



普通高等教育秘书学系列规划教材

总主编 史玉娇 姚怀山

秘书公关 与礼仪

MISHU GONGGUAN YU LIYI

主 编 王守福



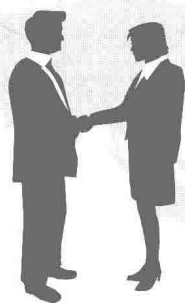
大连理工大学出版社

总主编 史玉娇 姚怀山

秘书公关 与礼仪

MISHU GONGGUAN YU LIYI

主 编 王守福
副主编 陈 璇



图书在版编目(CIP)数据

秘书公关与礼仪 / 王守福主编. — 大连 : 大连理工大学出版社, 2014. 8

新世纪普通高等教育秘书学系列规划教材

ISBN 978-7-5611-9411-9

I. ①秘… II. ①王… III. ①秘书—公共关系学—高等学校—教材②秘书—礼仪—高等学校—教材 IV.

①C931.46

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 174633 号

大连理工大学出版社出版

地址:大连市软件园路 80 号 邮政编码:116023

发行:0411-84708842 邮购:0411-84703636 传真:0411-84701466

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

大连金华光彩色印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸:170mm×240mm 印张:19.25 字数:376 千字

印数:1~1000

2014 年 8 月第 1 版

2014 年 8 月第 1 次印刷

责任编辑:王晓历

责任校对:孙 静

封面设计:波 朗

ISBN 978-7-5611-9411-9

定 价:39.80 元

新世纪普通高等教育秘书学系列规划教材编审委员会

总主编：史玉峤 姚怀山

副总主编：冯修文

编委(按姓氏笔画为序)：王守福 史玉峤 冯修文

杨树森 吴廷玉 何宝梅

陈祖芬 郝全梅 姚怀山

贺 军 胡元德

我国的秘书活动源远流长,若从文字和文书的产生算起,已有 3000 余年的历史。秘书活动在中华民族的文明长卷上,留下了不可磨灭的深深印迹,是中国文化不可分割的重要构成部分。但也应该看到,由于秘书活动的机密性,人们对秘书活动的自觉认识,直到 20 世纪 80 年代,才伴随着改革开放的时代强音,结出了初步的果实。

30 多年来,中国秘书学筚路蓝缕,历经坎坷,开拓进取,从草创一步步迈向常规科学之林。学界同仁创办刊物,发表文章,出版专著,成立行业协会和学术组织,在高等院校开展各种层次的秘书学专业教育。2012 年,秘书学专业被教育部正式列入《普通高等学校本科专业目录》,这对于秘书学专业的建设与发展,具有里程碑式的重大意义。

目前,我国已有 800 多所本专科院校设立了秘书学专业,随着社会对秘书人才需求的不断增长,这个数字还会不断地扩大。可以预见,随着秘书学专业正式进入“目录”,新一波秘书学专业的发展浪潮即将到来。机遇也是挑战,“升本”后秘书学专业建设的规范、完善和提升还有很多亟待完成的使命,“革命”不仅“尚未成功”,而且仅仅是“刚刚上路”。

教材是教学活动的基本工具,是专业发展的重要支撑,是教学改革的有效载体。在我国秘书学专业的创建和发展过程中,教材建设起到了重要的基础作用。不可否认的是,近些年虽然秘书学专业教材的“量”上来了,但“质”还存在着诸多问题,比如概念不清晰,体系不严谨,观念落伍,知识陈旧,生搬硬套,生拼硬凑,“手册化”严重,等等。借助“升本”东风,审视

不足,集合力量,打造一套既能汲取以往成果又能适应时代需求的全日制本科秘书学系列规划教材已是势在必行。

正是基于此,依托在出版教材方面业绩卓著的大连理工大学出版社,我们邀请了山西大学、解放军西安政治学院、延安大学、青岛大学、安徽师范大学、南京师范大学、上海建桥学院、宁波工程学院、湖南商学院、绍兴文理学院等院校的专家学者,共同完成这套“新世纪普通高等教育秘书学系列规划教材”的编写。

