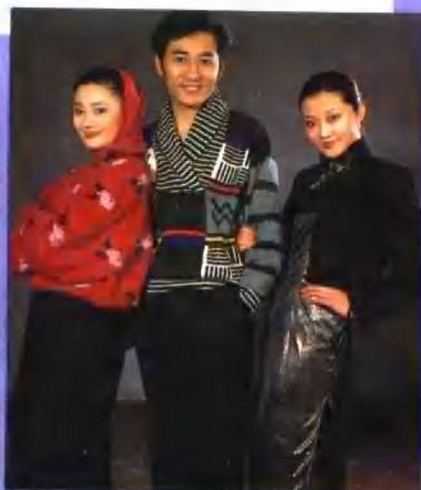


仪表美与训练

马桂茹 编著
张文俊



2.63

中国旅游出版社

95
F590.63
9
2

仪表美与训练

马桂茹 张文俊 编著

1094263

中国旅游出版社

C 054033

(京)新登字031号

责任编辑: 武冀平

技术编辑: 吴子文

封面设计: 武 波

题 词: 曹 禹

插 图: 刘 娟 吴健群

仪 表 美 与 训 练

马桂茹 张文俊 编著

*

中国旅游出版社出版

(北京建内大街甲9号)

北京平谷华光印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

*

开本: 787×1092 毫米1/32 印张: 6.25 字数: 140千

1993年7月第一版 1993年7月第一次印刷

印数: 6650册 定价: 5.20元

ISBN 7-5032-0689-6/G·139

提倡形态优美举止雅观
培养中华民族的文化素质

曹思 一九九二年三月

前 言

华夏五千年的文明史，造就了中华民族崇尚仪表美的文化素质。人们的仪态举止，不仅反映了各个不同时代的特点，还反映出一个国家，一个民族的精神风貌，人民的素养、气质等文明程度。

人类追求仪表美，有着悠久的历史。历史发展至今，美的仪表、形体和风貌，已经成为人生自我完善的必不可少的手段。人们希望自己能有一个婷婷而立的体形，款款而行的步态，彬彬有礼的举止，楚楚动人的神韵。《仪表美与训练》一书，运用美学、运动解剖学、运动生理学，旅游心理学等学科的理论，全面系统地讲述了“仪表美”和达到“仪表美”的途径。

“仪表美”当然也是旅游工作者的必须。旅游是一种审美活动。旅游工作者自然属旅游者审美范畴。因此，旅游工作者的“仪表美”，也就成为衡量服务水准的标志之一。为了满足广大朋友们追求仪表美的审美需求；为了提高我国旅游服务的质量，发展旅游业，现将《仪表美与训练》一书奉献给广大朋友们。

目 录

曹禺题词

前言

第一章 旅游者的审美需求与旅游服务

第一节	旅游活动是审美活动·····	(1)
一	美感与审美活动·····	(1)
二	旅游者对美的追求·····	(5)
第二节	旅游服务与旅游工作者的仪表美·····	(12)
一	旅游服务的内容·····	(13)
二	旅游服务的特点·····	(18)
三	优质服务标准·····	(21)
四	旅游工作者仪表美在服务中的重要性·····	(25)

第二章 旅游工作者仪表美概述

第一节	形体语言·····	(29)
一	人际沟通·····	(29)
二	形体语言·····	(30)
三	旅游工作者正确运用形体语言·····	(32)
第二节	仪表美与健康·····	(34)
一	对仪表美的认识·····	(34)
二	仪表美与健康·····	(35)
三	对人体的评价及评价指标·····	(39)

第三节	仪表美与心理健康 ·····	(45)
一	心理健康对仪表美的影响·····	(45)
二	对心理健康的判别·····	(46)
三	提高心理健康水平的途径·····	(47)
第四节	形体训练 ·····	(53)
一	生命在于运动·····	(53)
二	合理的饮食是形体训练的物质保证·····	(55)
三	旅游工作者的形体训练·····	(56)

第三章 形体基础训练内容

第一节	关节活动 ·····	(58)
第二节	展体综合训练 ·····	(65)
第三节	足、踝的力量和柔韧素质训练 ·····	(73)
第四节	腿部力量、速度、灵敏等素质训练 ·····	(77)
第五节	身体协调性训练 ·····	(78)

