

# 自我形象

——成功者的奥秘



王  
晗  
著

成功者成功的奥秘——恒心  
失败者失败的原因——浮躁

远方出版社

# 自我形象

——成功者的奥秘

王 晗 著

远方出版社

责任编辑:哈布尔

封面设计:牧 野

## 自 我 形 象

王 晗 著

\*

远方出版社出版发行

(呼和浩特市新城区老缸房街15号)

内蒙古新华书店经销 北京兆成印刷厂印刷

开本:850×1168 1/32 印张: 15.5 字数: 320 千

1997年10月第1版 1997年10月第一次印刷

印数:1—10000册

ISBN 7—80595—403—8/G·59

定价:23.00元

## 序

这是一个激动人心的时代，也是一个务实的时代。在这样一个时代，一切只有兑换成金钱才能显示其意义与价值。作为时代的产物，他们总是在随着时代变换自己，希冀获得一种特殊的成功。

人的生命在时间的画布上可以勾画自己，尽管时间从不重现。在未来的世界中，人与人之间的竞争，不仅仅是从局部的财富、社会地位、学识与才智的竞争，而是一个各方面综合的竞争。如果要在芸芸众生之中有所作为、有所竞争而立于不败之地，个人形象将在你的奋斗与崛起中起着非常重要的作用。

人最大的敌人是自己，击败你的不是别人，而是自己。

人生是一场残酷的战争，需要谋略。谋略可以让你在芸芸众生中扮演重要角色，可以提高你的生存技

法,在平凡的生活注入新的活力,使你更加引人注目,争得更多人的认同。

“自我形象”可以系统地帮助你树立自我形象,制定人生方案,提高你在社会中的地位与认知度。

人与商品一样需要推销,需要包装。

人与商品所不一样的是,人可以自我推销自我包装。

在实践中,要改变一个能力平常的人,使他成为一个出类拔萃的人物,或者让一个优秀人物从他所处的平凡乃至平庸的环境中跃上他生命的高处——设计好自己是至关重要的。

# 目 录

## 第一章 自我形象识别 ..... (1)

▲ 美国历史上第一次总统电视竞选，对“形象”的好恶决定了选票的投向，尼克松在竞选中败北……

▲ 周总理注重自己的着装配饰，形成了特有的举止动作，从而形成了独具魅力的个人形象和媒介形象……

▲ 撒切尔夫人改掉嗓音的习惯，保持稳重的拖腔和适中的音调……

- 一、自我个体时代的趋势 ..... (10)
- 二、理解自我的时代 ..... (14)
- 三、自我基点的升华 ..... (21)
- 四、自我形象的设计 ..... (29)
- 五、自我形象的误区 ..... (42)

|                 |      |
|-----------------|------|
| 六、时代个性的追问 ..... | (49) |
|-----------------|------|

|                  |      |
|------------------|------|
| 七、尊重自我生存原则 ..... | (59) |
|------------------|------|

## 第二章 自我理念识别 ..... (72)

▲ 闻名遐尔的世界魔术大师沙斯顿，他有吸引观众的特性，无一不在演出前做充分的准备。

▲ 当人们讥笑他想把人送上月球的野心时，温赫·蒙·布昂内心在忍受一种隐痛的坚强……

▲ 英国首相迪斯瑞利使用奉承法就像用瓦刀来砌水泥一样，如法炮制了一位政坛上少有的外交天才。

|                 |      |
|-----------------|------|
| 一、自我流放与拯救 ..... | (75) |
|-----------------|------|

|                  |       |
|------------------|-------|
| 二、请给自己作则广告 ..... | (113) |
|------------------|-------|

|                   |       |
|-------------------|-------|
| 三、你有乌托邦精神吗？ ..... | (131) |
|-------------------|-------|

|                 |       |
|-----------------|-------|
| 四、撰写自己的讣文 ..... | (147) |
|-----------------|-------|

|                 |       |
|-----------------|-------|
| 五、黄金彼岸的等待 ..... | (155) |
|-----------------|-------|

|                   |       |
|-------------------|-------|
| 六、展开自我命运的蓝图 ..... | (171) |
|-------------------|-------|

### 第三章 自我行为识别 ..... (181)

▲ 日本推销之神原一平说:笑是我非常重要的助手,以我 50 年的推销经验,笑至少有 10 种以上的好处。

▲ 有人将英国能在第二次世界大战中获胜归功于首相邱吉尔的幽默……

▲ 勇敢的彼克将军,当他出现在溃散的军队面前时说:“这都是我的过失。”因此赢得了勇敢将军的美誉。

一、踏入社会之门 ..... (183)