秘书学是一门年轻的学科,秘书学专业是一个年轻的专业,作为一次全国性秘书学本科系列规划教材编写的尝试,书中难免存在不足之处,敬请学界同仁尤其是在教学第一线的广大师生,给予指正和赐教。

史玉峭 姚怀山

2013年8月

前 言

《秘书公关与礼仪》是新世纪普通高等教育秘书学系列规划教材编审委员会组编的教材之一。

秘书公关与礼仪是秘书学专业的一门重要课程,其研究对象是秘书公关与礼仪活动。它以秘书人员为主体,以公关工作为主线,以礼仪规范为准则,将公关与礼仪知识融为一体,在教学活动中共同实施,目的是培养秘书的公关能力,提升秘书的礼仪素养。本教材不同于已出版的同类教材,编者试图将公共关系和礼仪知识尽可能与秘书工作实践融为一体,按照它们之间的内在联系建构内容体系,避免出现挂着秘书的牌子,将公关与礼仪知识拼凑到一起的“两张皮”现象。当然,任何学科知识都有其自身的结构体系,不可随意割裂开来。

对教材的内容设置,也应当遵循这个规律。编者的基本思路是,在绪论中先作总体介绍,然后按照先易后难、先个人后组织、先礼仪后公关的逻辑顺序排列组合。前五章系统介绍秘书礼仪知识;后七章系统介绍秘书公关知识,并将秘书礼仪贯穿始终。目的是通过教学,使秘书学专业学生既要增强礼仪素养,塑造良好的秘书形象,更要掌握公关理论与方法,善于协调各方面关系,协助领导塑造良好的组织形象,为实现组织目标创造良好的公共关系环境。

本教材由中国高等教育学会秘书专业委员会副会长、西安政治学院王守福任主编,苏州市职业大学陈璇任副主编。西安政治学院王文莉、严涛、李亚,铜仁学院郭征帆参加了本教材的编写。具体编写分



工如下:绪论、第六章、第十一章由王守福编写;第一章、第四章、第十章由陈璇编写;第七章、第八章由王文莉编写;第五章由严涛编写;第二章、第十二章由李亚编写;第三章、第九章由郭征帆编写。王守福负责对全书统稿并定稿。

本教材的编写,参阅、借鉴了国内外秘书学和相关学科的大量研究成果,限于篇幅未能一一列明,在此谨向各位原作者表示深深的感谢和敬意。

限于水平,本教材定有诸多不足之处,敬请学界同仁和广大读者不吝指正。

编者

2014年8月

所有意见和建议请发往:dutpbk@163.com

欢迎访问教材服务网站:<http://www.dutpbook.com>

联系电话:0411-84708445 84708462



绪 论	1
第一节 秘书学与公关学及礼仪的密切关系	2
第二节 秘书公关与礼仪的内容体系	6
第三节 学习秘书公关与礼仪的重要意义	11
第四节 学习秘书公关与礼仪的主要方法	14
第一章 秘书形象礼仪	18
第一节 秘书仪容仪表礼仪	19
第二节 秘书服饰礼仪	25
第三节 秘书举止礼仪	33
第二章 秘书交往礼仪	41
第一节 秘书见面礼仪	42
第二节 秘书言谈礼仪	53
第三节 秘书通信礼仪	58
第四节 文书礼仪	65
第三章 秘书接待礼仪	72
第一节 日常接待礼仪	73
第二节 接待活动礼仪	78
第四章 秘书涉外礼仪	96
第一节 涉外礼仪的特点和原则	97
第二节 秘书涉外活动礼仪	105
第五章 秘书与民族宗教礼仪	127
第一节 秘书了解民族宗教礼仪的必要性	128
第二节 民族礼仪知识	131
第三节 宗教礼仪知识	136
第六章 秘书公关工作	146
第一节 公共关系的基本理论	147
第二节 秘书与公共关系	154
第三节 秘书公关工作要领	158