第四章 标准站姿

第一节	站姿规范 ·····	(86)
一	站姿规范标准·····	(86)
二	达到标准站姿的肌肉力量·····	(86)
三	站立时常见的不标准姿态·····	(87)
第二节	几种不标准姿态的矫正方法 ·····	(87)
一	斜肩形成的原因及矫正方法·····	(88)
二	弓背形成的原因及矫正方法·····	(89)
三	挺腹形成的原因及矫正方法·····	(90)
第三节	旅游工作者服务时的站姿 ·····	(92)
一	服务工作中的七种站姿·····	(93)

二	达到七种站姿的要求·····	(95)
---	----------------	--------

第五章 优美的走姿

第一节	走姿特征形成的因素·····	(96)
一	年龄对走姿的影响·····	(96)
二	职业特点对走姿的影响·····	(97)
三	生活条件对走姿的影响·····	(97)
四	社会环境对走姿的影响·····	(97)
五	个人审美意识对走姿的影响·····	(98)
第二节	走姿规范·····	(99)
一	走姿规范标准·····	(99)
二	正常行走的速度标准·····	(100)
第三节	变向行走法·····	(100)
一	前行步·····	(100)
二	后退步·····	(100)
三	侧行步·····	(101)
四	前行转身步·····	(101)
五	后退转身步·····	(101)
第四节	不同着装的走姿·····	(102)
一	着西装的走姿·····	(102)
二	着旗袍的走姿·····	(103)
三	着长裙的走姿·····	(104)
四	着短裙的走姿·····	(104)
五	着和服的走姿·····	(105)
六	穿平底鞋的走姿·····	(105)
七	穿高跟鞋的走姿·····	(106)
第五节	宾馆中不同环境的走姿·····	(107)

一	前厅.....	(107)
二	客房.....	(107)
三	歌(舞)厅.....	(108)
四	宴会厅.....	(108)

第六章 优美的坐姿与蹲姿

第一节	坐姿规范.....	(109)
第二节	女子优美坐姿十种.....	(109)
一	垂直式.....	(109)
二	前伸式.....	(110)
三	前交叉式.....	(111)
四	曲直式.....	(111)
五	后点式.....	(111)
六	左侧点式.....	(111)
七	右侧点式.....	(112)
八	右侧挂式.....	(112)
九	侧身重迭式.....	(112)
十	正身重迭式.....	(113)
第三节	男子优美坐姿十种.....	(113)
一	并式.....	(113)
二	开膝合手式.....	(114)
三	交叉式.....	(114)
四	交叉后点式.....	(114)
五	开关式.....	(115)
六	曲直式.....	(116)
七	斜身并式.....	(116)
八	转体交叉式.....	(116)

九	前倾式·····	(116)
十	重迭式·····	(117)
第四节	优美的蹲姿·····	(117)
一	交叉式蹲姿·····	(118)
二	高低式蹲姿·····	(118)

第七章 旅游工作者的手势

第一节	旅游工作者运用手势的重要性·····	(120)
一	服务工作中必须重视手势的作用·····	(120)
二	手势规范标准·····	(121)
第二节	旅游工作者常用手势·····	(121)
一	横摆式·····	(121)
二	直臂式·····	(122)
三	曲臂式·····	(122)
四	斜式·····	(123)
五	双臂横摆式·····	(123)
六	双臂竖摆式·····	(124)
第三节	手势的运用·····	(125)
一	请进·····	(125)
二	请往前走·····	(125)
三	请随我来·····	(126)
四	里边请·····	(126)
五	请坐·····	(126)
六	诸位请·····	(126)
七	女士、先生们请·····	(127)
第四节	手势运用中容易产生问题·····	(127)

第八章 礼节动作规范

第一节	交际礼节	(128)
一	礼貌、礼节、礼仪.....	(128)
二	礼节礼仪与礼貌服务.....	(132)
第二节	礼节动作规范	(133)
一	初次见面.....	(133)
二	介绍.....	(134)
三	点头致意.....	(135)
四	握手礼.....	(135)
五	抱拳礼.....	(136)
六	鞠躬礼.....	(136)
七	合十礼.....	(137)
八	吻礼.....	(137)
九	拥抱礼.....	(138)

第九章 微笑与眼神

第一节	微笑及训练	(139)
一	面部表情.....	(139)
二	微笑服务.....	(140)
三	微笑的训练.....	(143)
第二节	眼神及训练	(144)
一	眼神.....	(144)
二	旅游工作者的眼神.....	(146)
三	矫正“目光无神”的方法.....	(148)