二、自我价值的认同 ..... (222)

三、自我行为的突破 ..... (253)

四、自我行为的谋略 ..... (288)

五、自我行为的误区 ..... (340)

### 第四章 自我视觉识别 ..... (368)

▲ 一位印地安少女,把美国的星条旗倒过来披在自己背上,以此来表示她对美国政府种族歧视政策的不满和抗议。

▲ 安娜·卡列尼娜一身素净的黑色,

取得了自我与外界构成强烈反差的对比效果,从而造成了她卧轨自杀的结局……

▲ 为了终生崇拜毛泽东,世界拳王泰森将毛泽东头像纹在自己臂上……

|                   |       |
|-------------------|-------|
| 一、视觉的虚荣与羞耻 .....  | (379) |
| 二、视觉识别的演变 .....   | (387) |
| 三、视觉识别与仪礼 .....   | (400) |
| 四、视觉识别与个人效应 ..... | (411) |
| 五、视觉个性与陷阱 .....   | (419) |
| 六、识别与面孔的神秘性 ..... | (431) |
| 七、识别中的人性 .....    | (446) |

## **第五章 祭坛上的自我 .....** (463)

▲ 你必须能接受自己,有健全的自尊,信任自己。

▲ 你必须有不以为耻的自我,能随心所欲表达创造自我。

▲ 你必须认识自己——包括你的力量与你的弱点,并且加以承认。

|          |       |
|----------|-------|
| 后记 ..... | (472) |
|----------|-------|

## 第一章 自我形象识别

▲ 美国历史上第一次总统电视竞选，对“形象”的好恶决定了选票的投向，尼克松在竞选中败北……

▲ 周总理注重自己的着装配饰，形成了特有的举止动作，从而形成了独具魅力的个人形象和媒介形象……

▲ 撒切尔夫人改掉噪音的习惯，保持稳重的拖腔和适中的音调……

美国总统罗斯福在他第一次竞选总统时，他对助选员说：“你为我布置一个大讲台，我要让所有的选民看到这个得麻痹症的人，可以走到前面演讲，不需要拐杖。”

亚当和野兽都曾受过上帝的祝福，但是，人还担负着征服

地球和统治野兽的责任。所以人经常要在听上帝的话还是听蛇的话之间作出选择。

人是识别的动物。

当我们伴着母亲的呻吟，带着满身的血污，在人世的空气中发出第一声啼哭。我们便被赋予了高雅或粗俗的名字，于是也便有了在人世行走的标记。也有了我们活着的形象。

人的形象不仅是人的真正价值，而且还是人的生命价值的来源，因为人最大的、最后的财富就是自己，真正的价值也就是“我自己”。形象是人的性格、气质和能力等特征的总和，他集中表现为对社会伦理道德的责任意识，亦即人生态度。完美形象，主要表现为高尚的情操，有远大的理想，有重大的社会责任感和使命感。

美国第32届总统罗斯福是最有成就的世界政治家之一，他实现了人生的最大价值，特别是他以残疾之身履行总统之职，这充分体现了他高大的形象与矢志创业的伟大精神。一般情况是患了小儿麻痹症，就意味着一个人永久地丧失了行动能力。但是他却发誓说：“我要走路，我要走进白宫。”第一次竞选总统时，他对助选员说：“你为我布置一个大讲台，我要让所有的选民看到这个得麻痹症的人，可以走到前面演讲，不需要拐杖。”

形象是一种精神力量，形象的形成全靠自己。形象是人格的集中表现，亦即通常说的人的“脸面”。俗话说：“做人要讲脸，打人不打脸”。只有有健全形象的人，才有生存的乐趣与价值。

“形象”是一个内涵极深,外延又极广的概念,自我形象是指能引起人的思想或情感活动的具体印象。它是一种综合的感觉,而且这种感觉还是一种非静态的动态感觉。“形象”的内涵是极为丰富的,自我的形象包括知识、修养、风度、心灵的善良等等,都是各自的重要组成部分。此外,还有各自的言谈举止、待人接物、美容化妆、穿着设计等等都有自己不同的识别风格,给人留下深刻印象,提高自我意识。

