

面向“十二五”高等院校人才培养规划教材

ZHIYE XINGXIANG SUZAO

职业形象塑造

主 编 张晓明 崔明月



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

职业形象塑造

主 编 张晓明 崔明月
副主编 陈金花 杨婵容 吴冬艳
编 者 王文锋



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

职业形象塑造/张晓明,崔明月主编. —杭州:浙江大学出版社,2014.1

ISBN 978-7-308-12731-8

I. ①职… II. ①张… ②崔… III. ①个人—形象—设计 IV. ①B834.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第000203号

职业形象塑造

张晓明 崔明月 主编

责任编辑 邹小宁

文字编辑 何琳

封面设计 王聪聪

出版 浙江大学出版社

(杭州市天目山路148号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排版 杭州教联文化发展有限公司

印刷 浙江云广印业有限公司

开本 787mm×1092mm 1/16

印张 13.75

字数 335千

版印次 2014年1月第1版 2014年1月第1次印刷

书号 ISBN 978-7-308-12731-8

定价 32.00元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

前言

在现代职场中一个人的职业形象就像个人职业生涯乐章上跳跃的音符,如果和着主旋律会给人带来创意的惊奇和美好的感觉,但是如果脱离主旋律过于追求奇异就会打破整体的和谐性,给自己的职业发展带来强烈的负面影响。因此,职业形象 and 个人的职业发展之间有着不可分割的关系。

首先,个人的内在特征特质会通过外在形象表达出来,并且容易形成令人难忘的第一印象,也就是心理学当中非常强调的首因效应。第一印象在个人求职、现代职场以及日常社交活动中都会起到很关键的作用。特别是许多企业人力资源部门在招聘员工时,对应聘者职业形象的关注程度要远远高于我们的估计。因为他们认定,那些职业形象不合格、职业气质差的员工不可能在同事和客户面前获得高度认可,极有可能令工作效率大打折扣。

其次,职业形象强烈影响着个人工作业绩。尤其业绩型职业人,如果自己的职业形象不能体现自己的专业度,不能给客户带来信赖的感觉,那么所有的技巧都是徒劳。特别是,对一些进行非物质性销售工作的职业人来说,客户认可更多的是人本身,因为产品对他们来说是虚的。即使是人力资源部门的人,如果在和政府机关、事业单位、合作伙伴打交道过程中,职业形象欠佳,极有可能会破坏良好的合作。

再次,职业形象会影响个人晋升的机率。获得上司的认可可是职业晋升的核心要素之一,如果因为在上司面前的职业形象问题而导致误会、尴尬甚至引发上司的厌恶,业绩再好也难有出头之日。如果在同事同级层面上因为职业形象问题导致离群、被孤立被排斥,那将会大大影响自己的工作前途。

因此,毫不夸张地说,现在职场中,个人的职业形象直接关乎着个人的职业命运前途。简单说来,就职业形象而言,可以有两个角度来理解。一种角度是从行业需求的角度,即“应然”的角度,指符合某个职业需要的,从业人员应该具备的外在形象综合特征。比如,穿橘红色外衣的消防人员处理紧急火情,穿白大褂的职业医生在门诊室坐诊。另一种角度是从从业人员自身的角度,指从业人员在职场中公众面前树立的印象,具体包括外在形象、品德修养、专业能力和知识结构这四大方面。它主要通过从业人员的衣着打扮、言谈举止反映出他的专业态度、技术和技能等。比如,有些人对深色调的一贯喜爱,体现了他沉稳的个性;经常性地身着艳丽颜色或对比强烈的服装,可以展现激情四溢的作风;浅浅的素色的衣着似乎在告诉人们善于调节自己的工作模式;一丝不苟的服装款式预示着严谨态度,层层装饰的外表揭示着求新求变的心态。

因此,对于大学生来说,要对未来自己的职业生涯中该以什么样的形象出现有一个

明确的认识,本书在撰写中运用了于西蔓女士引入我国的形象设计理念,主要从自我服饰色彩选择、自我服饰风格选择、自我职业妆容和发型塑造以及职业形体训练的角度,力图通过详实细致的介绍让学生明晰职业形象塑造的理念和技巧,为将来走向社会打下坚实的基础。

