



高校秘书学专业系列教材 总主编◎杨剑宇

秘书礼仪

杨剑宇◎主编



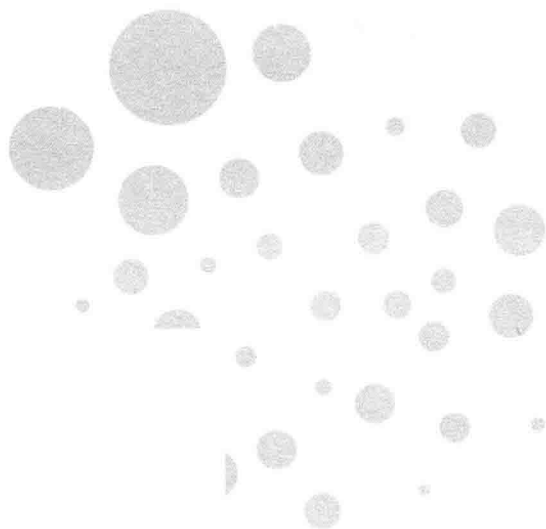
华东师范大学出版社



高校秘书学专业系列教材 总主编◎杨剑宇

秘书礼仪

主 编◎杨剑宇



图书在版编目(CIP)数据

秘书礼仪/杨剑宇主编. —上海:华东师范大学出版社,
2014. 11

高校秘书学专业系列教材

ISBN 978-7-5675-2804-8

I. ①秘… II. ①杨… III. ①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 277833 号

秘书礼仪

主 编 杨剑宇
项目编辑 范耀华
审读编辑 李玮慧
责任校对 胡 静
装帧设计 卢晓红

出版发行 华东师范大学出版社
社 址 上海市中山北路 3663 号 邮编 200062
网 址 www.ecnupress.com.cn
电 话 021-60821666 行政传真 021-62572105
客服电话 021-62865537 门市(邮购)电话 021-62869887
地 址 上海市中山北路 3663 号华东师范大学校内先锋路口
网 店 <http://hdsdcbs.tmall.com>

印 刷 者 常熟市文化印刷有限公司
开 本 787×1092 16 开
印 张 7.5
字 数 142 千字
版 次 2015 年 9 月第 1 版
印 次 2015 年 9 月第 1 次
书 号 ISBN 978-7-5675-2804-8/G·7761
定 价 18.00 元

出 版 人 王 焰

(如发现本版图书有印订质量问题,请寄回本社客服中心调换或电话 021-62865537 联系)

高校秘书学专业系列教材

编委会

总主编 杨剑宇

编 委 杨剑宇 钱明霞 杨 戎

黄存勋 郝全梅 郑健儿

何宝梅 李玉梅 朱欣文

秘书学专业已于2012年正式被列入教育部本科专业目录。我们努力了30余年,终于使学科正式跻身于高等教育本科专业之林,这是学科发展史上里程碑式的跨越,是学科正规化大发展的起步。秘书学科的春天真正来临了!

教材建设成为专业建设的首要任务之一。近年来,全国多家出版社纷纷组织编写秘书学专业系列教材,呈现出百家争鸣、百花齐放的势头,这是专业兴盛的表现;同时,通过竞争,教材也能越编越好。

回顾30余年来,秘书学专业的教材大致经历了两代。

第一代教材产生于20世纪80年代前期,名称有《秘书学概论》、《秘书工作》、《秘书学和秘书工作》、《秘书学》等等。各书的内容一般分三部分:首先是对秘书工作粗浅简单的经验总结;然后,大部分篇幅是文书工作程序介绍和法定行政公文的介绍及写法;最后,再加些秘书工作、档案工作等法规的附录。对这一代教材,宽容者称之为集专业教材、学术著作、工作手册三位一体的连体。批评者斥其难以用作教材,不成工作手册,更远非学术著作,属生硬拼凑、不伦不类的三不像和大杂烩。客观而论,与文史哲等成熟的学科相比,这一代教材确实粗糙、幼稚,难登大学殿堂。然而,任何学科总是从低级到高级,从幼稚逐步到成熟的,因此,其开拓、铺路之功不可抹杀。