第七章 秘书公关工作程序	165
第一节 秘书公共关系调查	166
第二节 秘书公共关系策划	173
第三节 秘书公关方案的实施	179
第四节 秘书公关效果评估	182
第八章 秘书公关关系协调	187
第一节 领导关系协调	188
第二节 部门关系协调	195
第三节 下级关系协调	198
第四节 外部关系协调	200
第九章 秘书人际沟通与公关礼仪	209
第一节 秘书人际沟通概述	210
第二节 秘书人际沟通的方法	215
第三节 秘书人际沟通的艺术	217
第十章 公关专题活动与秘书礼仪	237
第一节 新闻发布会与秘书礼仪	238
第二节 开放参观活动与秘书礼仪	243
第三节 赞助活动与秘书礼仪	247
第四节 会展活动与秘书礼仪	250
第五节 商务谈判活动与秘书礼仪	256
第十一章 秘书与组织形象塑造	262
第一节 组织形象概述	263
第二节 组织形象的分析与评估	267
第三节 组织形象的设计与定位	270
第四节 秘书与组织形象塑造	273
第十二章 秘书与公关危机处理	278
第一节 公关危机的特点与分类	279
第二节 公关危机处理的主要内容	281
第三节 公关危机的应对处理	287
第四节 秘书的危机公关素质	294
参考文献	297

绪论

学习要点 >>>

1. 了解秘书学与公共关系学及礼仪的内在联系；
2. 熟悉秘书公关与礼仪的主要内容和特点；
3. 充分认识学习秘书公关与礼仪的重要意义；
4. 掌握学习秘书公关与礼仪的方法要领。

引导案例

荣誉该给谁

某市举办最佳企业评比活动，从规模、效益、税收等方面来衡量，最后只剩下 A 公司和 B 公司两家企业竞争。经过多方面综合权衡，专家组最后决定由 B 公司获得最佳企业的荣誉称号。A 公司总经理很不服气，亲自找到专家组评理。专家组做了如下测试，让他心服口服。

首先，专家组使用免提电话，打到 A 公司总经理办公室。电话铃响过 5 声后，才有人接听：“喂，喂，你找谁？什么事？”声音粗鲁且烦躁。专家组又将电话打到 B 公司总经理办公室。电话铃响过两声后，便有人接听：“您好！这里是 B 公司总经理办公室，请问我能为您做些什么？”接听电话的声音亲切而柔和。

接着，专家组分别派人到两家公司的总经理办公室，说要找总经理谈业务。专家们到达 A 公司办公室时，一位男秘书正在打电话，他只作了一个请坐的手势。电话里时不时传出说笑声，专家们感觉秘书不是在谈公务。等了十几分钟，秘书打完电话后，回过头来问：“各位有什么事？”听说要找总经理谈业务，他回答：“总经理不在，你们给他打电话吧。要不明天再来。”

另一组专家来到 B 公司，敲门之后，马上听到“请稍等”的回应，一位女秘书来开门，笑容可掬地说：“各位好！请问我能帮您做些什么？”听说要找总经理谈业务，秘

书赶紧将客人让进办公室坐下,边端茶倒水边说:“各位请稍等,由于没有提前预约,总经理有事出去了。我这就和他联系。”秘书随即联系了总经理,总经理说请客人稍等,十分钟内他将到达办公室……

(资料来源:杨继昭.秘书与公共关系.北京:人民出版社,2007)