本书为了突显实践性,对每个部分提炼了对照性的考核标准,使学习者可以一一对照,边学边练,边练边考核,真正达到提升自我形象的效果。当然,本书不止适用于在校学生,对于那些在职场上想要通过提升和改变职业形象而寻求职业上新的突破的人也是非常适用的。

本书在编写的过程中参考了一些网上资料,引用了国内外的一些资料,在这里向原作者、译者,一并表示感谢。为了使理论内容更易于理解,我们配发了大量图片,其中一些是请学生做模特拍摄的,还有一些来自网络资源,纯粹为了教学需要,因无法联络到原拍摄者,在这里一并表示感谢了。对于书中欠妥之处,恭请读者不吝赐教。

编者

2013年11月

目 录

第一部分 色彩与风格

第一章 色彩基础理论	003
第一节 色彩的形成	004
第二节 色彩的基本概念	007
第三节 色彩的特性	010
第四节 46色布基础知识	012
第五节 服装色彩的搭配技巧	015
第二章 人体色认知与判断	018
第一节 个人色彩规律分析系统(PCA)概述	018
第二节 人体色构成与诊断标准	020
第三节 四季色彩理论	023
第四节 八大季型划分及用色规律分析	025
第三章 服饰风格与风格判断	029
第一节 风格基础	029
第二节 解读服饰风格	030
第三节 流行女性服饰风格简介	033
第四节 人体风格特征规律分析	040
第五节 个人服饰风格规律分析系统(PSA)概述	042

第二部分 化妆与发型

第四章 化妆基础理论	053
第一节 化妆发展史	053
第二节 化妆的概念及分类	059
第三节 化妆工具与材料	061
第四节 化妆的基本理念	065
第五章 化妆的基本技法	069
第一节 打底	069
第二节 眉毛的塑造	073

第三节	眼部的塑造	075
第四节	腮红的塑造	093
第六章	化妆与脸型塑造	097
第一节	端庄古典的鹅蛋脸	097
第二节	成熟而智慧的长脸	099
第三节	可爱而健康的圆脸	102
第四节	方脸型	106
第五节	正三角脸型	110
第六节	倒三角脸型	114
第七节	菱形脸型	117
第七章	基本妆型的打造	121
第一节	职业妆	122
第二节	韩式裸妆	125
第三节	烟熏妆	128
第四节	晚宴妆	131
第八章	头发与发型	135
第一节	认识头发	135
第二节	头发的保养	138
第三节	正确认识脱发	141
第四节	发型基础	142
 第三部分 形象礼仪 		
第九章	形体美	151
第一节	形体美的标准	152
第二节	典雅的站姿	158
第三节	优美的走姿	164
第四节	端庄的坐姿	168
第五节	文明的蹲姿	177
第十章	生动的表情	181
第一节	脸部表情美	182
第二节	手势表情美	189
附 录		196
参考文献		204
附 图		205

色彩与风格

第一部分

世间万物以各种形态存在,呈现出各种颜色,表现出各种风格。对于每个生活在其中的人也极尽可能地表达着自己与众不同的“美”。现代职场中扮演着各类“角色”的职业人,认识自己的美,并学会用最舒服的方式表达美是生存的必然要求。

第一章 色彩基础理论

学习目标

通过本章的学习,学生能够了解色彩与情感的关联,理解并掌握色彩的基本概念,掌握46色布基础知识,培养在色彩搭配和运用方面的技巧和能力。

千万年来的生活实践,人类由鲜血的红色、植物的绿色、稻麦的黄色、海洋的蓝色等各种自然色彩中形成了一系列共同的印象,使人们对色彩这一物理学上的光波赋予了特别的象征意义。

色彩所形成的这种“视觉语言”常常表达着如下的含义:

- (1) 红色——热烈、喜庆、激情、辟邪、危险……
- (2) 橙色——温暖、事物、友好、财富、警告……
- (3) 黄色——艳丽、单纯、光明、温和、活泼……
- (4) 绿色——生命、安全、年轻、和平、新鲜……
- (5) 青色——信任、朝气、脱俗、真诚、清丽……
- (6) 蓝色——整洁、沉静、冷峻、稳定、精确……
- (7) 紫色——浪漫、幽雅、神秘、高贵、妖艳……
- (8) 白色——纯洁、神圣、干净、高压、单调……
- (9) 灰色——平凡、随意、宽容、苍老、冷漠……
- (10) 黑色——正统、严肃、死亡、沉重、恐怖……

