



高等职业教育
基础类课程规划教材

职业形象设计与训练

GAODENG ZHIYE JIAOYU
JICHULEI KECHENG GUIHUA JIAOCAI

新世纪高等职业教育教材编审委员会组编

主编 李长禄 杨树枫

大连理工大学出版社



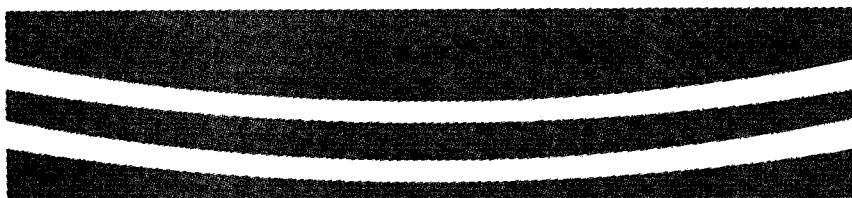
高等职业教育基础类课程规划教材

职业形象设计与训练

新世纪高等职业教育教材编审委员会组编

主审 耿万云

主 编 李长禄 杨树枫 副主编 杨建辉 王丽英 钱涛 吴雨潼



ZHIYE XINGXIANG SHEJI YU XUNLIAN

大连理工大学出版社

DALIAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PRESS

© 大连理工大学出版社 2004

图书在版编目(CIP)数据

职业形象设计与训练 / 李长禄, 杨树枫主编. — 大连: 大连理工大学出版社, 2004.9

高等职业教育基础类课程规划教材

ISBN 7-5611-2718-9

I. 职… II. ①李… ②杨… III. 个人—形象—设计—教材
IV. B834.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 111728 号

大连理工大学出版社出版

地址: 大连市凌水河 邮政编码: 116024

电话: 0411-84708842 传真: 0411-84701466 邮购: 0411-84707961

E-mail: dutp@dutp.cn URL: <http://www.dutp.cn>

大连理工印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm × 260mm 印张: 12.75 字数: 277 千字

印数: 1 ~ 3 000

2004 年 9 月第 1 版

2004 年 9 月第 1 次印刷

责任编辑: 郑淑芹

责任校对: 李作鹏

封面设计: 波 朗

定 价: 18.00 元

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
冯伟国 上海商业职业技术学院副院长 教授 博士
刘兰明 邯郸职业技术学院副院长 教授 博士
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

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
周 强 齐齐哈尔大学职业技术学院副院长

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):

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高等职业教育,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 100 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

2001 年 8 月 18 日

《职业形象设计与训练》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,精致塑造,经常训练,每一个人都会有一个美好的形象。

《职业形象设计与训练》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应用性教材,是为了满足高职各专业学生求职、就业、从业、创业而开设的一门新课程。本书以突出职业性、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。本书在理论讲述上力求简约,具体操作简明易学,实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,可以按照教材系统体例全部讲授,也可以选择部分内容进行讲座学习,学生们还可以自学自练,提高自己的职业形象设计与训练



6 / 职业形象设计与训练 □

能力。

本教材由黑龙江工商职业技术学院李长禄创意并提出编写大纲,河北建材职业技术学院杨建辉、沈阳工程学院王丽英参加讨论并提出许多建设性意见。本教材分《职业形象设计》和《职业形象训练》两编,共12章。黑龙江工商职业技术学院李长禄、杨树枫任主编,河北建材职业技术学院杨建辉、沈阳工程学院王丽英、辽宁经济职业技术学院钱涛、黑龙江工商职业技术学院吴雨潼任副主编。黑龙江工商职业技术学院耿万云教授担任主审。第一章、第六章由李长禄编写;第二章、第四章、第十章、第十一章由吴雨潼、耿万云编写;第三章由杜伟杰编写;第五章由王丽英、刘振雷编写;第七章由杨建辉编写;第八章由钱涛编写;第九章、第十二章由杨树枫编写。

本教材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《职业形象设计与训练》教材的特色建设方面作出了许多努力,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,以便修订时完善。

