

女性素质教育系列丛书

职业女性形象设计教程

● 贾孟喜 陈开梅 编著



NXSZJY

● 女性素质教育系列丛书

职业女性形象设计教程

贾孟喜 陈开梅 编著



华中师范大学出版社
2009年·武汉

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

职业女性形象设计教程/贾孟喜 陈开梅 编著. —武汉:华中师范大学出版社, 2009. 12

(女性素质教育系列丛书)

ISBN 978-7-5622-4111-9

I. 职… II. ①贾… ②陈… III. 女性—形象—设计—教材 IV. B834.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 229906 号

职业女性形象设计教程

© 贾孟喜 陈开梅 编著

责任编辑:裴媛媛

责任校对:刘 峥

封面设计:罗明波

编辑室:第五编辑室

电话:027-67867364

出版发行:华中师范大学出版社

社址:湖北省武汉市洪山区珞喻路 152 号

电话:027-67863426(发行部) 027-67861321(邮购)

传真:027-67863291

网址:<http://www.ccupress.com>

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

印刷:武汉中远印务有限公司

督印:章光琼

字数:180 千字

开本:787mm×1092mm 1/16

印张:9.75

版次:2009 年 12 月第 1 版

印次:2009 年 12 月第 1 次印刷

印数:1—4000

定价:17.50 元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请打举报电话 027-67861321

序

《职业女性形象设计教程》作为一门课程在广东女子职业技术学院开设已有十余年了，一直受到学生的欢迎。讲授这门课的教师早已提出通过对自己的教学经验进行总结，在吸纳相关领域专家的研究成果的基础上，形成一部适合我院学生的教材，现在这一愿望即将变为现实。本书正是几位教学一线的教师通过共同努力，精心编写而成的，其中包含着他们多年辛勤耕耘洒下的汗水和付出的心血。

《职业女性形象设计教程》作为女性教育特色课程应该受到重视，主要基于三点原因：第一，在强调特色立校的大背景下，它必然受到学校的重视。我院是一所女子学院，必然具有“天然的”女性特色，不论是谁，只要强调特色，都不可避免地要在“女”字上做文章，才能立足。强调女性特色，女性教育特色课程就必然会受到重视。第二，着眼于学生未来职业生涯的长远发展，它必然受到学生的重视。大学阶段对于学生而言，应该说是重要的职业准备时期，对于以职业教育为己任的高职教育而言，更是如此。着眼于未来职业的需要和要求，学生除了要完成专业知识的学习，进行专业技术、技能方面的训练外，在思想意识中，还必须根据未来职业要求改变自己、提高自己、发展自己、塑造自己、设计自己职业形象的观念和必要准备。这样，职业女性形象设计就成为专业课程的延伸课程，和各部门专业课程一起，共同成为职业教育应有的重要内容。第三，从教书育人的宗旨看，它应受到任课教师的重视。教师是塑造人类灵魂的工程师。塑造出来的学生在整体上具有怎样的形象，这是作为一名教师必须考虑的问题。当学生有了职业形象的意识，并注意在职业生涯中不断完善自己，确立良好的职业女性形象时，也就改善了人与人之间的社会关系，从而塑造着整个社会，成为社会文明的主要推动者，这才符合教书育人的根本意义。

从有了编写教材的想法，到将这种想法付诸实践，可以说正是学校、学生、教师三方面因素共同作用的结果。本书的编写大纲是由思想政治部主任贾孟喜副教授根据课程教学实际拿出初稿，后经课程组的几位教师共同讨论确定下来的。经过三次讨论，大家明确了编写的意图、意义、基本内容框架、全书重点、特点、读者对象等问题，随后，大家便开始分工合作。第一、二章由贾孟喜副教授撰写；第三、四章由陈开梅副教授撰写；第五、六章由王慕卓副教授撰写；第七、八章由林艳副

教授撰写。初稿完成后,贾孟喜副教授根据全书的总体要求,对各章的内容安排提出了具体的修改建议,由各位教师进一步修改、完善所写的内容。在每个人通读、审阅了全部书稿之后,全体写作人员又召开了专门会议,相互提出修改意见,对书稿中存在的问题进一步讨论和研究。在讨论中,王慕卓副教授、林艳副教授对本书内容的确定提出了合理化建议。在对这些建议进行研究和吸收的基础上,对大纲进行了稍许调整,形成了书稿的第三稿。陈开梅副教授对全部书稿的内容和格式进行了统一修改。最后由贾孟喜副教授统稿、定稿。由于在对同一问题的认识上见仁见智,不可能实现每个人认识上的完全统一,我们在根本认识一致的前提下,保留了每个人在具体的、细小问题上的不同理解和不同写作风格。