要用好色彩,首先要了解色彩语言的细微差别——“开心和愉快”、“难过和悲伤”、“吝啬和小气”等词语意义虽然相近却有所不同,色彩也是如此。以黄色为例,可以叫得出名称的就有鹅黄色、橘黄色、金黄色、土黄色、韭黄色、柠黄色、酱黄色、杏黄色、小鸡黄或桂圆黄等许多种。何时何地何处用何种色彩,实在是大有学问、大有讲究。

第一节 色彩的形成

一、物理部分——光与色彩

色彩的本质是电磁波,波长380~780纳米之间的电磁波称为可见光(单位1纳米=1/100毫米)。光色并存,有光才有色。

我们都知道,入夜熄灯睡觉时,周围就会变得一片漆黑,任何物体的颜色都分辨不出来。而当天亮时,你睁开眼睛就会发现一切都恢复了正常:银灰色的电视,咖啡色的柜子,米色的床单,红色的杯子等,色彩又重新回到了你的世界里。这一切都说明了:正是因为光的存在,我们才可以感觉到色彩。

那么光到底是什么呢?对于这个问题,伟大的物理学家牛顿在1666年通过使用三棱镜,发现光就是波长一样的光线的集合。如附图1所示。

二、生理部分——眼睛的作用

从生理角度讲,色彩的产生是光对人的视觉和大脑发生作用的结果,是一种视知觉。由此看来,需要经过光—眼—神经的过程才能见到色彩。

世界上可以辨认出色彩的动物并不多,而人类却能通过眼睛辨认出750万种以上的颜色,所以眼睛对于我们感知外界起到了非常重要的作用。通过眼睛看到物体的这种功能,被称为视觉。视觉主要是感觉到明暗、色彩、动静、远近、大小等的综合知觉。

我们的眼睛就像一架照相机,眼睛里晶体、瞳孔、视网膜的作用与相机的镜头、光圈、胶卷的作用一样,瞳孔调节进入眼睛中的光线的多少,光线重合在晶体上形成焦点,通过晶体折射到视网膜上形成图像,再由视神经传输给大脑而产生视觉。在我们的视网膜中,有着可以感觉到红色、绿色、蓝色的视神经细胞,这些细胞被称作水状体,而其他的只可以感觉到明暗的细胞以固状体的形式存在。在光线充足的地方,约有650万个这样的水状体在工作,从而人能感应出色彩。在光线暗淡的地方,约有1.2亿个固状体在工作,它们仅仅反映事物的明暗效果,所以在昏暗的地方很难分辨出颜色就是这个原因。

三、心理部分——色彩与心理

色彩的直接心理效应来自色彩的物理光刺激对人的生理发生的直接影响。心理学家对此曾做过许多实验。他们发现,在红色环境中,人的脉搏会加快,血压有所升高,情绪兴奋冲动;而处在蓝色环境中,脉搏会减缓,情绪也较沉静。有的科学家发现,颜

色能影响脑电波,脑电波对红色反应是警觉,对蓝色的反应是放松。自19世纪中叶以后,心理学已从哲学转入科学的范畴,心理学家注重实验所验证的色彩心理的效果。

色彩心理学是十分重要的学科,在自然欣赏、社会活动方面,色彩在客观上是对人们的一种刺激和象征;在主观上又是一种反应与行为。色彩心理透过视觉开始,从知觉、感情而到记忆、思想、意志、象征等,其反应与变化是极为复杂的。色彩的应用,很重视这种因果关系,即由对色彩的经验积累而变成对色彩的心理规范,当受到什么刺激后能产生什么反应,都是色彩心理所要探讨的内容。

1. 黑色

象征权威、高雅、低调、创意;也意味着执著、冷漠、防御,端视服饰的款式与风格而定。黑色为大多数主管或白领专业人士所喜爱,当你需要极度权威、表现专业、展现品味、不想引人注目或想专心处理事情时。例如高级主管的日常穿着、主持演示文稿、在公开场合演讲、写企划案、创作、从事跟“美”、“设计”有关的工作时,可以穿黑色。