秘书公关是指公共关系学在秘书工作中的实际运用。具体地说,就是秘书运用公共关系学原理和方法,通过传播沟通等手段,树立良好的组织形象,达到协调公共关系,优化组织环境的目的。秘书礼仪是指秘书职业活动中必须遵守的交往准则和规范以及秘书应当具备的礼仪素养。良好的秘书礼仪,对组织树立良好形象和开展公关活动都有着至关重要的作用。秘书公关与礼仪,是以秘书为主体,以公关工作为主线,将礼仪规范贯穿其中的一门新课程。

第一节 秘书学与公关学及礼仪的密切关系

秘书学与公共关系学及礼仪具有共通性。从理论和实践上探讨“公共关系学”和“秘书学”这两门学科与礼仪知识相互作用的特点和规律,不仅有助于指导秘书公关工作,提升秘书的公关能力和礼仪素养,而且还是我们开设本课程的理论和实践依据。

一、两门学科在职业实践上能够融会贯通

(一)从两门学科对从业人员的素质要求看

要建立秘书工作科学规范的职业标准,其从业人员必须重视对公关和礼仪素质的培养。注重自身形象,善于与公众交往,坚持真诚互惠,具有开朗、自信、热情的性格,是秘书与公关人员都应具备的基本素质。秘书要顺利完成关系协调、上传下达的工作,其公关意识必不可少。同时,公关人员要顺利完成协调公共关系的任务,成为组织公共关系的维护者、组织形象的设计师和代言人,又必须具备秘书的文化素养和专业能力等。秘书工作和公关工作都具有多层面的特点,在管理层面上,两者的相互渗透与融合日益加强,“多面手”角色成为两种工作共同要求的角色标准。

(二)从社会组织降低管理成本的角度看

目前,我国许多企业为降低管理成本,采取精简机构的策略,让秘书兼做公关工作。从提高组织运转效能,提倡“低投入高产出”的管理目标来看,这种职能合并是符合中国国情的。因为公关工作和秘书工作本来就联系紧密,把两种职能合并起来,可以降低多职位的协调难度和管理成本,提高管理效益,这对中小企业尤为实用。若不考虑实际需求,一味照搬大企业秘书与公关分立的机构设置模式,就会造

成管理资源的浪费。

(三)从秘书工作与公关工作的主要职能看

现代公关与礼仪有四大职能:一是塑造形象。包括塑造个人形象和组织形象两个方面。个人礼仪形象包括言谈礼仪、服饰礼仪和行为表情礼仪等方面;二是沟通信息。包括沟通组织系统上下之间、部门之间、内外之间的管理信息;三是联络感情。通过开展各种交往联谊活动,加深组织与各类公众的感情,建立真挚而牢固的友谊;四是处理危机。通过正确处理组织的突发事件,尽快消除其不良影响,恢复和重建组织形象。四项职能都与秘书工作有着密切的联系。塑造形象、沟通信息、联络感情、处理危机,是公关工作与秘书工作的共同职能。公关工作通过公关活动的开展与公关技巧的运用,为组织树立良好的外部形象;秘书工作则要保证这种形象的名副其实,要协助领导者协调好内部各部门的关系并加强信息沟通与组织管理。所以,秘书工作与公关工作以及从业人员的礼仪修养是密不可分的。

二、两门学科具有相同的理论基石

(一)秘书学和公共关系学都是综合性应用科学

公共关系学和秘书学都将管理学、传播学、社会学、心理学作为各自的基础学科,从中汲取精髓,从而建立起自身的学科体系。对公共关系的研究,目的在于寻找社会组织与公众建立良好共存关系的原理和方法。由于公共关系学具有综合性、交叉性的特征,其学科性质到底归于传播学、社会学、管理学,还是一门独立的学科,一直存在争议。这也从侧面反映了公共关系学是对这三门学科的融合。传播学中的“新闻策划”、“沉默的螺旋”等理论,社会学中的“社会组织”、“社会角色”、“人际互动”等理论,管理学中的“组织形象管理”、“危机管理”等理论,都为公关活动的开展提供了理论支持。与此同时,秘书学在组织沟通和信息传递过程中,对传播学和管理学的理论知识也多有借鉴。可以说,公共关系学和秘书学的理论基础是由同样的学科搭建的,两者都是复合型的应用学科,区别在于两门学科研究的侧重点不同。