第二代教材产生于21世纪初,以全国统编秘书专业自考教材为代表作。其主要标志是将秘书学专业的内容分解为“论”、“史”、“应用”三部分,出现了《秘书学概论》、《中国秘书史》、《秘书实务》、《文书学》、《档案学》、《秘书写作》、《公共关系学》等课程教材。这些课程教材既有相对独立的内容和理论框架,又彼此联系,初步形成了学科体系。但是,这一代教材一定程度上存在着基本概念含混、学科界限不清、研究对象欠明、体系不够完整等不足之处。

近年来组织编写的一系列教材,总结了30余年来的经验,是为第三代教材。本系列教材就是试图弥补第二代教材的缺陷,希望成为第三代教材中的集大成者。为此,我们要求各册达到基本概念明确、研究对象明确、课程界限明确、体系基本完整的要求。

本系列教材具有专、全、新的特点:

专——秘书学已成为独立的本科专业,其系列教材应当具有明显的专业性,即:

第一,每册教材都有各自专门的基本概念、研究对象、课程界限、基本体系。而不再是既夹有“史”,又有所谓“论”,还有文书写作、实务等等于一书的三不像和大杂烩,也不能是相互混淆、重叠的复制品。

第二,本系列教材全部由长期从事该课程教学、研究的具有高级职称的专业教师对口主编,凝聚了他们十多年或者几十年的教学经验和研究成果。例如,我们邀请四川大学知名文书学专家杨戎教授、知名档案学专家黄存勋

教授主编《文书处理和档案管理》，邀请山西省写作学会会长、山西大学郝全梅教授主编《秘书应用写作》，邀请从事秘书专业管理学课程教学近二十年的常州工学院人文学院院长钱明霞教授主编《管理学原理》，等等，以此保证本系列教材的专业性和高质量。

全——我们同时着手编撰秘书学专业系列教材和涉外秘书专业系列教材，这两个系列的教材，可相互交叉使用。这是至今最全的秘书学本科专业系列教材。

秘书学专业的主干课程，经学界在哈尔滨、杭州、厦门等召开的几次全国研讨会上反复讨论，认为应以七门课程为核心课程，在此基础上编写教材，即《秘书学导论》、《中国秘书史》、《秘书实务》、《秘书应用写作》、《秘书公关原理与实务》、《文书处理与档案管理》和《管理学原理》。本系列教材除此七册外，还包括了专业主要课程《秘书心理学》、《秘书实训》等。

鉴于涉外秘书专业与秘书学专业有明显区别，我们策划、组织一批长期从事涉外秘书课程教学的专家编写了涉外秘书专业系列教材，共七册，包括《涉外秘书导论》、《涉外秘书实务》、《涉外秘书英语综合》、《涉外秘书英语阅读》、《涉外秘书英语写作》、《涉外秘书英语听说》和《涉外商务单证》。

新——各册尽可能增加新内容、新观点，选用新案例、新数据、新材料。同时，文风和版面适应新时代大学生的需求，力求新鲜活泼，一改秘书专业教材严肃、刻板的面貌。

参与这两套系列教材编写的专业教师，多达几十人，来自各高等院校，北到哈尔滨、南到湛江、东起上海、西到广西，遍布全国，是一次学界的大兵团作战。我们希望将教材编写得尽可能好些，能成为受大家欢迎的教材，我们为此付出了不少努力。但是，由于秘书学专业尚是发展中的新专业，还在摸索探讨中行进，也由于参编人员能力有限，所以，书中不足之处难免，还望学界同仁批评指正，不吝赐教。

总主编：

楊劍宇

2012年12月于上海

目 录

第一章 秘书礼仪概述 / 1

- 第一节 礼仪的内涵与起源 / 1
- 第二节 礼仪的表现形式和分类 / 4
- 第三节 秘书礼仪工作的职能和原则 / 9
- 第四节 秘书礼仪素养的培养 / 13

