 述.....	员
第一节 职业形象设计的涵义、作用、内容及程序.....	员
第二节 职业形象设计的实现原则、条件及形式.....	员
第三节 职业形象训练的涵义、目标、计划及实施	员
【能力训练】	员
第二章 职业妆容设计	员
第一节 职业妆容设计的基本原则与技巧	员
第二节 不同职业角色的妆容设计	员
第三节 化妆时应注意的问题	员
【能力训练】	员
第三章 职业发型设计	员
第一节 发型设计的概念	员
第二节 职业发型的特征与类型	员
第三节 职业发型与体型、脸型.....	员
第四节 职业发型与形象设计	员
【能力训练】	员
第四章 职业着装的设计	员
第一节 职业着装的基本特征	员
第二节 职业着装的分类与选择	员
第三节 职业着装设计的原则与技巧	员
【能力训练】	员
第五章 职业仪态形体训练	员
第一节 职业仪表、仪态训练.....	员
第二节 职业形体健美训练	员
【能力训练】	员
第六章 语言交流形象训练	员
第一节 语言基本能力训练	员
第二节 语言交流的表现形式	员

【能力训练 员】	员圆
【能力训练 圆】	员圆
第七章 气质的培养与职业形象	员远
第一节 气质概述	员远
第二节 气质与职业形象的关系	员愿
第三节 气质的塑造	员园
【能力训练】	员缘
第八章 素质修养与职业形象	员远
第一节 素质与职业形象	员苑
第二节 素质修养与职业形象训练	员怨
【能力训练】	员员
第九章 职业形象整合训练	员圆
第一节 职业形象整合训练效应	员圆
第二节 职业形象整合训练目标的选择与方案制订	员怨
【能力训练】	员员
第十章 职场职业形象训练	员圆
第一节 求职场所形象训练	员圆
第二节 商旅服务行业人员职业形象训练	员蒙
第三节 公务、商务文秘人员职业形象训练	员圆
第四节 职业地位与职业形象	员苑
【能力训练】	员圆

第一章

概 述

本章要点

- 职业形象设计的涵义、作用、内容及程序
- 职业形象设计的实现原则、条件及形式
- 职业形象训练的目标、计划及实施

【引 例】

* 张先生是学建筑的,读小学、中学、大学时一直是高才生。大三时他参加全省的设计大赛,获得了一个二等奖。毕业后他到了一家大建筑公司搞设计。在三年时间里,他创意新奇的设计,为公司赢得了一些荣誉。正当他踌躇满志的时候,公司老总找他谈话,并正式指出:“你经常表现出来的那种老子天下第一的样子,已经使公司三次失去了签订赚大钱的合同的机会,如果你再不改变自己的形象,为了公司的长远利益,我们只得请你走人。”张先生怎么也想不明白,难道形象不好也是被炒鱿鱼的原因吗?

* 有一天,美国总统林肯约见一位客人。客人走后,林肯总统对秘书说:“我讨厌他那副面孔。”“可是,人的面孔是天生的呀?”秘书不解地问。“不,一个人过了 ~~涯~~ 岁,就应该为自己的面孔负责。”林肯说。

分析上述两个引例,我们可以看出,每一个行业、每一个组织,都有与其行业精神或组织文化相适应的整体形态面貌,这种整体形态面貌不仅体现在一个行业或组织的产品、广告、环境等方面,更重要的是体现在每个员工的个体形象上。因此,研究职业形象设计的概念与内涵,分析职业形象设计的类型与特征,对促进一个员工的进步,促进一个行业、一个组织的发展,有着重要的意义。

第一节 职业形象设计的涵义、作用、内容及程序

一、职业形象的涵义与特征

(一)职业形象的涵义

员职业

按照我国《职业分类大典》对职业的定义,职业是指从业人员为获取主要生活来源所从事的社会工作类别。职业是社会分工和经济发展的必然产物。职业具备以下特征:

(员)明显的目的性

以获得现金或实物等报酬为目的的职业活动的明显特征。职业活动与义务活动、娱乐活动、体育活动等活动的明显区别是其与报酬的紧密联系性,取得报酬是职业活动的直接目的。

(圆)广泛的社会性

职业是从业人员在社会生活环境中所从事的一种与其他社会成员相互关联、相互服务的社会活动。职业的社会性,不仅表现在从业人员共同工作和共同生活的集体活动上,也表现在由于行业或岗位的不同或相近而产生的相互联系性和相互服务性。

(猿)相对的稳定性

职业是在一定的历史时期和条件下形成的,并具有较长的生命周期。当然,职业所具有的稳定性的也是相对的。随着社会和经济的发展,特别是经济结构、产业结构、就业结构的不断调整,劳动力在产业间或行业间的流动和技术构成的不断变化,将会使职业岗位产生巨大的变化,使得新的职业岗位不断产生,旧的职业岗位相继消失。因此,职业具有相对的稳定性。

(源)鲜明的规范性

规范性是职业活动的显著特性。职业活动必须符合国家法律和社会道德规范。世界各国都在法律和道德规范许可的范围内对职业标准进行了规定。我国在 员995年正式颁布了第一部《中华人民共和国职业分类大典》,在充分考虑经济发展、科技进步和产业结构变化的基础上,按照工作性质同一性的原则,对我国职业进行了科学划分和规范归类,共规范了 愿个大类, 远个中类, 源6个小类, 员556个细类(职业),这是职业规范性的具体体现。

(缘)从业的群体性

职业必须具有一定的从业人员。职业是随着社会分工的发展和细化发展起来的,细化的分工只有到了从业人员达到一定规模的时候,才能逐渐地规范为职业。

圆 职业形象

形象是指可以表达某种含义的媒介物的客体或事件。职业的内涵和特征决定了职业形象是一个行业或组织的精神内涵和文化理念在从业人员身上的具体体现,是一定行业或组织的形象与具体从业人员个体形象的有机结合。

随着社会的进步和经济的发展,各行各业、各类组织对自己的形象和品牌都十分关注。行业或组织的形象不仅体现在自己的产品、广告和标识上,更重要的是体现在每个员工的个体形象上。人们总是通过员工的具体职业形象,来识别、接纳行业或组织的整体形象。在职场中,职业形象既能体现个人的职业风采,也能提升行业或组织的形象。树立良好的职业形象,不仅是从业者的个人行为,也是一个行业或组织的群体行为。我们在谈职业形象时,有时会自然地联想到空中服务员良好的职业形象。她们给人留下的印象不仅是有端庄秀丽的容貌、典雅精致的制服,更有甜美的微笑、亲切的问候、细心周到的服务。正是由于空中服务员的个人形象与行业形象完美的有机结合,才给人们留下了深刻的印象。在这里,我们可以从其服务的细节上,体会到她们对工作的专注、投入、自豪与热情的精神状态。这种精神状态,既是她们个体的职业形象,也是其企业团队的整体形象。

(二)职业形象的构成

职业形象的主要构成因素如下：

①行业或组织形象系统

行业或组织形象系统是一个规范化的运作系统,也是一种潜在的文化氛围。它要求所在行业或组织的从业人员,在职场上要使用同样的语言讲话,以同样的方式交流沟通,用同样的道德规范和行为准则作为或不作为。行业或组织形象系统的构成要素主要是：

(1)行业文化

行业文化是一个行业内的从业人员在长期工作过程中所形成的行业价值观念、行业准则、行业规范、行业道德、行业传统、行业习惯、行业礼仪等等,是一个行业成文或不成文的各项规定。这些规定或是现行的规章制度,或是沿袭的行业习惯,但不论哪一种形式的行业文化,都是行业内从业人员必须遵守的,也是构成职业形象的重要因素。

(2)组织文化

一个组织的文化是由多个要素构成的,这些要素在不同程度上影响组织文化的建设与发展。几乎所有组织文化的要素对职业形象都有着重要的影响作用。其中,起决定性作用的主要有共同价值观、行为规范、形象与形象性活动三个要素。