本书在对职业女性形象设计的基本问题进行概述的基础上,特别提出了职业女性能力形象设计的问题,目的是要学生从根本上弄清楚“形象”是外在形象与内在素质的统一,不要一提形象,就先入为主地只关注外在形象。在一些发廊、美容店也挂起“形象设计”的招牌,并且受到更多人的青睐,形象设计已被简单地理解成为女人美容、美发、化妆等,从而导致一些人对形象设计的偏见。外在的仪容、仪表、体态、姿势、言谈、举止很重要,对于职业女性而言,它们是内在的气质、道德、修养、文化、思想、才智等内涵借以外化、显现意蕴和特性的东西,因而职业女性的形象设计应包括服饰、发型、化妆等仪表形象,语言形象和非语言的仪容、仪态形象。不同的社交场合,对人们的仪表、礼节、言谈和举止都有一定的规范要求,按照这些规范要求去做,就能体现职业女性形象,尤其重要的是要表现出对他人的尊重和自己在这方面富有修养、教养的形象。本书讲述的职业女性形象,也是从这些方面进行考虑和设计的。

职业女性形象设计是集理论、实训于一体的课程。由于课程开设时间较短,加之学校和课程都正处在建设、发展的过程中,实训场地暂时缺乏,实训时间也很有限。随着学院建设的发展,将逐步提供专用的化妆实训教室和形体训练室,这样教学条件将大为改善。

本书在编写过程中,参阅了国内外许多专家在相关方面的研究成果。由于时间紧,加之我们水平有限,错误、缺陷和不足在所难免,恳切希望读者批评指正,以便我们在使用过程中不断修改、补充、完善。

编著者

2009-8-11

目 录

第一章 职业女性形象设计概述	(1)
第一节 职业女性形象设计的含义与特征	(1)
第二节 职业女性形象设计的原则与类型	(10)
第二章 职业女性能力素质形象设计	(19)
第一节 专业能力形象设计	(19)
第二节 职业综合素质形象设计	(22)
第三节 专业能力形象与职业综合素质形象的关系	(26)
第三章 职业女性服饰形象设计	(32)
第一节 职业女性着装的基本原则	(32)
第二节 职业女性着装形象设计	(37)
第三节 十种配饰与着装	(50)
第四章 职业女性语言形象设计	(57)
第一节 职业女性基本的语言形象	(57)
第二节 语言谈吐的十一种艺术表现	(62)
第五章 职业女性仪态形象设计	(68)
第一节 职业女性仪态美设计	(68)
第二节 职业女性形体美设计	(73)
第三节 职业女性常用体态语言	(81)
第六章 职业女性仪容形象设计	(89)
第一节 职业女性风度美与气质美	(89)
第二节 职业女性发型美设计	(95)
第三节 职业女性仪容美设计	(100)
第七章 职业女性社交礼仪形象	(110)
第一节 职业女性社交礼仪的基本原则与要求	(110)

第二节 职业女性社交的艺术	(114)
第三节 不同社交场合的礼仪形象	(121)
第八章 职业女性商务形象设计	(128)
第一节 职业女性商务形象设计的作用及基本原则	(128)
第二节 商务形象设计中的礼仪	(131)
参考文献	(151)

第一章 职业女性形象设计概述

第一节 职业女性形象设计的含义与特征

一、职业女性形象设计的含义

(一) 从职业到职业女性

《现代汉语词典》对“职业”一词的含义做了两方面的解释：一是个人在社会中所从事的作为主要生活来源的工作；二是专业的、非业余的，如职业演员，职业革命家等。其他各种辞典的解释也都包含了这两点，并且大同小异。这种解释正好适合大学生或一般人的成长经历，大学生在学校所学的专业知识就是为将来走上工作岗位，从事一定职业所进行的准备。在现代社会，一般人都需要经历一个“从师学艺”的过程，在获得一定的专门知识和技能后，才能正式地、独立地去从事一定的职业，以谋求自己的生存和发展，创造美好人生。就个人和对社会的价值而言，可以将职业理解为：个人在社会中所从事的作为主要生活来源、并以此服务社会 and 实现自我价值的专门工作。