2. 灰色

象征诚恳、沉稳、考究。其中的铁灰、炭灰、暗灰,在无形中散发出智能、成功、强烈权威等强烈讯息;中灰与淡灰色则带有哲学家的沉静。当灰色服饰质感不佳时,整个人看起来会黯淡无光、没精神,甚至造成邋遢、不干净的错觉。灰色在权威中带着精确,特别受金融业人士喜爱;当你需要表现智能、成功、权威、诚恳、认真、沉稳等场合时,可穿着灰色衣服现身。

3. 白色

象征纯洁、神圣、善良、信任与开放,但身上白色面积太大,会给人疏离、梦幻的感觉。当你需要赢得做事干净利落的信任感时可穿白色上衣,像基本款的白衬衫就是粉领族的必备单品。

4. 海军蓝(深蓝色)

象征权威、保守、中规中矩与务实。穿着海军蓝时,配色的技巧如果没有拿捏好,会给人呆板、没创意、缺乏趣味的印象。海军蓝适合强调一板一眼具有执行力的专业人士。希望别人认真听你说话、表现专业权威时,不妨也穿深蓝色单品,如参加商务会议、记者会、提案演示文稿、到企业文化较保守的公司面试、或讲演严肃或传统主题时。

5. 褐色、棕色、咖啡色

典雅中蕴含安定、沉静、平和、亲切等意象,给人情绪稳定、容易相处的感觉。没有搭配好的话,会让人感到沉闷、单调、老气、缺乏活力。当需要表现友善亲切时可以穿棕褐、咖啡色系的服饰,如参加部门会议或午餐汇报时、募款时、做问卷调查时。当不想招摇或引人注目时褐色、棕色、咖啡色系也是很好的选择。

6. 红色

红色象征热情、性感、权威、自信,是个能量充沛的色彩——全然的自我、全然的自信、全然地要别人注意你。不过有时候会给人血腥、暴力、忌妒、控制的印象,容易造成心理压力,因此与人谈判或协商时则不宜穿红色;预期有火爆场面时,也请避免穿红色。当你想要在大型场合中展现自信与权威的时候,可以让红色单品助你一臂之力。

7. 粉红色

粉红象征温柔、甜美、浪漫、没有压力,可以软化攻击、安抚浮躁。比粉红色更深一点的桃红色则象征着女性化的热情,比起粉红色的浪漫,桃红色是更为洒脱、大方的色彩。在需要权威的场合,不宜穿大面积的粉红色,并且需要与其他较具权威感的色彩做搭配。而桃红色的艳丽则很容易把人淹没,也不宜大面积使用。当你要和女性谈公事、提案,或者需要源源不绝的创意时、安慰别人时、从事咨询工作时,粉红色都是很好的选择。

8. 橙色

橙色富于母爱或大姐姐的热心特质、给人亲切、坦率、开朗、健康的感觉;介于橙色和粉红色之间的粉橘色,则是浪漫中带着成熟的色彩,让人感到安适、放心,但若是用不好,容易搭配俗气。橙色是从事社会服务工作时,特别是需要阳光般的温情时最适合的色彩之一。

9. 黄色

黄色是明度极高的颜色,能刺激大脑中与焦虑有关的区域,具有警告的效果,所以雨具、雨衣多半是黄色。艳黄色象征信心、聪明、希望;淡黄色显得天真、浪漫、娇嫩。提醒你,艳黄色有不稳定、招摇,甚至挑衅的味道,不适合在任何可能引起冲突的场合如谈判场合穿着。黄色适合在任何快乐的场合穿着,如生日会、同学会,也适合在希望引起人注意时穿着。

10. 绿色

绿色给人无限的安全感受,在人际关系的协调上可扮演重要的角色。绿色象征自由和平、新鲜舒适;黄绿色给人清新、有活力、快乐的感受;明度较低的草绿、墨绿、橄榄绿则给人沉稳、知性的印象。绿色的负面意义,暗示了隐藏、被动,不小心就会穿出没有创意、出世的感觉,在团体中容易失去参与感,所以在搭配上需要其他色彩来调和。绿色是参加任何环保、动物保育活动、休闲活动时很适合的颜色,也很适合做心灵沉潜时穿着。