(二)从理论角度看两门学科的相似性

1. 都以管理学和传播学为理论基石

公共关系学与秘书学在各自的理论建设中发现,传播学与管理学为它们提供了一套能够共享的理论基础,使它们可以有效地管理人际关系。这就是传播学对于传者、受者、信息、媒介、传播效果的研究,以及管理学中对于人的行为、动机、权利控制及控制效果等问题的探索。将两者结合起来,从而形成了一套塑造组织形象的理论,为公关学和秘书学服务。

2. 都以处理组织内外部公众关系为主要内容

公关工作协调的是组织与内外部公众的关系,秘书工作是辅助领导协调组织内部各部门与公众行为的管理工作。不言而喻,它们都要处理公众关系,都力图实现组织行为与公众行为的最大一致。但是,两者面对的管理对象属性不同。公共关系面对的是由社会学意义上的“公众”组成的非正式群体,其成员多以松散的“人情”为组织纽带,情感诉求对于这样的“人情化”群体有着至关重要的意义。对秘书工作而言,其管理对象是一个“制度化”的群体,该群体已在现代契约的约束下承诺遵循组织规则。不同于受制于“人情”的公众组织,无论是在理念层面还是在行为层面上,“制度化”群体都有责任和义务与组织的理念和行为保持一致。公关人员和秘书只有正确认识和充分发挥不同群体的特点,才能更好地协调组织内外部的公众关系。

3. 都以追求市场效应为目标

纵观现代公共关系的产生与发展,高度发达的市场经济是其产生和发展的必要条件。无论是早期公关的宣传理念还是现代公关的服务理念,企业对于公共关系的重视源于为自己塑造一个良好的公众形象,继而创造一个有利的商业环境,最终目标都是对市场效应的追求。现代企业从不掩饰自身追逐市场的目标,而作为领导参谋助手和沟通上下级关系的秘书,自然要保持与企业理念和行为的一致。公关和秘书的存在价值在于对市场环境、顾客反应和竞争对手三者情况的监测与分析,并为企业决策提供专业而有效的建议,从而实现企业的市场目标。

4. 都以社会效益和经济效益为准绳

当今社会,各类组织的一举一动都要兼顾社会效益和经济效益,二者缺一不可。公关和秘书部门也应围绕这一原则制订自己的工作计划。因为单一的经济效益目标,对企业行为的导向,只会是狭隘的、短期的、忽略公众利益的,必然会影响企业良好组织形象的建立。只有把两个效益结合起来,在抓经济效益的同时,注意提高员工的思想素质,关心员工疾苦,使他们以健康的心态和饱满的热情投入到工作中去,把企业当成自己的家,把组织目标作为自己为之奋斗的目标,组织才能在内环境正常运转的基础上,向外环境推出一个良好的整体形象,最终实现社会效益。

三、两门学科具有相同的工作方法

(一)对策式方法

对策式的工作方法有着明确的指向,即对已经发生的情况和收集来的信息进行全面分析和评估,提出方案,用以解决存在或突发的问题。秘书和公关人员的工作内容多集中于协调和沟通,秘书是组织系统上下级之间沟通的中介,公关人员是组织和公众之间的中介,解决两端出现的协调失衡和沟通不畅,是设置秘书和公关人

员的重要目的。其中,秘书工作偏向于线性分析决策。秘书要确保上下级之间的交流顺畅问题,集中考察问题在自上而下的某个环节出现的原因,解决问题的关键在于哪个阶层等问题;公关人员偏向于对组织和公众的平行分析决策。公关要密切监测组织和公众两端,回答公众和组织对同一个现象的理解是否存在偏差,以及如何消除导致“失真”的障碍等问题。虽然侧重点不同,但线性分析解决和平行分析解决都是公关和秘书交叉使用的工作方法,“救火”般的对策式工作方法,有利于及时清除组织运行中的障碍。