由此看来，“职业女性”就是指有正式的、能够给自己带来稳定收入的工作，并因此而将自己的时间和精力投入到自己的职业和事业中去的女性。这种女性因从事着社会所必需的、又得到社会承认的工作而不仅使自己作为独立的个人在社会中存在，而且在服务社会中实现着自我的人生价值。与“职业女性”相对立的非职业女性，从历时态看，有封建社会时代围着锅台转的“家庭主妇”；有知书达理，但从小行为就受到礼教规范严格约束的“大家闺秀”、“千金小姐”；有在家中不从事任何工作和职业的“家庭主妇”、“全职太太”、“贵妇人”等。从共时性看，它与处于休闲时光和处于接受学校教育阶段的女性相对。在我国，随着经济体制改革和社会主义市场经济体制的确立和发展，社会竞争、就业竞争压力的不断增加及人们对职业观念的改变，也有“妇女回家”的主张和女性自愿放弃工作回家的事实存在。但从根本上说，这有悖于女性职业解放、职业发展的历史发展趋势。职业女性的形成是近现代人类社会历史发展的产物。

（二）职业女性与职业男性之异同

职业女性出现以后，也就有了职场上的两性：职业女性和职业男性。有了职场上的男女两性，也就必然会存在职场上的社会性别差异。“时代不同了，男女都一样”，这句口号喊了很多年。男女平等应该主要是指男女之间人格尊严和价值的平等，受教育和工作权利、机会的平等和责任的平等，其中劳动权利的平等是男女平等的基础。在现代社会，男女应该平等地拥有从事一定职业和社会工作的权利，但这不是说男女在工种和劳动强度上要求一致，也不要求女性同男性一样从事繁重的体力劳动。现代社会赋予受过良好教育、有才能的女性更多的机会，使她们能够走上与男性相同的职业发展道路。随着越来越多的女性跻身职业女性行列，并以“不让须眉”的形象贡献社会 and 他人，其家庭地位、社会地位也得到了提升，现代女性不再是两性世界中无足轻重的一方。

职业男性和职业女性作为职业人有着共同的对立面，这就是非职业人。他们作为职业人也有共同之处，如追求事业的上进心、战胜困难的自信心、以极大的热忱和负责任的态度去解决问题的决心等。作为职业人，无论男性或女性都是站在相同的起跑线上，按照相同的规则进行职业竞争，性别退居到相对次要的地位，决定身份、职位、工薪的是业绩。没有人因为你是女性，使用了“泪弹”就降低对你的要求，给你大开方便之门；也没有人因为你是男人就平白无故地信任你，委以重任。一切凭实力，靠业绩说话。^①

职业男性和职业女性之间也存在着差异。这种差异根源于男女两性的性别差异。由于男女两性基于生理差异所形成的心理差异、情感差异、性格差异等性别差异的客观存在，使得他们在从业过程中，在思维方式、行事方式、观念等许多方面都有不同的表现。由于这些不同的表现，使得女性在从业过程和职业生涯发展的过程中，会表现出与男性相比的特殊性。职业女性出现以前，职场上是单一的男性性别，职场规则、行事方式等都无意地按照有利于男性的方式形成。女性从业现象的出现，意味着职场规则应该朝着适合于女性的行事方式改变，也就是说，要形成适合女性的新的职场规则。女性应该以自己的方式从事职业，而不应一味地按照男性的方式行事。

人们对男女两性的特点做了许多概括，从与职业相关的角度来看，下面的概括有一定的代表性：男性身材魁梧，女性体态轻盈；男性强壮，女性柔弱；男性稳重，女性多情；男性坚毅，女性温顺；男性逻辑思维强，女性形象思维强；男性严峻，女性善良；男性易激动，女性善克制；男性果断，女性慎重；男性粗

^① 陈耘：《职场里的“她时代”》，《职业技术》2003年第8期。

犷，女性文雅。^① 男女之间性别差异的这些概括并不是绝对的，也不绝对地适合每一个人。特别是那些注意到并努力克服这种差异、更好地体现和发挥男女两性优势的人，也许不适合这样的概括。不过，根据经验和观察，从普遍的意义上来概括大多数男女两性的主要的特点，我们还是可以承认这些差异的存在，承认这种相对的区别。正是这种体质、思维、情感、性格等方面的差异，铸就了男女两性的职业差异，包括职业取向和职业发展生涯的差异。