第二章 形象礼仪 / 17

- 第一节 仪容礼仪 / 17
- 第二节 仪表礼仪 / 17
- 第三节 仪态礼仪 / 18

第三章 电话礼仪 / 23

- 第一节 接听电话的礼仪 / 23
- 第二节 礼貌地处理打给上司的电话 / 25
- 第三节 打电话的礼仪 / 26

第四章 日常交往礼仪 / 29

- 第一节 日常见面礼仪 / 29
- 第二节 交往须知和交换名片的礼节 / 34
- 第三节 交谈礼仪 / 36

第五章 文书礼仪 / 43

- 第一节 一般文书礼仪 / 43
- 第二节 电子文书礼仪 / 55

2 秘书礼仪

第六章 办会礼仪 / 59

第一节 会议筹备礼仪 / 59

第二节 会议服务礼仪 / 63

第三节 新闻发布会礼仪 / 65

第七章 商务礼仪 / 71

第一节 接待礼仪 / 71

第二节 拜访礼仪 / 74

第三节 谈判礼仪 / 77

第四节 签约仪式礼仪 / 81

第八章 社交礼仪 / 85

第一节 邀请与答复 / 85

第二节 赠礼礼仪 / 86

第三节 重要社交活动礼仪 / 89

第九章 宴请礼仪 / 96

第一节 宴请准备 / 96

第二节 宴会桌次、席次的排法 / 98

第三节 宴会程序和礼仪 / 102

参考书目 / 108

后记 / 109

第一章 秘书礼仪概述

礼仪是一种世界性的文化现象,世界各国都非常重视礼仪。礼仪作为社会文明的产物,是随着社会的发展和进步逐渐形成的,它的发展体现着人类不断摆脱愚昧、落后,走向进步与文明的历程。在我国历史上,礼仪始终扮演着十分重要的角色,参与“修身、齐家、治国、平天下”的宏伟伟业,与社会的政治、经济以及文化生活有机地融合在一起。当今社会,礼仪作为日常生活的基本行为准则,是调节人际关系的重要手段,也是人们高层次的生活追求。随着改革开放的深入,掌握丰富的礼仪知识,躬身践行,是社会交往的需要。礼仪体现在生活细节之中,细节展示素养、塑造形象。所以,秘书应当了解礼仪理论,尽可能全面、系统、熟练地掌握现代礼仪的基础知识,以便于工作。

第一节 礼仪的内涵与起源

一、礼仪的内涵.....

(一) 礼仪的涵义

“礼仪”是“礼”和“仪”的合成词。这两个词最早在我国表示两个不尽相同的概念。在古代典籍中,“礼”主要有三层意思:一是政治制度,二是礼貌,三是礼物。“仪”也有三层意思:一指容貌和外表,二是指仪式和礼节,三是指准则和法度。而将“礼”和“仪”连用,则始于《诗经·小雅·楚茨》:“为宾为客,献酬交错,礼仪卒度。”礼的含义比较丰富,其跨度和差异也比较大,既有古今意义的区别,又有广义和狭义的区别。礼的最初含义是指为表示敬神或隆重而举行的仪式,后来逐步引申为表示敬意的通称。它既可指为表示敬意或隆重而举行的仪式,也可泛指社会交往中的礼貌,还可特指奴隶社会或封建社会中贵族等级制的社会规范和道德规范。由此可见,最初的礼的形成是人们自觉自发的行为,礼是约定俗成的通过相互之间行为的约束来调节关系的行为规范,而不是强迫执行的规章制度。在现代社会,礼仪是指人们在日常生活和社会交往中所形成的互相之间表示友好、尊重并展示文明的行为规范与准则。

在欧洲,“礼仪”一词最早见于法语的“etiquette”,原意是“法庭上的通行证”。它上面记载着进入法庭应该遵守的事项,不过不是当庭宣读,而是写在或印在一张长方形的“etiquette”,即通行

证上,发给进入法庭的每一个人。当“etiquette”一词被译为英文后,它的含义便成为“人际交往的通行证”。后来,经过不断的演变和发展,“礼仪”一词的含义逐渐变得明确起来,今天我们将礼仪理解为在社会交往中形成并得到共同认可的、以一定的程序方式表现出来的一系列律己敬人的行为规范。

(二) 礼仪的基本内涵

从以上对“礼仪”涵义的分析来看,可以总结出它有以下三个方面的基本内涵。

1. 礼仪是一种行为规范或行为模式

所谓行为规范就是人们的行为标准,行为模式是人们行动的惯用形式。礼仪这种行为规范或行为模式是社会共同认知的,是人们共同践行的,它以自觉遵守为前提,本身不具有强制性。但是,我们必须认识到它在人际交往中对人们有制约作用。例如,见面要主动问候、握手,临走时要自觉地说声“再见”,这是人们在交往中习以为常的行为规范。没有人强制要求这样做,可是不这样做就会被人认为没有礼貌。