第十章 旅游工作者的风度

第一节	健美的肌肤是仪表美的光彩	(149)
一	人的皮肤.....	(149)
二	皮肤的保养.....	(152)
第二节	美容化妆与仪表美	(156)
一	美容化妆的历史回顾.....	(156)
二	化妆的原则和方法.....	(158)
三	美容化妆与仪表美.....	(162)
第三节	秀发是仪表美的风茂	(163)
一	人体的毛发.....	(163)
二	头发保养.....	(165)
三	端庄文雅、美观大方的发型.....	(167)
第四节	服饰的修饰作用	(168)
一	服饰的作用.....	(169)
二	旅游工作者的服饰.....	(172)
第五节	在交际空间与时间里展示仪表美	(175)
一	旅游工作者的交际空间.....	(175)
二	旅游工作者的交际时间.....	(180)
第六节	旅游工作者的风度	(183)
一	风度.....	(183)
二	中国古代注重做人的风度.....	(184)
三	风度是内在美的自然流露.....	(185)
四	旅游工作者的风度.....	(188)

第一章 旅游者的审美需求与 旅游服务

旅游活动是满足人们精神需求而进行的高层次的审美活动，旅游者希望在旅游活动中得到审美享受。旅游业的经营运用旅游服务把旅游者与旅游工作者统一在旅游活动的过程之中。旅游者对现代旅游服务质量优劣的评价，主要决定在旅游服务中的精神性内容，即旅游工作者的强烈的服务意识、良好的服务态度和优美的仪表。

第一节 旅游活动是审美活动

旅游者的旅游活动，在某种意义上讲是一种高层次的审美活动，是人类在物质性生活得到满足以后，对精神性生活追求的一部分。旅游者在旅游活动中，希望通过宏观事物的美引起美感，追求愉悦的审美享受，达到和谐的境界。在旅游者的审美活动中，不但把自然景观作为审美客体，而且把旅游工作者本身也作为审美客体进行审视，以达到对美的追求。

一 美感与审美活动

审美活动是人们对生活美和艺术美的欣赏活动，是辨别美丑的活动。审美活动是人类从精神上把握现实的一种特殊

方式。

审美活动的形成必须存在审美客体和审美主体。所谓审美客体即审美对象，它与审美主体相对并和审美主体处于审美关系中，成为审美主体所欣赏的客观对象。审美客体要具有生动形象性，具有审美属性并体现在形象的形式上，能为人的审美感官（视觉、听觉）所感知，而不是概念和思想之类的抽象物。它占有一定的时间、空间，具有形状、颜色、音响、质地等自然属性，有多种形态；有时间对象、有空间对象、或空间与时间综合对象；有动态的、有静态的；有人类创造的艺术美、社会美，也有自然形态的美，有专供欣赏的艺术品，也有既实用又美观的物质产品等。所谓审美主体即欣赏者，它是对审美客体进行审美活动的人。人的审美欣赏活动，本质上是感性与理性统一的复杂心理活动。欣赏者（即旅游者）根据自己的生活经验、文化素养、审美观点，在对审美对象有所理解的基础上进行感知，通过想象、联想、情感、思维等心理活动，对审美客体进行再创造，构成完整的审美意象，唤起美感。欣赏者的审美趣味和能力千差万别，对于同一审美客体，可能作出不同，甚至截然相反的审美评价。随着人类社会的不断发展，欣赏者的审美能力和趣味也处于不断的发展变化之中。

旅游者在旅游活动中美感的形成过程是由于审美对象（生活美、艺术美）的信息刺激，以及过去生活经验、知识积累的调动，在旅游者的脑中产生了组合新形象的创造性想象活动，并伴随着具有先前理性认识基础的情感体验，使人在生理心理上产生出快适的愉悦感。

审美直觉是美感的重要特征。审美直觉即旅游者对客观事物形象的直觉性。人们在欣赏审美对象时，美的形象作为

复合刺激物作用于人的视、听感官，引起神经系统的兴奋，然后经过想象等心理活动，得到审美对象的完整形象而获得美感。这一过程往往是在瞬间完成的，虽然没有明显的实用、功利和道德的追求，以及进行逻辑推理、分析等思考，但实际上审美直觉仍潜伏在旅游者的理性之中。这些理性内容不通过自觉的思维判断直接表现出来，而是人们在长期的生活实践中形成的理性的心理积淀，作为感知，想象、情感的基础在起作用。因而，在旅游者审美直觉的背后和里面常包含着对事物内容、意义的理解。对欣赏者有害的、违背人们道德标准和生活理想的客观对象是不会引起美感的。