20 世纪 80 年代，我国曾一度出现“女强人”热。如果从男女平等角度来看，这种“女强人”之说是指职业女性在从业过程中，应具有职业男性所具有的某些优秀品质，如事业心强，工作中能够全身心地投入，工作中能够独当一面，具有较强的创业意识，在女性阴柔之中揉进了男性刚强的优点，这些都是符合职业人角色的要求的，体现的是职业人与非职业人的区别，应该予以肯定。但如果忽视性别差异，一味地追求按照职业男性的标准要求职业女性，以职业男性形象的模式来塑造职业女性，要求女性要有像男性一样的职业形象，而不能很好地发挥其特有的性别优势，从而在从业过程中成为性别特征鲜明的女性，就会给人一种性别错位的印象。一个女人只刚不柔，能处处以男性的方式和标准行事，能像男人一样从事重体力劳动，处处体现出“爷们气”，这和一个男人只柔不刚，让人感觉“娘们气”是一样的性别角色错位，一样地走入了误区。职业女性应该学习职业男性身上的优点，使自身在职业生涯中形成良好的职业形象。但决不能忽视女性性别优势的发挥，忽视女性特质在职业发展中的体现。

从职业发展来看，除了上面所说的体质等方面的差异外，女性还会碰到一些男性所未碰到的问题，从而使其职业生涯表现出与男性相比的特殊性和差异。如生育会造成女性职业生涯的中断，由于传统观念和偏见，走出家庭领域的职业女性仍有较强的家庭观念，要承担更多的家庭责任，因而时时表现出需要在事业和家庭之间进行权衡的艺术。这些都使得女性职业生涯表现出不同于男性的特殊性。2008 年 3 月 6 日，在“三八”妇女节来临之际，《新闻晨报》以“女性：25 岁为生活而工作，35 岁为工作而生活”为题，刊登了“前程无忧”发布的职业女性调查报告。“前程无忧”分别以 25 岁以下、26 岁~30 岁和 31 岁~35 岁各 200 位职业女性为调查对象，对调查结果作出这样的分析：25 岁以下的职业女性正处在职业的积累期，她们有很强的学习能力和可塑性，但是她们中大多数没有明确的职业目标，不以工作为重，也没有打算在一家企业长期服务；26 岁~30 岁的职业女性的表现将奠定其整个职业生涯的基调，但这一组职业女性面对已婚、已生育的事实，出现了侧重职业发

① 沈纯道：《职业女性与女性职业》，《人才开发》1995 年第 3 期。

展的情况,因而她们以职业升级和有时间照顾家庭为首要目标;31岁~35岁的职业女性在技术和知识掌握上不能保持领先,但是在为人处事、管理协调和经验上有自己独特的优势。^①

这一调查报告从一个侧面反映出职业女性职业发展中的特殊性。有人将女性职业发展的这种特殊性概括为两个方面:第一个方面是两个高峰期和一个低谷期:低谷期通常是生育前期和抚养孩子长大的8年间,而高峰期一个是生育前期的6~8年,另一个是36岁之后的10余年间,此时孩子已经长大,无需花费太多的精力,女性自身精力仍然充沛,阅历丰富,事业辉煌通常在此期间;第二个方面是女性在职业规划过程中一般会遇到两个瓶颈,一个是生理、心理特点导致就业面较窄,另一个是工作角色与家庭角色的冲突。^②婚姻状况对女性职业发展的影响比男性大。

(三) 女性职业与职业女性形象

女性职业应该是女性特点与职业特点的结合。可从两方面看,即女性比较适合从事的职业和女性愿意从事的职业。适合是从女性的能力、特长、优势和职业环境角度说的;愿意是从女性的兴趣、爱好和主观愿望说的。许多女性喜欢根据自己的兴趣爱好而不是着眼于发挥自己的能力、特长和优势,着眼于自己的职业生涯发展,这些都会制约女性职业发展。

根据女性平衡机能好、柔韧性较大、动作灵活、耐久力强的特点,有人认为女性更适合于从事细微复杂和注意力高度集中的职业,从心理特点上看,女性则更适合从事形象思维性职业、高情感类职业和具有细腻特点的工作;根据女性在语言能力方面的优势,有人认为女性更适合于从事文字整理、编辑、翻译以及教育、接待洽谈等注重语言能力的工作;根据女性在形象思维能力以及思考问题的细致、周全上具有的优势,有人认为女性更适合于从事工程设计、服装设计、文学创作、舞台表演等方面的工作;根据女性天生的敏感、包容、忍耐、合作、善于倾听的性别优势,有人认为女性在以人为工作对象、侧重于人与人之间的交流、沟通和协调的行业工作,更能够体现自身的性别优势。