11. 蓝色

蓝色是灵性知性兼具的色彩,在色彩心理学的测试中发现几乎没有人对蓝色反感。明亮的天空蓝,象征希望、理想、独立;暗沉的蓝,意味着诚实、信赖与权威。正蓝、

宝蓝在热情中带着坚定与智能;淡蓝、粉蓝可以让自己、也让对方完全放松。蓝色在美术设计上,是应用度最广的颜色;在穿着上,同样也是最没有禁忌的颜色,只要是适合你皮肤色彩属性的蓝色,并且搭配得宜,都可以放心穿着。想要使心情平静时、需要思考时、与人谈判或协商时、想要对方听你讲话时可穿蓝色。

12. 紫色

紫色是优雅、浪漫,并且具有哲学家气质的颜色。紫色的光波最短,在自然界中较少见到,所以被引申为象征高贵的色彩。淡紫色的浪漫,不同于粉红小女孩式的,而是像隔着一层薄纱,带有高贵、神秘、高不可攀的感觉;而深紫色、艳紫色则是魅力十足、有点狂野又难以探测的华丽浪漫。若时、地、人不对,穿着紫色可能会引起高傲、矫揉造作、轻佻的错觉。当你想要与众不同,或想要表现浪漫中带着神秘感的时候可以穿紫色服饰。

第二节 色彩的基本概念

服饰是由很多元素构成的,如款式、质地等,但其中的色彩是给人视觉冲击最大的服饰元素,如果色彩使用不当,会影响整个人的气色和精神面貌。人的肉眼可识别的色彩有750万种之多,其中可分为有彩色(如红、橙、黄等见附图4)和无彩色(如黑、白、灰)两大类,具体到服饰用色可分为:

(1)无彩色——黑色与白色以及由黑白相混而成的深浅不同的灰统称无彩色(无彩色只有明度一个属性)。

(2)有彩色——除无彩色以外所有的颜色。

(3)次无彩色——浊的分辨不出颜色的色彩统称为次无彩色(次无彩色属于有彩色范围,次无彩色的纯度是最低的)。

有彩色系的颜色具有三个基本特性:色相、纯度(也称彩度、饱和度)、明度。在色彩学上也称为色彩的三大要素或色彩的三属性。

一、色相

色相是有彩色的最大特征。所谓色相是指能够比较确切地表示某种颜色色别的名称,如玫瑰红、橘黄、柠檬黄、钴蓝、群青、翠绿等。从光学物理上讲,各种色相是由射入人眼的光线的光谱成分决定的。

二、色彩纯度

(一) 纯度概念

色彩的纯度是指色彩的纯净程度,它表示颜色中所含有色彩成分的比例,也叫饱和度。含有色彩成分的比例越大,则色彩的纯度越高,含有色彩成分的比例越小,则色彩的纯度也越低。可见光谱的各种单色光是最纯的颜色,为极限纯度。当一种颜色掺入黑、白或其他彩色时,纯度就产生变化。当掺入的色彩达到很大的比例时,在眼睛看来,原来的颜色将失去本来的光彩,而变成掺和的颜色了。当然这并不等于说在这种被掺和的颜色里已经不存在原来的色素,而是由于大量的掺入其他色彩而使得原来的色素被同化,人的眼睛已经无法感觉出来了。

(二) 纯度分类

色彩纯度可以高纯度、中偏高纯度、中纯度、中偏低纯度和低纯度。

(三) 纯度(Value)的区分方法

1. 用概念区分

色彩的纯度即指色彩的纯净程度,也称饱和度、彩度。

2. 用形容词区分

(1)颜色鲜艳/强烈的是高纯度。

(2)颜色介于中间的为中纯度。

(3)颜色浑浊/黯淡的是低纯度。

3. 用明度轴区分

离无彩色近还是离纯色近。PCCS色调图中的横轴代表纯度,左边为低纯度右边为高纯度。这里要提请注意以下几点:①V色调为纯色(红、橙、黄、绿、蓝、紫),纯度是最高的;②次无彩色的纯度为最低;③有色物体色彩的纯度与物体的表面结构有关。如果物体表面粗糙,其漫反射作用将使色彩的纯度降低;如果物体表面光滑,那么全反射作用将使色彩比较鲜艳。

三、色彩明度

(一) 明度概念

色彩明度是指色彩的亮度或明度。颜色有深浅、明暗的变化。比如,深黄、中黄、淡黄、柠檬黄等黄颜色在明度上就不一样;紫红、深红、玫瑰红、大红、朱红、橘红等红颜色在亮度上也不尽相同。这些颜色在明暗、深浅上的不同变化,也就是色彩的又一重要特