情感体验是美感最基本的特征，它贯穿于美感心理活动的全过程，是美感发生的内在动力。旅游者在旅游活动中情感体验的强弱是其获得美感强弱程度的标志。美感不仅是人生理活动，更主要的是一种社会心理现象。人们处于一定环境时的心境和情绪以及人们的审美理想、观念、趣味、能力、修养等都是决定人的美感性质、程度的主体条件；美的对象的客观存在，其具有的美的属性以及体现出的感性形象，都是决定美感产生的客观条件。从审美客体看，其具有的能在一定程度上满足旅游者审美需要，给人以审美享受的价值，便形成了审美客体的审美价值。任何审美客体若失去了欣赏者，也就失去了自身存在的意义。因此，欣赏者是审美客体实现和确证自身价值的前提条件。当然，欣赏者也在审美感受的基础上，进一步得到审美的认识作用和道德教育作用。从审美主体即旅游者看，参加旅游活动的直接目的是审美享受，得到情感上的感染和熏陶。所以，旅游者在审美时首要的目的是感受审美价值，使主体与客体产生共鸣。

审美活动中的共鸣是旅游者在旅游活动过程中获得美感

时的一种心理现象，此时主体与客体有相同或相通的审美情感。共鸣现象的实质是旅游者与审美对象之间形成了协调一致的关系，其基本特征是审美对象最大限度地调动了审美主体的心理活动，并使主体的情感体验达到了高涨状态。在旅游活动中产生共鸣的条件是，旅游者要有与生活或艺术中的形象类似的生活经验和思想情感；审美对象（旅游景点、人文景观、服务设施、旅游工作者的仪表等）在形式上和内容上都有打动人心的魅力。

旅游工作者在服务过程中与旅游者的关系是审美客体与审美主体的关系，这时强调旅游工作者自身的美（包括仪表美、语言美、心灵美等），使旅游者得到美感，得到审美享受。另一方面，在开发旅游资源、创造美的环境的过程中，旅游工作者又是审美主体，要用自身的修养、审美能力去创造出更美的环境、更美的语言、更美的行为，创造出更符合旅游者审美需求的审美对象，引导旅游者的审美方向。旅游工作者的审美能力十分重要，它是发现、感受、评价和欣赏美的能力，是对自然界和社会生活中各种事物、现象的审美价值进行分辨、评定时所必需具备的感受力、理解力和创造力。审美能力的形成与发展和人的生理素质有关系，但更主要的是要经过社会实践，要靠审美教育的培养。每个旅游工作者应该自觉地参加审美教育，通过一定方式、设施培养自己正确、健康的审美观点、审美情趣，提高欣赏和创造美的能力。通过这种教育，旅游工作者就可以在服务过程中迅速发现美，准确辨别美，区别美的程度，鉴别美的种类，发掘出蕴藏在审美对象深处本质的东西，并从感性阶段上升到理性阶段。要使审美能力提高，旅游工作者必须追求审美理想，即追求美的最高的境界。

旅游者（审美主体）对审美对象的感受和审美评价，可以有共同性，也可以有差异性。美感的共同性是指人们由于具有某些相近或相同的审美观点、标准和能力，对同一审美对象产生某种相通或相同的审美评价。旅游者对旅游工作者的仪表美（包括人的形体比例、人体健康、人体肌肤、人体服饰、仪容形态及内在美等）的评价，一般有着共同的感受，这正反映着审美活动中矛盾的同一性、一致性。美感的差异性是人们由于审美观点、标准和能力不同，对审美对象产生的审美感受的差异，以及由此而产生的审美判断、审美评价的差异。在旅游服务中，要适应各种旅游者的审美需要，创造多样的美，才可以促进文化交流，促进旅游业的发展。

人类的审美活动是人们精神生活的需要。人们主观对客观存在的美丑属性的反映就是人的审美意识。它包括人的审美感觉、认识、感情、经验、趣味、观点和理想等。人的审美意识产生于人的生产和生活实践，并在长期的进程中逐渐发展、丰富和完善。人们的旅游活动就是为了满足精神需要，满足人们审美需要的一种实践活动。在旅游活动中。人们有审美意识的差异，但也有共同的审美意识。进步的、健康的审美意识能被绝大多数人接受，并被总结为宝贵精神财富，这是属于全人类的。公共生活准则中的仪表美、行为美、语言美、环境美等就属于这个范畴。旅游工作者应不断加强自己的审美意识，使自身的仪表美并不断创造出客观环境的美，促进旅游事业的发展。

二 旅游者对美的追求

从人们对美的认识上看，仪表美是社会美和自然美的重要内容，是造成社会和谐，促使人际交往成功的重要因素，