共同价值观。共同价值观是指组织成员或群体成员分享着同一价值观念。这一概念是组织文化的重要基础。价值观念灌输到整个组织中时,组织就会存在独特的同一性。这种独特的同一性是这一组织中人员与另一组织中人员的明显区别。

行为规范。规范是组织所确立的行为标准。它可以由组织正式规定,也可以是非正式规定。组织为了做到别具特色,需要规范自己的行为来影响组织的决策与行动。组织文化是一种非正式的规则体系,指示人们在大部分时间里应如何行动。组织文化还是组织成员共享的信念与期望模式,推动着组织行为规范的形成。组织中的行为规范,就是这样按照组织所期望的方式影响着组织成员的行为,包括职业形象的塑造与训练。

形象与形象性活动。在组织中,形象也用来表示组织的共同信念、价值与理想。因此,各类组织都十分注重运用形象与形象性活动来创建、宣传和发展组织文化。同时,也以形象与形象性活动来统一和规范组织员工的行为。组织的形象与形象性活动对职业形象的影响是基础性的、决定性的。因此,组织的形象与形象性活动是影响该组织员工职业形象的重要因素。

②个人的精神面貌系统

(1)职业理想

职业理想是人生理想的一个组成部分,是指人们在社会分工的前提下,选择什么样的具体职业以及希望达到的职业成就,从而实现自己对人生目标的追求。职业理想受一个人世界观、人生观和价值观的支配与影响,也受一定的社会生活及行业或组织所蕴含文化的影响。从业人员职业形象的选择与塑造总是自觉不自觉地受到职业理想的影响与支配,职业理想是职业形象形成的精神支柱。

(2)职业道德

职业道德是一种社会行为规范,是社会道德在特定的职业活动中的具体化,是人们在长期的劳动实践中,在行业或组织的工作中,逐渐训练、养成的一种具有一定约束力的行

为方式和传统习惯。

(獠)职业信念

职业信念是一个行业、一个组织或一个人对自己所从事的事业的确定、自信的看法。职业信念是职业形象的动力源泉。职业信念的有无或强弱对职业形象有着直接的影响。只有那些“人气”旺盛的行业或组织才会使人充满自信,只有那些对自己所从事的工作充满自信的人,才会使自己的职业形象更加光彩。

獠个体的仪表形象系统

个体的仪表形象系统的构成要素也有很多,如从业人员的职业素质、职业气质、仪表着装、言谈举止、服饰礼仪等。

(员)职业素质

职业素质主要由职业精神和职业能力两方面组成。职业精神的内涵是多方面的,包括敬业精神、社会责任、职业责任、专业意识、创新意识、协作意识、规范意识等等。职业能力的内涵更为广泛,并且各行各业对职业能力要求的重点也不尽相同。一般来说,职业能力包含职业基本能力、专业技术能力、职业发展能力等。职业精神与职业能力结合而形成的职业素质,对职业形象的塑造和养成起着基础性的作用。

(圆)职业气质

气质是人相对稳定的心理特征。气质虽然与一个人的生理特征及某些遗传因素有联系,但气质还是可以通过后天的学习和培养来改变的。职业气质的形成,就是一个人在长期的职业生活中历练的结果。从业人员的职业形象不仅表现在职业着装上,更重要的是表现在职业气质上。职业气质是从业人员个人内在的、长远的、深层次的职业形象。

(獠)职业仪表

信息交往学的研究表明,在人际交往过程中,在给人留下深刻印象的诸多因素里,语言所起的作用只占 苑豫,而面部表情、形体动作等所起的作用却占 怨豫。这是因为,影响人际交往的主要因素是态度,而态度又主要是通过非语言方式传播的。因为人们总是通过你的表情、姿态、语气等了解你的态度。职业仪表在一个人的职业交往中有着非常重要的作用,人们通过你的职业仪表,可以判断你的身份和地位、你的能力和素质以及你对所从事职业的态度。