2. 礼仪是社会共同认可的、人们共同遵守的行为方式

在社会实践中,礼仪往往首先表现为一些不成文的规矩、习惯,然后才逐渐上升为大家认可的,可以用语言、文字、动作进行准确描述和规定的行为准则,并成为社会共识,成为人们有章可循、可以自觉学习和遵守的行为规范。礼仪渗透于社会的各种关系之中,只要有人和人的关系存在,就有作为人的行为准则和规范的礼仪存在。

3. 礼仪是人们文明交往的必要条件

礼仪是人们待人接物时必须遵守的行为规范。这种规范不仅约束着人们在交际场合的言谈举止,也是人们在交际场合必须采用的一种“通用语言”,是衡量他人以及判断自己是否自律、敬人的一种尺度。因而,礼仪的存在是合乎人际关系调节需要的,有利于规范人们的行为,创造文明的交往环境。礼仪伴随着人类的产生而产生,并随着人类社会的发展而不断地发展,在人类进入文明社会的过程中起了很重要的促进作用。

(三) 礼貌、礼节、礼仪的联系与区别

在学习和应用礼仪时,不可避免地涉及“礼貌”和“礼节”,它们之间既有密切的联系,又有一定的区别。

1. 礼貌侧重于表现人的品质和素质

礼貌通常分为礼貌行为和礼貌语言。在公共汽车上给老人让座可以说是表示敬意,但是如果给小孩让座,乃至给病人、孕妇让座,就不能用“敬意”解释了,而是社会公德意识和个人道德修养的良好体现。对于这样的行为,人们的评价就是“这个人真懂礼貌”,这里的“礼貌”就意味着遵守和维护某种社会规范和道德规范的活动与行为。礼貌语言是文明程度的体现,例如,国家倡导

使用的“礼貌十个字”——“您好”、“请”、“谢谢”、“对不起”、“再见”，就是人们在社会中普遍使用的礼貌语言。礼貌语言的使用使人显得谦恭、有教养。

2. 礼节是人们在社交场合表示尊重友好的惯用形式

礼节是礼貌外化的具体表现形式，礼貌注重的是人的内在品质和素质，而礼节注重的是表现形式。例如，与美国人打交道问好时，可以用一个热情的拥抱表示对对方的尊重，向法国人问好后，则可以行亲吻礼等，这些都是表示尊重友好的惯用形式，都是礼节。在礼节方面，中国和其他国家又有差异，与中国人打招呼后，可以适时地自我介绍、握手或交换名片，留下联系方式，不需要拥抱和亲吻。因此，使用礼节时也应该注意其区域性、民族性的特点。

3. 礼仪是在人际交往中表现律己敬人的程序和方式

礼仪是礼貌、礼节的统称，既包括文明的修养，又包括必要的规范形式，主要表现为律己敬人。律己即对自我的要求，是礼仪的基础和出发点。学习、应用礼仪最重要的是要自我要求、自我约束、自我控制，这就是自律的体现。敬人就是要求在交往的过程中，与交往对象既要互谦互让，互尊重重，友好相待，更要将对交往对象的重视、恭敬放在第一位。无论律己还是敬人，都要通过一定的方式表现。同时，礼仪又是有章可循的，例如，与人交往通常要经过介绍、称呼、握手、交谈和交换名片等过程，这些过程必须遵循一定的程序，从而建立联系，展开交流。

从涵义上可以看出，礼仪主要是应用于人际交往，也就是说没有人与人之间的相互关系和交往，就没有礼仪可言。所以，只要人的生命存在，人就需要和别人打交道，就需要礼仪。虽然礼仪不具有强制性，但它本身与人们的生活和工作有着紧密的联系，对人们的行为有外在的约束作用。如果不注意礼仪，就显得不懂礼貌，就会与社会文明格格不入。

二、礼仪的起源

中国是人类文明的发祥地之一。礼仪作为中华民族文化的基础，有着悠久的历史。礼仪究竟于何时因何故而起，自古以来，人们对此作过种种探讨，归纳起来，大体有五种礼仪起源学说：一是天神生礼说；二是天、地、人统一说；三是礼源于人性说；四是认为礼是人性和环境矛盾的产物；五是认为礼生于理，起于俗。