所有意见、建议请发往:gzjckfb@163.com

联系电话:0411-84707604 13352244668

编 者
2004年9月



第一章 职业形象设计概述	1
第一节 职业形象涵义与特征	1
第二节 职业形象设计涵义及意义	7
第三节 职业形象设计内容	8
第四节 职业形象设计程序	9
【能力训练】	13
第二章 职业形象设计条件与形式	14
第一节 职业形象设计条件	14
第二节 职业形象设计形式	17
【能力训练】	20
第三章 职业化妆设计	21
第一节 职业化妆基本知识	21
第二节 面部矫型化妆	31
【能力训练】	32
第四章 职业发型设计	33
第一节 发型设计的概念	33
第二节 职业发型特征与类型	35
第三节 职业发型与体型、脸型	40
第四节 职业发型与形象设计	42
【能力训练】	47
第五章 职业着装设计	48
第一节 职业着装基本特征	48
第二节 职业着装的分类与选择	50
第三节 职业着装设计原则与技巧	54
【能力训练】	61
第六章 职业形象训练概述	62
第一节 训练的涵义与特点	63
第二节 训练的发展历史和类型	65

第三节 训练目标与计划	68
【能力训练】	71
第七章 职业仪态形体训练	72
第一节 职业仪表、仪态训练	72
第二节 职业形体健美训练	74
【能力训练】	83
第八章 职场职业形象训练	84
第一节 求职场所形象训练	84
第二节 商旅服务行业人员职业形象训练	93
第三节 公务、商务文秘人员职业形象训练	94
第四节 职业地位与职业形象	110
【能力训练】	116
第九章 语言交流形象训练	117
第一节 语言基本能力训练	118
第二节 语言交流的表现形式	121
【能力训练 1】	150
【能力训练 2】	151
第十章 气质的培养与职业形象	155
第一节 气质概述	155
第二节 气质与职业形象的关系	157
第三节 气质的塑造	158
【能力训练】	163
第十一章 素质修养与职业形象	164
第一节 素质与职业形象	165
第二节 素质修养与职业形象训练	168
【能力训练】	182
第十二章 职业形象整合训练	183
第一节 职业形象整合训练效应	183
第二节 职业形象整合训练目标的选择与方案制定	190
【能力训练】	193

第一章

职业形象设计概述

本章要点

- 职业形象的涵义及构成
- 职业形象设计涵义及意义
- 职业形象设计内容及程序

【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,在三年的时间里,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40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型态面貌,这种整体型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,对促进一个人的进步,促进一个行业、一个组织的发展,有着重要的意义。

第一节 职业形象涵义与特征

一、职业形象涵义

(一) 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:

2 / 职业形象设计与训练 □

1. 明显目的性

以获得现金或实物等报酬为目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。

2. 广泛社会性

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,也表现为由于行业或岗位的相同或相近而产生的相互联系性和相互服务性。

3. 相对稳定性

职业是在一定的历史时期和条件下形成的,并具有较强的生命周期。当然,职业所具有的稳定性也是相对的。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,旧的职业岗位持续消失。近年来,世界各国的职业岗位都有很大的变化。例如,近年来美国就有 7 000 多个旧职业岗位消失,8 000 多个新职业岗位产生。我国在 1999 年已颁布的 1 838 个系类(职业)的基础上,2003 年 4 月又出台了第五批 53 项职业标准,包括物流师、理财规划师、中央空调操作工、育婴师、房产测量员等新认定的职业。随着社会分工的加速和细化,一些新兴的职业还在不断产生。即便是一些没有消失的传统产业中的职业岗位,其内涵与外延、其科技含量等也发生了较大的变化。因此,职业具有相对稳定性。

4. 鲜明规范性

规范性是职业活动的鲜明特性。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,对职业标准进行规定。我国在 1999 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 8 个大类,66 个中类,413 个小类,1 838 个系类(职业),这是职业规范性的具体体现。

5. 从业群体性

职业必须具有一定的从业人员。职业是随着社会分工的加速和细化发展起来的,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。

(二) 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。我们在讲职业形象时,都会自然地联想到空中服务员良好的职业形象。她们给人留下的深刻印象,不

仅是有端庄秀丽的容貌、典雅精致的制服,更有亲切的微笑、甜美的问候、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。大家熟悉的麦当劳、香格里拉连锁店服务员,他们的职业形象之所以能为人称道,主要是因为他们的敬业精神、勤奋精神和服务意识。当我们走进任何一家麦当劳或香格里拉,都会看到穿着整洁的服务人员热情的笑脸和勤劳的身影。在这里,我们可以从他们服务的细节上,体会到他们对工作的专注、投入、自豪与热情的精神状态。这种精神状态,既是他们个体的职业形象,也是企业的团队形象。所以说,职业形象就是个体形象与行业或组织形象有机、完美的结合。个体形象是通过职业群体形象的特征表现出来的,符合某类特定的职业角色,反映出良好的职业风范,而个体形象又提升了行业或组织的团队形象。