(二)预测式方法

不同于对策式的工作方法,预测式的工作方法是对尚未发生但在一定信息条件下显示即将发生的问题,进行事先估计并消除隐患的工作方法。公关和秘书部门作为组织的“参谋部”和“辅助决策”角色同时存在,因此对其预测能力提出了很高要求。除了对已经出现的问题采取对策外,对环境的检测、局势走向的预判和事先解决问题的能力,也是秘书和公关人员的必备素质。可以说,在市场环境变化越来越迅速的今天,秘书工作和公关工作不仅要去做组织的“消防员”,还要做组织的“警报器”。

(三)创新式方法

公关工作与秘书工作,必须随着社会环境和市场的变化主动拓宽视野,广泛深入社会,发现、探索、创造新的工作方式。和过去相比,现代企业的运营环境发生了巨大变化,信息技术的飞速发展,使人与人之间的沟通变得低成本和高效率,经济全球化也使得公众的思维方式和行为方式趋向统一。因此,无论是理念还是技术,公关工作和秘书工作都要不断进行改革和创新才能适应时代的发展。树立组织在公众中的良好形象是公关工作的核心,同时也是秘书工作的职责。秘书作为领导的参谋和助手,及时将领导对于如何保持组织形象的意图和公关部门沟通,以便创造一个良好的外部环境。如果从更高的层面来看,秘书工作“润滑”了组织的内部机能,使系统的运转十分顺畅,也是塑造组织良好形象的重要组成部分。

四、会议会展活动是秘书与公关工作的共同任务

会议会展、接待参观等活动的策划与实施,是公关工作和秘书工作的共同任务。公关中的新闻发布会、沟通性会议、宴会、展览会等,在沟通协调组织与公众关系,提高组织知名度和美誉度,树立企业良好形象方面起到了重要作用。国外一些专家认为,会议是大众传播媒介无法企及的双向沟通方式。各类组织、各项工作都离不开会议,秘书工作更是如此。作为组织形象的设计者、代言者、体现者的公关人员,要与秘书一起,共同做好内外宾客的接待及组织参观工作。这些工作做得好坏,直接影响本单位与外单位的关系。因此,公关和秘书部门要在上述活动的目的、主题、方

式、效果等方面精心策划,周密安排,争取达到最好的效果。

五、综合素质培养是秘书与公关职业的共同目标

“素质”一词本源为沟通的层次和传达的印象品位,分为专业素质和社会素质。人的素质既有先天因素,又靠后天学习,包括性格、气质、能力、智慧、经验、品德等要素。秘书和公关职业要面对不断变化的组织环境和突发局面,而且要在短时间内快速应对,这对其从业人员的综合素质提出了很高的要求。一切公关活动的成败得失、有效程度和创造活力,在很大程度上取决于公关人员的综合素质;秘书工作本质上是综合性辅助管理活动,它要求秘书必须具备良好的综合素质。秘书综合素质的高低,在很大程度上影响着领导决策的成败得失。因此,公关工作与秘书工作都十分重视对其从业人员综合素质的培养。

六、重视礼仪形象是秘书与公关职业的共同要求

公关和秘书部门都是组织的“门面”和“窗口”,公关与秘书工作的性质决定了其从业人员在工作中要和不同的人打交道,要出席各式各样的场合。仪表形象便成为公关与秘书工作中举足轻重的因素。健康的形象、适中的体态、端庄整洁的仪表、潇洒大方的风度,再加上得体的言谈举止和规范的礼节礼仪,能在很大程度上增加其交际魅力,促进交际的成功。秘书具备公关与礼仪素养,对塑造组织良好形象,提高秘书工作绩效,进而实现组织目标,具有重要意义。