（一）天神生礼说

礼仪的起源可以追溯到原始社会，那时由于生产力水平极为低下，人们对一些自然现象无从认识，更无从把握，只好推测在人类之外存在一种超自然的力量干预着人类的生活，这种超自然的力量源于天地鬼神。于是人们对其产生敬畏，进而开始了相关的祭祀活动，这些祭祀活动的方式、程序就是礼仪的渊源。《左传》有言：“礼以顺天，天之道也。”说明了顺乎天意的礼便是合乎“天道”。

（二）天、地、人统一说

该观点认为天、地和人之间具有统一性和制约关系，而礼仪便是对这种制约关系和统一性的体现。子产曰：“夫礼，天之经也，地之义也，民之行也。天地之经，而民实则之。”就礼仪的内容而言，的确有一部分反映了三者之间的制约关系和统一性，如顺天地之规律、行四时之政等。当然也有很大一部分与此无关，如等级贵贱之分决非源于天地之别。

（三）礼源于人性说

这是儒家学说的基本观点，它把人性和礼结合起来。孟子认为在人性中存在善端，故而人皆有恻隐之心、羞恶之心、辞让之心、是非之心。恻隐之心为仁之端，辞让之心乃礼之端。孟子从人的本性上找到了礼的心理依据。孔子则以“仁”释礼，把礼当作处理人际关系的行为准则；同时他又把“仁”当作礼的心理依据，克己爱人则为仁，以仁爱之心处理人与人的关系则为礼。

（四）礼是人性和环境矛盾的产物

该观点同样与人性有关。荀子认为人天生好逸恶劳，欲壑难填，但是社会资源是有限的，为了解决这一矛盾，于是圣人制定礼仪，目的就是用来抑制人的恶性，培育人的善性。在此，礼被看成了抑恶扬善的工具。

（五）礼生于理，起于俗

《管子·心术上》曰：“礼者，谓之有理也。”理，是指事物发展的必然性和规律性。该观点认为人们如果想正常地生存和发展，就必须有一套规范来约束，这些合理的行为规范就是礼。荀子又曰：“礼以顺人心为本，故亡于《礼经》而顺人心者，皆礼也。”此话把事物的理落到实处，使之与风俗习惯相联系，于是就有了礼起源于俗的说法。从理和俗两方面来说明礼的起源，不仅使礼获得了哲学上的依据，也使礼获得了民间的基础，这样就可以解释礼可因理而变，因俗而异。这一观点是对礼的起源的更深入的探讨与概括。

综合以上五种观点，结合现代人类学研究的成果，可以认为礼仪是与部落群居的形成过程同步产生的。部落群居的生活要求人们必须进行交往，原始人开始用手势、表情来反映意向，用击掌、拍手、拥抱等来表达感情，用手舞足蹈庆贺丰收等，这些都是人际交往礼仪的雏形。敬天祭神（表现形式主要是图腾）活动的开展使礼具备了最基本的内容。

第二节 礼仪的表现形式和分类

一、礼仪的表现形式

礼仪是一种社会文明，具有非常丰富的内涵。这种文明的内涵必须通过一定形式表现出来。

（一）语言礼仪

语言是人类交往最常见的形式之一,不管是一般的人际交往还是社会关系的具体实务活动,都大量地采用语言。语言不仅用于人与人之间的交谈和信息的交流,而且明显地反映着人们的情绪、情感。语言礼仪是人们文明交往和情感交流的一门艺术。

1. 语言是成功的助推器

人们在交往中总是希望取得满意的效果,取得成功,而成功者应该是会说话的人。特别是在双方初次结识的时候,能否用恰当的语言表达自己的诚意和对对方的尊重,成为决定交往是否成功的至关重要的环节。

语言是联系人们之间的思想感情,形成良好人际关系的重要因素。一个人善于交谈,善于用对方喜欢的语言交流,就能广交朋友,给人以温暖和愉悦,赢得他人的好感和友情,使人愿意与其进一步交流与合作。

为了达到进一步交往以建立良好的人际关系的目的,在讲话之前应有充分准备,根据会面对象的特点,认真考虑讲话内容,并且应熟悉、默诵。这样,在会面时才会有话可说、表达自如,给对方一个干练爽快的好印象。同时,语言表达一定要意义明确、清晰流畅,这样才能使他人了解自己的意图,才能与他人更好地交流思想,即使在听众较多时也能吸引众人,取得较好的效果。