将女性特点与职业特点结合起来确定女性所应该从事的职业似乎是合理的,因而有利于确立女性良好的职业形象。但当从整体上对职业女性群体的状况进行考察时,也暴露出了让人不满意的情况,这也是许多人已经指出的:就目前的情况来看,职业女性似乎处在职业阶梯的底部,从事着一些劳动时间长、技能要求低、报酬低的服务性和辅助性工作。如果一味地强调女性应在适合自己性别优势的行业中工作,

^① 刘敏:《女性:25岁为生活而工作,35岁为工作而生活》,《新闻晨报》2008年3月6日。

^② 佚名:《女性职业生涯有“两个高峰和一个低谷”》,《厦门日报》2006年8月9日。

那就会出现女性就业更加边缘化的倾向。女性就业的边缘化必定会阻碍女性的发展,为处于非边缘化的男性相对提供了更多的发展机会,从职业发展角度来看,就会产生不利于女性良好职业形象的影响。

女性到底应该从事什么行业、什么职业的工作,是与职业女性形象设计密切相关的一个重要问题。

(四)“职业女性形象设计”含义

这一系列的区分有助于我们确立起独特的“职业女性”的形象,这一系列的不同表现了“职业”二字对“女性”的规定。职业女性是一种形象,自从挣脱了封建枷锁获得解放以后,女性就不再受那种男耕女织、“男主外,女主内”生活模式的束缚。随着工业革命和社会的发展,女性开始从事各种各样的职业,有了自己的职业生涯。职业成为女性参与社会分工、利用专门的知识和社会创造财富的重要舞台。对于女性个人来讲,一方面通过勤奋工作获取合理报酬,有了一定的物质生活来源,生活就有了一定的独立性;另一方面职业为女性展示自己的潜能、才能、能力和性别优势提供了重要平台,拓展了生活空间,满足了女性的精神需求。由此我们看到的是女性在经济独立基础上的人格独立。新时代的女性已不再是传统意义上作为家庭“贤内助”的形象,不再是某个男人的附属品。对职业和事业的追求,会增强女性独立的自我意识,基于这种性别的自我意识所追求的是自我价值和自我目标,表现的是独立、自信、自强、有思想、敢于和善于表现自我的新面貌,这是真正的“半边天”形象,是女性尤其是职业女性立足于职业得到个人发展的形象。

职业对于女性和对于男性一样是非常重要的。从小的方面说,职业是个人谋生的手段,是人们获得物质生活资料的重要条件。劳动是获得物质生活资料的主要甚至唯一的手段,在只有付出更多的劳动才能获得更好的生存和发展条件的情况下,职业首先成为人们生存的条件,其次也成为探究生命意义、展示个人生命和寻求个人发展的条件。个人的职业形象是一个人在长期的职业生涯中确立起来的。有句俗语说:是真名士自风流。一个大学教授,走路也好,说话也好,不管干什么,人们都感觉他是个教授。有人想让其他人说他是教授,就学教授走路,学教授说话,甚至模仿留长发,可是无论如何,人们都不认可他是个教授,具有教授的形象。这实际上表现了人在长期的职业生涯中经过专业环境的熏陶所形成的素质、个性、文化修养等内在因素在职业形象中所起的作用。在过去,一个有学问的人也许就是个不修边幅、邋里邋遢的人,但这并不影响人们对他的尊重。然而在今天,在职场竞争日趋激烈的情况下,一个人光有良好的内在素质还不够,结合职业特点,适当地对自己的外表进行“修饰”、“包装”和设计同样重要。

《辞海》中对“形象”一词也有两个解释：一是指形状外貌；二是指文学艺术区别于科学的一种反映现实的特殊手段。我们所说的职业女性形象是指“形状外貌”，指从事某一职业或行业的个体（或群体）女性通过言谈、举止、仪表、仪态所表现出来的精神面貌、性格、特性在人们心目中所形成的总体印象，或是社会对某一职业或行业的个体（或群体）女性的外在形象和内在综合素质的总体认知。