一个人的诞生有他的体重、基本容貌;一个国家的诞生,必须确定代表这个国家的国旗、国徽、国歌,任何一个国家都不例外。这些图案、色彩、音符以具体可感知的形式在各种场合代表这个国家,证明这个国家的存在,象征这个国家的意义。

形象识别大可推至一个国家,小可以演绎到一个人,都需要利用具体的形象进行交流与控制,其核心在于一个组织或一个人,自身总有一些一致性的东西表明它的身份与性质,否则对内无法形成自己的思想,对外无法标示自己的存在。

识别离不开形象,它必须在感性呈现的形式中运作。

识别始终通过形象昭示同一性与差别性两方面的信息。

人类普遍应用的识别符号,主要有两种功能:对外的识别交流与对内的组织与控制。

识别可以传播,可以控制,如今已不只是政治家、军事家以及高效组织机构企业为了谋生存,图发展所关心的问题。

在美国加利福尼亚的伯克利港,有一座文身档案馆。馆长

C·W·艾尔德里奇常常聚精会神地坐在电视机前,不过他并不是为了看体育比赛,而是想看清楚世界各地那些运动员的文身。

艾尔德收集了大量的运动员的文身,他非常惊奇这些只有在二战期间,只有那些奔赴战场的士兵才会想到的文身,以祈祷平安返家的文身现象,却来势凶猛地出现在体育场上及社会生活的各个领域。如世界重量级拳王麦克·泰森的两支胳膊上文着两个头像,左边是毛泽东,右边是黑人网球明星阿瑟·阿什。NBA 奥兰多魔术队中锋“大沙鱼”沙奎尔·奥尼尔的一支胳膊上文着“超人”的形象。而另一支胳膊上则文着“TWISM”(世界属于我)的缩写字母。

在曲棍球场或棒球场上都可以看到诸如“毛利族勇士”、“天使”、“魔鬼”之类的文身图案,增强运动员本身的识别性。好莱坞的艺术家吉尔·蒙特罗说:“如今文身不再只是那些‘坏小子’的专利行为,就像染发一样,他们正试图把自己的内心世界表现在外表上。”

识别从符号开始,符号从形象开始。通过具体可感的视觉或行为表现的形象,象征地显示一种价值与意志,一种精神。

文身是极端个人化的举动,每个文身图案都可能包含着一段故事,一种寄托与追求。艾尔德里奇认为,他所观察到的文身者都是把自己经常想象的图案文在身上。他们的文身都具有可视性。

这些文身者的目的是为了增强自身的识别性与形象传播性,当球迷、孩子们从文身者的胳膊上、腿上或肩膀上看到某

种新奇的图案时,能对运动员增加更深的印象,提高自身形象的认可度。

在识别系统中,他包涵着视觉、理念、行为三大识别要素,在浅层次上人们往往注重的是视觉观,也就是第一感观,如总统候选人导致竞选胜利或失败的原因常常不是因为他们的政治纲领如何,而是因为其面孔和行为举止在电视屏幕上出现带来的偶然影响。

1960年尼克松与肯尼迪在竞选中,尼克松由于脸型棱角突出,好出汗,加上带病竞选,体重大减,又拒绝电视顾问费尽心机为他设计的补救办法,观众在电视屏幕上见到的尼克松是两眼深陷、面颊苍白、汗流如注、声嘶力竭的形象。相反,肯尼迪经过电视导演的精密筹划,养精蓄锐,精心彩排则显得意气风发,红光满面,从容论道,挥洒自如。

这是美国历史上第一次总统电视竞选,选民们注意的并不是双方的政见,而是他们的仪表风度,对“形象”的好恶决定选票的投向。尼克松在竞选中败北。1968年尼克松再次参加竞选时,接受前次的教训,雇用了一批公共关系及广告专家,为他精心设计电视形象,结果竞选取胜。

形象属于有生活、有感情、有色彩、有理想的人,他们总是注意美化自己的形象,美化自己的形象可以赢得别人和社会的赞许,从而实现自身的价值。

“形象”一词可以从中华民族古老悠久的历史传统中追溯到“文身与服饰”时代。我们的祖先从树上移居到陆地经过了

长时间的迁徙,为了证明自己的分工,他们身上都装饰着不同的图案或配戴着不同的饰物,文身最早起源于画身,这种人体装饰形式至今仍见于一些原始民族。文身是一种用针状物在身体各部位刺图案的手段。在我国南方的少数民族中,女孩长到一定年龄便开始文身,所文图案随着她的年龄的增长而增加,年纪越大,图纹越密越复杂,甚至可以文遍全身。有的甚至将图案刺在脸上故又称绣面。