二、职业形象构成

职业形象包含许多构成因素,如社会文明、行业规范、组织文化、职业理想、职业道德、职业信念、职业素质、职业气质、职业礼仪、职业着装等等。职业形象不仅重视从业人员个体的仪表与礼仪,还重视从业人员的精神面貌,更重视职业形象本身所蕴含的行业或组织的精神内涵和文化理念。因此,职业形象构成的主要因素:一是行业或组织形象系统;二是从业人员个体的精神面貌系统;三是从业人员个体的仪表形象系统。职业形象实质上是三者有机融合的外在表现。

(一)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

文化通常是指人民群众在社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。它是一种历史现象,每一种社会都有与其相适应的文化,并随着社会物质生产的发展而发展。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。行业文化还是整个社会文明的一个组成部分,社会文明进步程度直接影响到行业文化的建设。因此,社会文明进步程度是行业文化建设与发展的基础,进而也是职业形象构成的重要因素。

2. 组织文化

在管理领域,组织文化主要是指组织的指导思想、经营管理理念和工作作风,包括组织规范、传统习惯、组织形象等等。组织文化不但包括思想和精神方面的内容,也包括社会心理、技能、方法和组织自我成长的特殊方式等各种因素。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。

(二)个体的精神面貌系统

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的精神支柱。人们总是按照职业理想所确定的目标,规划自己的职业行为,塑造自己的职业形象,选择自己的职业发展道路,确定自己在社会生活中的立场和行为方式。

伟大的科学家爱因斯坦曾说过:“每个人都有一定的理想,这种理想决定着他的努力和判断方向。”一个热爱自己职业的军人,即使有一天走出军营,脱下军装,我们也能从他的形象中,捕捉到军人的风采。因此,职业理想是职业形象塑造的动力,是职业形象塑造的导向,也是职业形象塑造的前提和基础。

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。职业道德是一种与行业或组织特点相适应的社会规范,是一个行业或组织系统长期作用的产物。职业道德对职业形象的影响是基础性的、长期性的和稳定性的。职业道德中的主要因素大多是世代相传的,也有超越国家、民族和地区的。特别是在同一行业或职业中形成的职业心理、职业良知、职业习惯等对职业形象的影响更是巨大的。例如,服务行业中“逢人开口笑,过后不思量”的职业习惯对服务行业从业人员职业形象的影响就非常深刻;医护人员“仁者爱人,救死扶伤”的职业良知对他们职业形象的影响就更直接、更具体;教师“言传身教,以身作则”的师德,更铸造了教师的职业形象。

3. 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工作充满自信的人,才会使自己的职业形象更加光彩。

(三) 个体的仪表形象系统

个体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。

1. 职业素质

关于素质的研究是多方面的,无论是心理学的,还是管理学的,都可谓汗牛充栋。在心理学上,素质是指人先天的解剖生理特点,主要是感觉器官和神经系统方面的特点。素质是人心理发展的生理条件,但不能决定人的心理内容和发展水平。某些素质缺陷可以通过实践和学习得到一定程度的弥补。在管理学上,素质是指可以使人在工作中达到高绩效的技巧、知识、价值观、特质及动机的组合。职业素质主要由职业精神和职业能力两方面组成。职业精神的内涵也是多方面的,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。

2. 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。

3. 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7%,而面部表情、形体动作等所起的作用却占93%。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

(一) 整体型象与局部形象

从职业形象的内容上分类,职业形象可分为整体型象与局部形象。整体型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。

(二)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。

(三)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。如从认知的角度可以分为一般职业形象和特殊职业形象;从发展的角度可以分为静态职业形象和动态职业形象;从公众评价的角度可以分为良好、平庸、低劣的职业形象;从真实性的角度可以分为真实与失真的职业形象;从时间跨度上还可以分为过去、现在、未来的职业形象,等等。

四、职业形象特征

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型象的有机融合。职业形象具有三个方面的主要特征:

(一)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。

1. 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。

2. 可变性

随着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。

(二)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型象表现

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。

1. 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。

2. 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。

(三) 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】

1. 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?

2. 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。

第二节 职业形象设计涵义及意义

一、职业形象设计涵义

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、职业形象设计意义

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。