根据以上分析，我们可以给“职业女性形象设计”下这样一个定义：职业女性形象设计是关于职业女性的外在形象的视觉传达设计，它是基于女性职业发展要求，按照美的规律，综合运用轮廓、造型、体形、服装质地、色彩、风格等因素，对其所进行的整体形象设置和塑造。职业形象设计类似于文学艺术中的“人物造型设计”，设计出某一职业的人的完美形象。职业女性形象设计的过程实际上是一种对个人的外在形象美的再创造，其中包含着女性对美的追求，因此女性的审美感觉、审美情趣、审美经验和审美意识的提升是一个重要前提。职业女性形象设计不是要完全脱离个体对其重新进行塑造，而是通过发掘、培养个体的内在潜质，结合特定职业要求，对其原有的不完善形象的改造和重新构建，通过各种造型技巧，塑造出具有职业思想内涵和外在形式相统一的完善形象。它的内容包括外在视觉形象，如与身材、年龄、相貌相称的服饰、化妆、发型等，也包括专业素养、文化道德修养、审美能力、个性等内在能力修养的外在表现；如言谈、举止、风度、神情，以及行为礼仪形象；如见面时通过自我介绍、握手、打招呼、交换名片、微笑、目光等讲究礼仪。运用礼貌语言所表现出来的修养水平和尊重他人的形象，是外在视觉形象、内在能力形象、人际关系形象和行为礼仪形象四者的统一。应该说它是一个系统工程。这样的形象当然决非是化妆师或服装设计师的能力和职责范围所能完成的，而且也决非在短时间内能完成的事情，它包含了个人的文明素质、个性风格、文化修养和社会意识等一系列元素。从其形成来看，一方面是个人的（从业前）本身所固有的内在东西外现形成的形象，另一方面是外在的东西，如职业环境和社会环境塑造出来的形象，也是自己自觉学习、追求和有意识提升形成的形象。总之，这是职业女性在从业过程中积淀的结果。职业女性只有在职业生活中的方方面面都能够充分体现专业特性和女性特性的形象，才能说是确立起了比较完美的职业女性形象。

在个人职业形象问题受到关注时，对自己的职业形象进行设计就成为与个人职业发展和职业生涯密切相关的一个重要问题。有专家甚至建议在工作过程中“穿上职业服装”以展示自己的职业形象。的确，这能使人感觉到职场状态不同于生活状态。但这只是看起来所具有的职业形象。有这样认识的人也许会把个人职业形象看成是化妆、美容、美发、造型、服装设计、配饰设计、医学美容等行业的事情。但从职场要求来看，这些行业充其量只能够从外部和技术上提升个人的形象。这些固

然很重要，但是，给你的老板、同事、客户和同行留下干练、利落、沉稳、娴熟、功底深厚的专业人士形象，才是更为重要的事情。各行各业都有自己的职业形象，并且都在不断地设计自己的良好的职业形象。职业女性形象代表着人们对女性从事职业问题的一种认知、情感和态度。女性如何充分挖掘自我形象的潜力，最大限度地发挥个人形象魅力，就成为女性在选择职业、就业、失业及重新择业的过程中所应考虑的一个重要问题。职业女性要想在动荡的职场生涯里屹立不倒、基业长青，就必须能够适应条件和环境的变化，努力学习新的专业知识，不断寻找自己新的职场增长点，善于对自己的形象进行专业设计，以持续提升自己的职业竞争力和职业发展能力。专业思想、专业能力可以凝聚人的内在形象，依靠化妆、美容、服装设计等可以从技术上提升人的外在形象，并进而烘托其内在形象，环境、文化的熏陶、文明素质的提升、人际关系的和谐可以滋养人的形象，服饰、发型、化妆、形体语言、言谈举止、对目标的追求等，都可以表现一个人的职业形象。

二、职业女性形象设计的性质与特点

（一）职业女性形象设计的性质

在现代社会，职业女性形象设计不仅仅是做个发型，化化妆，穿件合身得体的衣服，练几个动作姿势就行了。这是一般女性都能够想到和做到的外表形象方面的事情。职业女性形象设计作为一门科学，从学科性质来看，是集职业学、社会学、女性学、心理学、伦理学、行为学、美学、色彩学、生理学、艺术设计学等多门学科为一体的综合性应用学科。它通过将美容、美发、美体、服饰装扮、体态语言、造型设计等综合一体，设计出职业女性的外在视觉形象；与此相应，通过对女性个人提出职业技术、技能、职业道德修养、个人文化修养、个性风格等方面的要求，设计出职业女性的内在能力素养形象；对于其人际关系形象的设计，是要使其在与老板、同事、客户、同行、家人相处时，面对各种不同的人际关系能够认清角色，善于化解矛盾，营造出和谐融洽的人际关系氛围；行为礼仪形象设计，是要使其在办公、社交、商务等不同场合，表现出讲究礼仪的形象，展现出应有的个人的风度、教养和社会文明程度。通过这几方面由内到外、内外结合的整体设计，综合塑造，在对人物内在素质与外在形象完美结合的追求中，设计出符合人物职业、年龄、身份、个性特征的职业女性形象。这种形象设计不是一次完成的，也不是一成不变的，而是一种经常不断地创造。