2. 语言能反映人内心的真诚

礼仪需要真诚,人们在交往时都希望对方是真诚可信的。因此,在表达意愿时,应该使用体现诚恳、出自肺腑的语言,那样才能触动别人的心弦。坦诚相见、真心实意的交流,既是自信的表现,也是对他人的信任。只有使用表达真情的语言才能激起对方感情的共鸣,才能取得满意的效果。在交谈中不仅要态度认真、语言诚恳,还要在语言中表现稳重和热情,让人感到你的成熟可靠、真诚热情,从而心情放松,从内心愿意与你结交为朋友,愉快地接受你的建议和友谊。

3. 语言能展示人的修养

语言不仅可以交流感情、体现真诚,还可以展示双方的学识修养。文明礼貌的语言、真实坦诚的态度能使人感受到谦逊和友好,以形成信任、亲切、友善的交谈气氛,为交往成功奠定良好的开端。

人们都希望与有学识、有修养的人交往,都想在交往中增长见识、提高水平。因此,交往中语言的表达要有思想、有内容、有深度,使对方感受到你的谈话信息准确、内容丰实、主题明确、思路清晰,从而引起对方的浓厚兴趣,吸引对方的注意力。同时,还应当重视言谈的逻辑性和科学性,言之有理、言之有据,从而增强交谈的感染力,增强语言的表达效果,甚至使对方经常回味或引用你的“经典”语言,使之产生深刻长久的影响和作用。

（二）仪表礼仪

仪表即人的外表,既包括相貌、身材和服饰等静态因素,也包括姿态等动态因素。研究仪表礼仪是为了让人们正确认识仪表,精心修饰仪表,不断完善仪表,并在人际交往中展示出自己的形象魅力和品位风格,从而取得最佳效果。

1. 仪表展示人的形象魅力

仪表是人的形象魅力的展示,端庄、大方的仪表会使人感到愉悦,产生强烈的感染力和影响力。人们常说“仪表堂堂,风度翩翩”,就是形容一个人的外表。外表在人的整体形象中占据着最为显著的地位,向他人传递最直接、最生动、最深刻的交往信息,反映着人的精神面貌。

形象魅力主要表现为人的仪表对他人的吸引力、诱导力、凝聚力等,是感召和征服人的精神力量。形象魅力虽然是丰富多彩、千姿百态的,但核心是“动人”,特别是对于以前并不认识的人,第一印象非常重要。端庄的仪表、文明的修饰给人以亲切感和信任感,从而在对方心目中形成综合化、系统化的印象,让对方愿意接受你、选择你,这就是“先入为主”的“首因效应”。而礼仪是展示个人形象的重要手段,例如:交谈讲究礼仪,可以展示文明;举止讲究礼仪,可以展示端庄;穿着讲究礼仪,可以展示高雅等。总之,一个人的仪表礼仪可以使其充满魅力,这种魅力是人们在社会交往和沟通中不可缺少的条件,是交往能否融洽、深入发展以及成功的关键。

2. 仪表是人的内在气质的反映

气质是由内心滋生出来的,是具有个性的稳定的心理特征。它的形成是一个过程,家庭的环境、接受的教育、社会的交往、文化的熏陶等都是影响气质形成的重要因素。气质是形象魅力的组成部分,良好的内在气质表现为举止高雅和仪表端庄。

气质是一个人的风度和素质的表现。一个有气质的人,通常在眉眼神情、举手投足、着装打扮等方面都达到一种境界,其仪表达达到众人共同认可与喜欢的高度。这种状态能使人成为交往关系中的中心人物,不仅会感染周围、令人感慨,而且会引人关注、备受重视,这是增加人际吸引力的砝码。

3. 仪表是人的综合素质的表现

人的综合素质是心理素质、道德修养、文化素质、身体条件等方面的综合特征,是人的内在气质、外貌形象和精神风貌的高度统一。在人际交往过程中,它通过人的神态、仪表、言谈、举止等表现出来。因此,人的仪表是其综合素质的组成部分,是综合素质的表面特征。

人的综合素质是通过长期的社会教育和实践以及自我完善和提高形成的。综合素质越高,人的各方面修养也越高,人的仪表也越文明,即表现为人的外貌、身材、姿态、修饰等得体 and 端庄,从而展现出完美的个人整体形象。人们在社会活动中往往喜欢和综合素质高的人交往,这是因为综合素质越高,其可信任度也越高,越能令人觉得可靠和心里踏实,交往也越能取得成功。