征——明度变化。

（二）明度分类

明度可以分为高明度、中偏高明度、中明度、中偏低明度、低明度。色彩的明度变化有许多种情况，一是不同色相之间的明度变化。如：白比黄亮、黄比橙亮、橙比红亮、红比紫亮、紫比黑亮；二是在某种颜色中，加白色明度就会逐渐提高，加黑色明度就会变暗，但同时它们的纯度（颜色的饱和度）就会降低，三是相同的颜色，因光线照射的强弱不同也会产生不同的明暗变化。

（三）明度的区分方法

1. 用概念区分

明度即色彩的明亮程度。

2. 用形容词区分

（1）颜色浅、淡、亮、轻的是高明度。

（2）颜色介于中间的为中明度。

（3）颜色深、重、暗的是低明度。

3. 用明度轴区分

PCCS 色调图中的竖轴代表明度，上边为高明度，下边为低明度。

4. 眯着眼睛看

注意：有彩色的色相、纯度和明度三特征是不可分割的，应用时必须同时考虑这三个因素。

四、色调

（一）色调概念

色调(Tone)即色彩的调子。色调是色彩群外观色的基本倾向，是明度和纯度的综合表现(混合概念)。

（二）色调的区分方法

（1）先确定明度、纯度，锁定范围。

（2）读该色调中的色彩印象。

（3）用色票验证。

(三) 色调分类

色调分为纯色调、清色调和浊色调(见图 1-1)。

1. 纯色调

在所有颜色中纯度最高的颜色(V 色调为纯色调)。

2. 清色调

纯色加入白色或黑色得到的颜色(清色调又分为明清色调 p、lt、b 和暗清色调 dk、dp)。

3. 浊色调

纯色加入灰色得到的颜色(ltg、sf、s、g、d 又称为中间色调)。

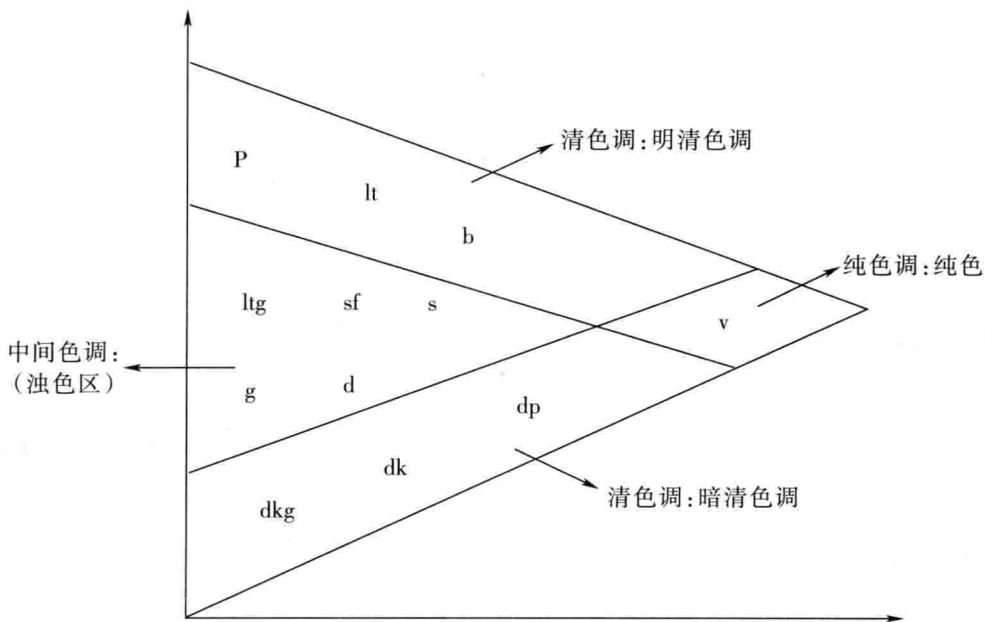


图 1-1 色调图

第三节 色彩的特性

一、色彩的冷暖

(一) 概念

色彩的冷暖涉及个人生理、心理以及固有经验等多方面因素的制约,是一个相对感