从它所涉及问题的性质来看，应该说是贯穿女性全部职业生涯的事情。这就要求我们在对职业女性的形象进行设计时，必须注意到职业女性的特点和女性职业发展不同阶段所遇到的问题。在现代社会条件下，进入职场之前，女性能够和男性一

样接受正规化、系统化的学校教育，也就是说，在参与社会活动、经济生活的准备方面，男女两性的权利和机会是平等的。但女性固有的生理周期导致的心理和情绪周期，孕期、产期和哺乳期导致其职业生涯的中断，这些都是女性职业生涯发展过程中不可逾越、不可避免的重要问题，由此导致女性在职业形象上遇到男性所不可能面临的难题：在家庭与事业间进行选择。有些女性认为生活比职场成功更重要，为了更多地照顾孩子、家庭，宁愿中断自己的职业而从事一些临时性的工作，职业发展受到影响；有些女性认为职场成功比生活更重要，宁愿失去生活，也要取得职场成功；有些女性认为应该两者兼顾，宁愿比常人付出更多，也要在尽力处理好家庭事务的前提下，追求事业上的成功。不管怎样，家庭与事业的关系问题，是女性职业生涯发展过程中必须面对的重要问题。

那么，如何在处理好家庭问题的同时，成就辉煌的职业生涯，成为一个成功的职业人呢？这是值得我们深入研究的一个重要问题。国外学者 White 把女性必须面对的重要的家庭问题整合到其职业发展阶段之中，设计了一个“成功女性职业发展阶段模型”，如表 1 所示，供大家借鉴。

表 1 成功女性职业发展阶段模型

成年早期：17 岁～25 岁转型期（探索期） 对某一职业开始有承诺感 测试先前对生活方式所做的决定是否正确 重新界定因角色冲突所造成的混淆 进入成人世界 加深对工作与非工作生活间关系的认知 职业生涯起步晚的女性：拒绝家庭主妇的角色 与配偶分离，更加认同自己的工作身份 职业生涯起步早的女性：工作成为生活的中心， 寻找机会实践自己的职业	稳定下来：35 岁（进步） 已决定是否做母亲 对是否要生小孩的最后一丝疑虑消失 为个人目标而奋斗
	转型期（二）：38 岁～40 岁 后悔没有生子 家庭—事业冲突 对“玻璃天花板”的歧视现象做出反应
稳定期：25 岁～33 岁 快速学习和发展时期 建立高成就声誉	成熟期：40 岁～50 岁（再平衡） 解决家庭和事业冲突的问题 理性对待不生小孩的决定 实现个人目标 取得更加稳定的成就
转型期（一）：33 岁～35 岁 警觉到自己的职业生涯发展受到限制 决定是否要生小孩	维持期：50 岁之后 持续成长与成功 持续发展与巩固

（资料来源：转引自何建华：《国外女性职业生涯开发研究现状综述》，《外国经济与管理》2006 年第 1 期）

表 1 是把职业女性的一生作为一个整体设计出的成功女性职业发展模型。根据这一模型，职业女性在一生中要顺次经历探索期、稳定期、转型期、成熟期、维持期等职业发展阶段。其中包含着一个稳定——变化——成熟的过程，包含着女

性在职业发展的不同阶段必须面对的重要家庭问题。我们从中可以得到一个基本理念就是，必须改变职业成功的刻板印象。女性可以在职业成功的基础上，获得整体生活的平衡。

当然，这里职业阶段的划分与年龄的相关度只能作为一个参考，不可能绝对地一一对应。根据我国学者研究探讨的情况，对于我国的职业女性而言，可做这样一个设计：职业生涯的早期阶段，即30岁以前，是一个人积累经验的成长期。女性进取心应该强些，在职业上多投入些时间和精力，发展和展示自己的技能与专长，为将来的发展打好基础；35岁以前的稳定期，应该争取提升职位或实现进入其他领域的横向职业发展。35岁以后，女性可以靠自己丰富的职业经验和社会经验、责任感、熟练技能、考虑问题周到、有一定的人缘等职业积累的优势，谋求职业上的进一步发展。