（三）行为礼仪

行为礼仪也是人际交往过程中的重要表现形式。行为是指人的各种动作,是通过人的肢体、器官的动作和表情来表达主体思想感情的一种非文字语言,或称人体语言。研究行为礼仪是为了让人们认识行为的文明规范,从而正确运用人体语言,提高交际质量,保证交际效果。

1. 行为礼仪体现人的道德修养

行为礼仪就是要求人们的行为要有规矩,要符合一定的标准。无论是在公共场合、职业场所,还是在家庭环境中,人们的行为举止都要文明得体,要讲究礼节、礼貌。这不仅是正常人际交往的基础,也是道德修养和风貌的表现。

行为礼仪既然是人们在社会生活和交往中应遵循的行为标准和准则,那么必然体现在人与人、人与社会的关系中。行为礼仪与道德的关系极为密切,这是因为行为礼仪是以一定的道德知识、道德信念为基础的。人们遵守公共秩序,讲究卫生,忠于职守,尊老爱幼,待人谦逊,举止得体,都源于良好的道德品质。在日常生活中,人们只有具有良好的道德品质,才会有优雅得体的举止、文明礼貌的言谈。因此,通过一个人的行为对礼仪的运用程度,可以了解这个人教养的高低和道德境界水平;通过一个国家公民的行为举止、文明习惯,可以察知这个国家的社会风貌、道德状况和公民素质。可见,道德是通过人们的行为来表现的,行为礼仪是道德的外在形式,道德是行为礼仪的基础。一个国家往往通过社会规范和公认的具体规范或标准来约束人们的行为,即通过人们的行为礼仪来促进公民个人道德的发展与完善,创建良好的人际关系和和谐的社会环境。

2. 文明的行为会塑造美好的个人形象

美好的个人形象是通过文明的行为来展示和塑造的。健美的站姿、敏捷的行姿、端庄的坐姿、恰当的手势、善意的目光、甜美的微笑等,都会产生感染力和亲和力,给人以一种文雅、稳重、大方的美感,反映出积极的精神状态和美好的个人形象。

行为礼仪在社会交往活动中,具有自律克己、自重自尊的特点。一个人通过符合社会交往规范的行为,有分寸地约束自己的举止,达到得体适度、恰到好处,通过文明优雅的行为,展示自己的稳重大方和充实的文化内蕴,让人感到既潇洒又稳重,既有活力又不轻浮,既有个性魅力又平易近人,从而充分展示出美好的个人形象。一个人的形象魅力对他人的吸引力是不能低估的,有理性的人都会赞赏美好的个人形象,而不喜欢头脑简单、举止轻浮的个人形象。因此,以文明的行为礼仪塑造良好的个人形象,是与人交往和相处的重要条件,为交往的继续、合作的成功打下深厚的感情基础。

3. 良好的行为会增进友谊和合作

行为礼仪既是人的道德修养的体现,又能展现美好的个人形象,无论从伦理的角度,还是从审美的角度来讲,良好的行为都会提升与人交往的效果,同时会增进友谊和合作,为更大的成功

创造条件。

人际交往是复杂的互动过程,表现为双方的思想情感的交流与沟通,包含着双方情感和情绪的因素。这些情感和情绪的因素,除了通过语言进行交流之外,很重要的一部分是通过人的表情和举止行为表现出来的。举止优雅得体、神态自然大方可以展示一个人健康的体魄、良好的心理素质和健全的人格,表现出诚恳、善意、宽容大度的心态,从而使对方感受到友好、真诚的情感,得到对方的信任和尊重,建立起纯洁的友谊,使交往得以延续发展。

二、礼仪的分类.....