(三)职业形象的类型

按照不同的分类标准可以把职业形象分为多种类型,一般可以分为:

员整体形象与局部形象

从职业形象的内容上分类,职业形象可分为整体形象与局部形象。整体形象主要包括职业气质、职业仪表、职业礼仪等整体方面的形象。局部形象主要是指诸如职业着装、职业发型等局部方面的形象。但这种分类仅仅是为了讨论上的方便,事实上,感受一个人的职业形象都是从整体上去把握的,局部形象只有在整体中才能真正地被人所感受。

圆外在形象与内在形象

从现象与本质的角度分类,我们可以把职业形象分为外在形象和内在形象。外在形象是指人们感官直接感知的职业形象,如职业发型、职业着装、职业仪表等,内在形象则是指诸如职业素质、职业精神、职业能力等行业或组织的内涵的精神及文化理念。内在形象

是外在形象的实质,外在形象是内在形象的表现,两者是紧密联系、不可分割的。

猎期望形象与实际形象

从现实性的角度分类,职业形象还可以分为期望形象与实际形象。期望形象又分为自我期望形象和公众期望形象,实际形象也可分为自我感觉的实际形象和公众感觉的实际形象。期望形象与实际形象之间总会有些距离,自我期望、自我感觉的形象与公众期望、公众感觉的形象之间也同样会有一定的距离。

当然,从其他的角度我们还可以把职业形象分成不同的类别,这里不作赘述。

(四)职业形象的特征

职业形象是行业或组织的精神及文化理念与从业人员个体形象的有机融合。职业形象具有三个方面的主要特征:

员稳定性与可变性的统一

职业形象一个明显的特征是稳定性与可变性的统一。这种稳定性是相对的,可变性则是绝对的。

(员)稳定性

职业形象的稳定性表现在两个方面:一是职业形象中的主要构成要素可以超越不同的社会和时代进行继承。如不同国家、不同地区或民族的军人和医生都有大致相同的职业形象。二是在同一行业或组织中,由于长期的职业训练所养成的职业行为习惯、职业工作模式也都是大同小异的,而其基本要素又是不易改变的。职业形象中的许多要素是千百年来人们通过长期实践形成的宝贵财富,特别是那些与职业道德、职业文化相关联的形象要素,时至今日,仍然在不断完善和发展。

(圆)可变性

社会分工的发展和细化,引起了职业的变动性和多样化,这就为职业形象的变化提供了广阔的空间。加之形象与时尚的必然联系,职业形象的变动就是必然的,是绝对的。过去产业工人的职业形象与现代产业工人的职业形象是有很大不同的,过去的管理人员、技术人员的职业形象与现时的白领阶层也有很大的不同。这种变动性不仅表现在职业形象的形式上,也表现在职业形象的内容上。即使是职业形象中具有相对稳定性的行业或组织的精神与文化理念也会随着时代的变化而变化。

员个性化与规范化的统一

个性化与规范化的统一,是职业形象的又一特征。职业形象都是通过个体形象表现出来的,因此职业形象都具有个性化的特征。同时,职业形象又是一定行业或组织的精神与文化理念的表现,因此又具有规范化的特征。

(员)个性化

不管是否刻意塑造,我们每个人都有自己的形象。多数时候,我们可能并没有有意识地去设计自己的形象,但这并不意味着别人就不注意你的形象,这就是职业形象的个性化特点。

(圆)规范化

由于职业和行业的规范作用,特别是由于组织精神和文化的制约作用,职业形象还具有规范化的特点。这种规范化的特点不仅体现在职业着装上,更重要的是体现在职业心

理、职业行为、职业习惯等方面。

（獠主动性与被动性的统一

职业形象主动性与被动性的统一,主要表现在个体对自己职业形象的认知上。主动性是从业人员对自我职业形象的一种自觉认同,主动、自觉地按照行业或组织的要求,设计自己,完善自己。被动性是行业或组织,乃至社会公众对从业人员的一种职业要求,从业人员必须按照某一特定标准来设计自己,完善自己。譬如一些行业或组织的着装要求、职业行为规范要求等。

【问题讨论】

员结合某一行业或职业,如空中服务员、教师或医生等,讨论什么是职业形象?不同的职业形象特征有何区别?