（二）职业女性形象设计的特点

1. 外在美的特性

外在美即通过人的视觉、听觉、话语、手势、目光、面部神情、姿态、动作、服饰等语言和非语言形式表现出来的特性。

从人的认识过程来看，感觉是认识的起点。感觉是客观对象的物理、化学因素作用于人的眼、耳、鼻、舌、身等感觉器官产生的。在人的所有感觉中，视觉和听觉是两种最重要的感觉。职业女性的形象如何，在很大程度上取决于人的这两种感觉所能够接受、认可的程度。有人将形象设计定位为视觉艺术，认为它就是运用视觉元素来塑造人的外观，是通过视觉冲击引起心理美感和判断的综合性视觉传达设计。这体现的是所设计的形象具有为视觉所直接感觉的特性。有人说，在人脑接收到的信息中，眼睛接收的信息量是总信息量的85%。信息工程学者们通过实验进一步论断说：眼睛接收的信息是耳朵的100倍。由此可见，视觉形象在形象设计中的确至关重要。职业女性的良好形象在很大程度上取决于人的眼睛。

除视觉形象外，听觉形象也很重要。这也是在设计形象时应注意的一个重要方面。声音是物体振动发出的声波通过听觉感受所产生的印象。声音具有三个基本方面，即频率、强度和声谱，三者在人耳的感觉上分别形成音调、响度和音色。人说话时音调、响度和音色的和谐美也是确立良好形象的一个重要方面。职业女性不仅应有能感受形式美的眼睛，也应有感受音乐美的耳朵。

美国加州大学洛杉矶分校的阿尔伯特·梅拉宾（Albert Mehrabian）的研究表明，个人行为表现给人的印象，7%取决于用词，38%取决于音质，55%取决于手势、目光、面部神情、姿态、动作、服饰等非语言交流。这些非语言形式在交谈中往往能起到语言所无法比拟的效果，运用这些形式达到交流的目的是职业形象的更

高境界。非语言交流与语言交流一起向对方展示出与职业相关的信息,如职业类型、专业修养、个人感受美的能力等。

女性在职场上与人交往时,注意通过自己的衣着、化妆、发型、体形、皮肤、步态、姿态、表情、礼仪等在整体上的和谐美观,给人以美的感受,有利于在职场上竞争获胜,从而达到职业成功的目的。

2. 外化和表现内在素质的特性

通过设计得到美化的外在形象,同时也是人的内在形象的外化和表现。形象地说,外表的发型、妆型、服饰、体态和肢体语言等一方面与我们的自然形体融为一体,另一方面它们也都会说话,能和我们的言谈一起告诉别人我们的职业思想、职业经历、专业水平及个人的情趣、爱好。从职业女性的形象角度来看,人们看到的是她的职业理想、职业信念、职业道德,看到的是她是否敬业以及其职业责任和社会责任。从这一点说,形象的设计过程实际上也就是发掘和发挥表现力的过程。形象设计的这一表象性特点要求职业女性在形象设计过程中,要有在有限的时间内,将个人的智慧、性格、思想,通过外表服饰、肢体语言与言谈诠释成别人可理解、能接受、并留下深刻印象的表象的能力,这才能说是形象设计的成功。

3. 个性化和独创性特性

职业女性形象设计作为以个人为目标的设计,必须注意根据个人自身的条件进行。形象设计是对一个人所有与形象有关的因素进行组合与搭配,以展现自己的职业形象和个性的一种整体设计。由于每个人的身高、年龄、体形、肤色、职业特性等各不相同,根据这些方面的不同进行形象设计,也就必然使形象设计体现出个性化特征。同时,这种设计过程也是一个创造过程。而从形象设计的效果来看,个人形象越是个性化,越容易引起人们的注目,也越容易给人留下深刻的印象,因而也就越是要求设计具有独创性。因此,在设计职业女性的个人形象时,应该发现并挖掘出其独特的形体特征、身体语言、思维方式、生活方式、兴趣爱好和个性魅力,并由此使形象设计个性化,这些是职业女性形象设计成功的重要表现。

第二节 职业女性形象设计的原则与类型

一、职业女性形象设计的原则

(一) 性别原则

职业女性形象设计除了要把握职业特性外,重要的是要能够体现女性的性别优势,同时针对女性职业发展中存在的问题进行设计。从性别特点来看,在智力上,