礼仪作为一种社会规范,被人们广泛地应用于各个场合,渗透到社会生活的各个领域。因此,礼仪的内容丰富多彩。根据人们社会交往的对象和性质,可以把礼仪分成三种类型。

(一) 家庭礼仪

家庭是人们生活的重要领域之一,它不仅是家庭成员相处和维持相互之间的亲密关系的稳定场所,也是家庭成员与外界联系和对外交往的重要纽带。

家庭是以人们的婚姻关系为基础,以血缘关系为纽带,存在于一定范围内的亲属之间的社会生活组织形式。家庭作为社会生活的基础单位,与社会有着千丝万缕的联系,必然形成与社会的交往关系。因此,家庭中不仅存在与家庭成员、亲属的交往关系,而且也存在与朋友、其他社会成员的交往关系。正确处理好这些关系,是家庭存在和发展的基本条件,这就必须研究家庭成员的行为准则、礼节和仪式,即家庭礼仪。家庭礼仪既是调节家庭成员的相互关系,从而实现家庭和睦、幸福的基础,也是社会和谐、国家稳定的重要条件。

(二) 职业礼仪

职业礼仪是从事一定职业的人们在职业活动中的行为规范的总称,包括职业行为准则以及各种职业礼节和仪式等活动。职业是人们社会活动的重要领域,研究职业礼仪对于人们更好地从事职业、遵守职业道德、实现职业理想以及各种职业的发展有着重要的意义。

职业礼仪是公民在特定的职业生涯中产生的。由于社会分工的不同,形成了具有专门业务和特定职责的各种职业。人们在从事的职业中追求生存和发展,并形成了在职业活动中对他人和社会应承担的责任,这就要求人们必须遵守一定的职业行为规范。不同的职业有不同的职业行为规范,从而形成了不同的职业礼仪。职业礼仪可以提高从业人员的文化素养,培养他们热爱本职、忠于职守的职业道德,从而建立起一支高素质的职业队伍,以扩大本职业的社会影响,树立良好的职业形象,取得最好的社会效应。

(三) 公共礼仪

公共礼仪是人们为维持社会公共生活秩序而共同遵守的行为规范的总称。它包括社会公共

生活准则,即社会公德以及公共生活中的礼节和仪式等活动。社会公德是形成公共礼仪的前提。因此,研究公共礼仪,必须关注社会公德,以便更全面、更深刻地理解公共礼仪。

社会公德是全体公民在社会公共生活中应该遵守的行为准则,包括文明礼貌、助人为乐、爱护公物、保护环境、遵纪守法等内容。它涵盖了人与人、人与社会、人与自然间的主要关系。对个人来说,遵守社会公德能够反映出他的文明教养程度;对社会来说,公民遵守社会公德的情况可以反映出整个社会的文明程度。社会公德的突出特点是其社会公共性质,它是维持社会公共生活正常秩序、保证绝大多数人的根本利益的最起码的道德条件,是人类社会文明发展的一种反映和标志。可以说,社会公德是公共利益的主要内容,没有社会公德的礼仪是虚伪的,而礼仪是社会公德健康发展的结果,是完美的社会公德的集中表现。公共礼仪有助于纠正和克服人们的不良习气,有助于建设一个有秩序、讲文明、讲礼貌、和睦的社会环境。

第三节 秘书礼仪工作的职能和原则

一、秘书礼仪工作的职能

(一) 以礼仪塑造企业形象

组织形象是社会公众对某一组织的总体评价和综合印象。目前世界经济形势正发生着重大变化,多元化的经济格局和国际市场一体化的趋势正对中国社会产生着深刻的影响,我国企业面临着日益激烈的国际竞争和国内市场的竞争。要在这样的环境下生存和发展,企业必须有一种主动适应变化着的环境的能力,使资金、技术、信息、人才、产品的流通性更大,产生最大效益,并以迎接挑战的姿态参与国际经济大循环,增强国际市场竞争能力。在这风险与机遇并存的挑战面前,企业应调动一切积极因素,利用一切有效手段,提高自身的知名度和美誉度,从而建立良好的品牌信誉,树立良好的企业形象和员工个人形象。秘书人员要充分利用自己的独特身份,在塑造企业形象的过程中发挥独特作用。礼仪是现代社会公共关系的辅助手段之一,企业形象的塑造离不开礼仪。

礼仪手段的恰当运用正是企业形象的反映之一。要树立良好的企业形象,除建立产品信誉、运用象征性标记外,还要注重企业员工的精神风貌、服务态度、业务水平、装束仪表,这些都是企业形象的一部分。秘书人员首先要注重个人形象,从而让社会公众通过自己对企业产生好感;在企业的管理活动和日常工作中,也要提醒和教育员工注意自身形象,以维护企业形象。

礼仪手段的恰当运用,又与秘书人员的公关意识、形象意识大有关系,主动地、有意地通过礼仪来体现企业的形象,是每个秘书人员的基本职责之一。