文身所画的条纹,图案固定在皮肤上,得以永久保存,有固定的图案,固定的地方。除开文身之外,我们的祖先在追求“形象”方面,还大量撷取大自然中一些东西作为装饰点缀品,如鸟喙、象牙碎片、蛋壳圆片、蜗牛、干果串珠、种子、金属片或环、贝壳、龟壳、羽毛、兽角等挂在他们的脖子上,悬在腰间,插在头上起着证明、识别的作用。人们从这些作用中不难体会到,所谓识别,就是一个个体或一个集体借助感性形式证明自身性质与内在统一性的传播活动。它具备两个条件:一是内在统一性,即一种精神或价值内核,二是外在感性的表现形式,即形象。

识别的概念要大于形象。

人们往往偏重于形象而忽略了识别,得出两种不同的结论,而混淆了视听,误导了人生。

我们不会忘记已故的周总理。那就是一个十分重视个人形象和媒介形象的人。他曾对身边的工作人员明确提出:

“我参加活动多,仪容是否整洁,国内国外都注意,我的衣服一定要能表现出中国人的面孔。”

为了表现出中国人的面孔,周总理十分注重自己的穿着配饰,形成了特有的举止动作,还有那独特的铿锵的语调,再加上内在的高尚品德、广闻博识、敏捷反应和机智应对的能力,从而形成了独具魅力的个人形象和媒介形象,以致出国访问,常出现万人空巷、争睹风采的动人场面。

“形象”对于人是十分重要的,因为做人比人的存在更重要。

做人就意味着标新立异,意味着创新,意味着超越纯粹存在的连续性。做人是奇特性、独特性的出现。纯粹的连续性是雷同的,是承续传统,它使奇特性中断。做人是由一系列特殊瞬间组成的,其中每一个瞬间、每一个刹那都需要系统而周密的训练。这一“瞬间”证明着生命的流动,人的感性、感受。但又不能屈从于某一个“模式”、规范和形式、而要经历一连串的迷津。

形象对人是一系列事件,是不可重复的独一无二的境遇。没有那两个人是完全相同的,正如在莽莽丛林中没有那两片树叶是相同的一样。以人的面孔而论,没有那两张面孔是一样的。我们在万头攒动的人群中,一眼就能分辨出自己的朋友。人体最显露的这一部分正好体现了独特性与形象性。

一些文艺明星有专门的公司或顾问对自己的个性、气质、服装特色、发型、舞蹈动作,以及平时社交活动,对传媒的发言、社会活动的特色进行咨询,包装设计。西方的某些社会活动家,政治领袖人物更是如此。

英国前首相撒切尔夫人过去是上了年纪的家庭主妇,后来,当上了保守党领袖时,里斯就担任她的公共关系顾问。里斯对撒切尔夫人经过充分调查研究后,建议她改掉嗓音尖的习惯,要保持稳重的拖腔和适中的音调,从容沉着不亢不卑、温文尔雅。甚至在什么场合下采用什么样的发式也由里斯设计。因此,记者评论说:“里斯素有撒切尔夫人塑造师之称。”

一个政治家、社会活动家、企业家、艺术家的谈吐、风度、气质、待人接物等,都会影响人们对他的评价,而他们的个人形象会直接影响组织机构的声誉。

树立良好的个人形象和媒介与公众形象,既涉及到个人内在素质的长期培养,也涉及到个人形象诸多要素的训练。媒介形象也就是外在形象要素的训练,主要包括:衣服的选择,颜色的搭配;演说的技巧、音调的变化;姿势的设计,动作的调整;自信心的树立,应对的方法;道具的安排、环境的布置等。所有这些要素的选择和训练,都不是为形象而形象,也不是随意的安排,而是必须根据每个人的内在素质,具体条件和特定环境而定。而这些周密思考和精心安排都是为塑造一个具体感人、完整统一、又鲜明独特的个人形象和公众媒介形象服务的。

在日常生活中,有一种非语言性的东西靠着某种符号或色彩进行交流。在人际关系越来越重要,越来越复杂,人际交流也越来越多的今天,各种非语言的传播交流也越来越广泛,如人们把白色作为医护人员服装的专用颜色,多情的诗人们