员参观本地的麦当劳、香格里拉连锁店或其他名牌企业,讨论一下所参观企业职业形象的构成和特征。

二、职业形象设计的作用

(一)职业形象设计的涵义

著名形象顾问法兰克曾经说过:“你在职场中的威信,有五成来自于别人如何对待你。”可见,一个人如何设计自己的职业形象,对于其能否在职场中获得成功至关重要。职业形象设计就是从业人员在职场中,根据特定的行业或组织对员工内、外在形象的要求,预先按照一定的方法、程序,依据自身特点来塑造自己,完善自己,使自己的内、外在形象符合行业或组织标准及其文化理念要求的行为过程。

(二)职业形象设计的作用

职业人首先是社会人,社会是由各种各样的人构成的,各种各样人的形象也构成了社会的整体文明形象。所以,良好的职业形象不仅是个人展现自己人格魅力、构建和谐人际关系、丰富人生意义、成就自己事业的资源和保证,也是社会精神文明建设的一个重要方面。

员交往需求

每一个职业人都有社会交往需求,这不仅是工作需要,也是人的生理与心理的需要。人是有感情的,感情需要在与人的交往中获得接纳与反应。感情的交往会使人生丰富多彩,感情的交流能使事业得到发展。在职场交往中,良好的职业形象是交往需求的保障。职场赢家不仅能力超凡,更重要的是魅力超群。一个人的魅力实际上是其形象的魅力,即一个人内在与外在形象的魅力。所以,职业形象设计不仅是行业或组织的需求,也是个人社会交往的需求。

员职业需求

一个行业或组织的形象,不仅要通过行业或组织的产品、标识、建筑等方面来表现,更重要的是要通过组织的员工形象来表现。按照行业或组织的文化理念及形象要求设计自己的形象不仅是个人的审美需求,也是职业的需求。

员社会需求

良好的职业形象设计,不仅是行业或组织的文化精神与理念的需求,还是社会精神文明建设的需要。每一个行业或组织都有自己独特的精神与文化理念,职业形象设计正是这种行业或组织精神与文化理念对职业人的一个具体要求。职业人要设计好自己的职业形象,最重要的就是要对自己行业或组织的文化要有一个深刻的认识,这样才能有助于提升自己行业或组织的职业文化品位,促进和强化行业或组织的文化特征,最终才能满足增强行业或组织综合竞争力的需求,才能为整个社会的精神文明建设做出贡献。

三、职业形象设计内容

职业形象设计内容根据不同的标准要求,可以有不同的分类,概括起来主要有以下四个方面的内容:

(一)职业仪表、礼仪形象设计

在职场活动中,职业仪表形象设计是非常重要的。一个人的仪表就是其最有影响力的名片,人们通过你的仪表,可以判断你的身份、地位和对职业的态度。职业仪表包含的内容是多方面的,如职业化妆、职业发型、职业着装、职业仪态等。职业礼仪是一个行业或组织的从业人员对待人或自然的一种表达方式。职业礼仪形象设计更多地受到行业或组织文化的制约。通过职业礼仪,我们不仅可以透视一个人的职业修养,还可以观察到一个行业或组织的文化。职业礼仪形象设计包含许多内容,诸如办公室礼仪、接待礼仪、电话信函礼仪、宴会礼仪等等。因此,职业仪表、礼仪形象设计是职业形象设计中的重要内容。

(二)职业能力形象设计

职业能力形象设计是职业形象设计的核心,根据职业人不同的职业、职位、职能,对应有不同的职业能力形象设计要求。如决策能力、管理能力、社交能力、表达能力、执行能力、学习能力等都有不同的形象设计要求。具体在职场活动中,如求职市场、办公室、生产与服务一线、领导岗位等也都有不同的职业能力形象设计要求,这在以后的有关章节中我们将逐一介绍。