改革开放和社会主义市场经济的深入发展,使社会矛盾和社会关系日益复杂多变,社会对秘书和公关人才的需求与日俱增。秘书与公关工作及礼仪知识的交叉性特征十分明显,公共关系学和秘书学是两门实践性很强的综合性应用学科,并且共同面对因社会发展而出现的新挑战,这就需要对这两门学科及礼仪知识进行交叉研究,建构新的学科理论体系;同时也需要秘书专业的学生掌握公关与礼仪知识,融会贯通,综合运用,以便更好地完成辅助领导进行综合管理和形象塑造的工作任务。

第二节 秘书公关与礼仪的内容体系

一、秘书公关与礼仪的设计思路

本教材不同于已出版的同类教材的内容体系,编写者试图将公共关系和礼仪知识尽可能地与秘书工作实践融为一体,按照它们之间的内在联系,构建内容体系,避免出现挂着秘书的牌子,只将公关与礼仪知识拼凑到一起的“两张皮”现象。当然,

任何学科知识都有其自身的结构体系,不可随意将它们打乱秩序或割裂开来。我们对“秘书公关与礼仪”课程的内容设置,也必须遵循这一规律。基本思路为:在绪论中先作总体介绍,着重阐明秘书学与公关和礼仪知识的内在联系,这也是编写本教材的基本依据;简要介绍这门课程的设计思路和内容体系;引导学生充分认识学习“秘书公关与礼仪”课程的重要意义;并引导学生掌握学习这门课程的主要方法。在此基础上,按照先易后难、先秘书后组织、先礼仪后公关的逻辑顺序组织排列。前五章,系统介绍秘书礼仪知识;后七章,系统介绍秘书公关工作,并将秘书礼仪贯穿融合在其中。目的是使秘书专业的学生既要增强礼仪素养,塑造良好的秘书形象,更要掌握公关理论与方法,善于协调各方面的关系,协助领导塑造良好的组织形象,为实现组织目标创造良好的公共关系环境。

二、秘书公关与礼仪的主要内容

小资料 ///

礼仪的起源

礼仪源于人类对自然、神灵和祖先的崇拜,并逐渐演变为人们在社会交往中的行为规范。礼仪是随着社会的发展而发展变化的,并在社会实践中不断完善。比如,远古时代,人类以打猎为生,人们在路上相遇,为了表示友好,就丢掉手中的石块,让对方看看自己的手掌,表示没藏什么武器,如果双方不想争斗就互摸一下手掌,沿袭到今天就变成了握手礼。我国是有着五千年历史的文明古国,素有礼仪之邦的美誉,知礼、重礼、行礼是中华民族的优良传统。早在春秋战国时期,我们的祖先就注重“礼尚往来”的社交礼节,形成了热情好客、文明礼貌的传统美德。中国古代有三部礼仪著作的影响最大,分别是《周礼》、《仪礼》和《礼记》。中国古代主要有五礼:吉礼、嘉礼、宾礼、军礼和凶礼。祭祀之事为吉礼;婚冠之事为嘉礼;待客之事为宾礼;军旅之事为军礼;丧葬之事为凶礼。这些礼仪连绵不断,延续至今。世世代代的炎黄子孙在这一传统美德的熏陶和培养下,使中华民族以良好的礼仪形象屹立于世界民族之林。

(资料来源:王守福.秘书礼仪.北京:高等教育出版社,2003)

(一)秘书形象礼仪

秘书在公务活动中,给公众留下的第一印象首先就是秘书的仪表形象。因此,我们把秘书形象礼仪放在第一章来介绍。主要内容有:一是秘书仪容礼仪。包括秘书形象规范;秘书化妆礼仪。二是秘书服饰礼仪。包括秘书着装礼仪;秘书饰品佩戴礼仪。三是秘书举止礼仪。包括秘书的站姿、秘书的坐姿、秘书的走姿、秘书的蹲