(三)职业气质形象设计

职业气质形象设计实际上是一个长期的自我修养过程。气质虽然与人的一些生理特点有一定的联系,并受一定的遗传因素的影响,但气质也完全可以通过后天的学习、设计和培养来改善。气质包含内在的精神内涵和外在的心理状态。对一些心理状态的表达方式进行适当的调整与改变,就可以在在一定程度上改善和改变气质,再经过长期的学习和培养,就会自然而然地形成新的职业气质形象。如我们经常接触到的电影演员或电视节目主持人,刚刚上镜时大家都会品头评足找出许多毛病,但等他们工作一段时间后,大家就会明显地感受到他们所具备的那种鲜明的职业气质。这一过程就是职业气质形象设计调整和改善的过程。

(四)职业精神形象设计

职业精神是从业人员的一种内在动力,职业精神与职业能力共同构成一个人的职业素质。职业精神主要与一个人的价值观和态度相联系,包括诚信、敬业、专业、负责、创新、协作、规范等内容。职业精神形象设计也是一个长期的学习与培养过程。职业精神形象的设计与训练,重要的是丰富自己的精神内涵,确立积极的价值观和远大的人生目标,并

加强知识的学习,提高自身的修养。

四、职业形象设计程序

(一)职业形象调研

在进行职业形象设计之前要有充分的调查研究,主要应了解两个方面情况:

1. 行业或组织约束

每一个行业或组织对其所属员工的职业形象都有一些约束条件,这些约束条件有些是明文规定的,而更多的则是在长期职业活动中逐步形成的。从业人员正确的职业形象设计,一定要和自己所从事的工作与所在的行业或组织相协调。在这里,我们强调的是正确的职业形象设计,而不是美丽或潇洒的职业形象设计。在不同的行业或组织中,正确的职业形象设计标准是不一样的,要根据行业或组织经营业务的种类、产品或服务的性质、历史与传统以及公司具体的位置、企业文化特点等多种因素来确定。有的公司职业形象设计标准比较传统,有的公司则比较前卫。这些都需要根据具体情况来确定,而不能从自己的喜好出发,想当然地设计自己的职业形象。对于初次应聘的人来说,一个比较简便的调查方法是站在应聘单位电梯或某一出口处,比较一下进出该单位的人们的形象,特别是着装形象,然后再确定自己的职业形象设计标准或原则。

2. 个性条件约束

研究自己的个性条件约束,就是研究、认识自己的外在条件和内部素质。外在条件是指自己的自然面貌和体形基础,亦即一个人的容貌和身材。外在条件主要是由先天遗传决定的,一般不容易改变;内部素质指的是一个人的内在条件,主要体现在一个人的性格、气质、才华和人格修养等方面。与外在条件相比,内在条件既不是先天遗传,也不是后天突击训练出来的,而是在日积月累的生活磨炼中,在不断丰厚的人生阅历中丰富起来的。研究自己的个性条件,就是充分利用、培养、开发自己的优势条件,并使这些优势条件能够更好地与行业或组织的职业形象要求一致起来。

(二)职业形象策划

【微型案例】

原一平职业形象批评会

日本推销大王原一平为了改善自己的职业形象,在朋友的指点下,他策划了一个由自己客户参加的原一平职业形象批评会,近年来一直坚持每月举办一次。为了使客户能够坦率地对自己的职业形象进行批评,他确定了三项原则:

1. 人数要使人人都能畅所欲言,所以人数不能太多,以缘人为限。

2. 为了让更多的人有批评的机会,每次邀请的对象不能相同。

3. 既然是自己主动邀请客户来的,他们就是贵宾,一定要热诚招待。

基于上述三项原则,原一平决定:

1. 时间:每月举行一次,一年 12 次。

2. 地点:在安静的小饭店,以晚餐的方式进行。