

高等学校旅游管理专业系列教材

旅游礼仪

张胜男 编著

高等教育出版社

高等学校旅游管理专业系列教材

旅游礼仪

Lüyou Liyi

张胜男 编著

高等教育出版社·北京

内容简介

随着社会的发展,文明的进步,礼仪在现代社会生活中的作用日益重要。本书内容丰富全面,深入浅出,从学界、业界等多角度、多层面介绍了旅游礼仪的全貌,主要包括旅游礼仪的基本理论、表现形式、行为规范、语言修养等旅游礼仪理论及具体应用。本书内容从宏观到微观,从具体到抽象,并配以古今中外经典案例,既具有较强的实操性,又体现了旅游礼仪深厚的文化底蕴,以培养学生良好的礼仪素养,并提高学生的综合素质。

本书适合高等学校旅游管理类专业学生作为教材使用,也可作为旅游业内人士的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

旅游礼仪 / 张胜男编著. --北京:高等教育出版社,2016. 8

ISBN 978-7-04-044090-4

I. ①旅… II. ①张… III. ①旅游业-礼仪-高等学校-教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 248712 号

策划编辑 张欣
插图绘制 郝林

责任编辑 张欣
责任校对 刘丽娟

封面设计 张志
责任印制 耿轩

版式设计 马云

出版发行 高等教育出版社
社址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印刷 三河市潮河印业有限公司
开本 787mm×960mm 1/16
印张 21
字数 390千字
购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landracom.com>
<http://www.landracom.com.cn>
版次 2016年8月第1版
印次 2016年8月第1次印刷
定价 32.80元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物料号 44090-00

前 言

旅游业成为 21 世纪全球经济的三大超级服务业之一,中国已成为世界旅游大国,旅游产业发展迅猛,成为国民经济支柱产业之一。时代发展、市场形势与旅游学科特点,迫切要求旅游专业教学必须与旅游产业密切结合,与产业互动培养人才。优秀旅游从业人才是旅游业健康发展的关键因素。

旅游服务质量优劣直接影响旅游业的生存与发展,要实现优质服务,需要有规范的礼节操作规程、礼貌待客的态度和完美的礼仪服务。因而,在礼仪的层面积极规范旅游市场,提高旅游从业人员素质,进而为旅游业的健康发展发挥重要作用。

撰写《旅游礼仪》,是作者在讲授“饭店管理”“旅游文化管理”“礼仪学”“经济法”等课程的过程中,结合教学实践而萌生的想法。一方面,依据交叉学科的优势,能够深化教学内容,产生良好的教学效果;另一方面,从礼仪的层面提高旅游人员素质,进而规范旅游市场,对促进旅游产业健康发展具有积极意义。在此之前,作者主编的《旅行社礼仪》教材于 2007 年 10 月获得了北京市高等教育精品教材立项,2014 年被评为“十二五”国家规划教材。

本教材的写作准备较为充分,作者深入旅游相关业务部门进行实地访问和考察,广泛搜集、查阅古今中外相关文献资料及国内外学界和业界最新信息,学习和融会学界前沿成果,联系国际和国内旅游发展的实践,在此基础上谋篇布局,构思框架。

本教材内容丰富全面,深入浅出,从多角度、多层面介绍了旅游礼仪基本知识、基本理论、表现形式,以及从业人员的行为规范、语言修养和旅游接待与服务中礼仪技能的具体操作与应用,而且突出了重点、难点和该领域的前沿学术成果。本书每章后面附有“思考题”与“典型案例”分析,利于学生全面、系统地学习和掌握课程内容,并进一步提高学术视野,增强分析问题和解决问题的能力,以实现有效促进教学的作用。

本书由首都师范大学资环学院张胜男副教授编著,研究生张艳萍、李欣、车晓君、吴琼、刘梦思、李晓芳、张玉梅等同学参与查阅资料、校对文稿等工作。

在本书的写作过程中, 特别感谢中国职业画家、北京大学软件与微电子学院数字艺术系王强教授为本书绘制插图。插图几经修改, 王教授为此付出大量精力。另外感谢中青旅高志权副总裁、黄山旅游集团有限公司陈昌年副总裁、如家酒店集团孙坚总执行官的支持。感谢广州大学刘松萍教授对会展礼仪写作的指导和帮助。感谢业界和学界专家的大力支持。

本书参考引用了国内外相关文献资料, 在此, 谨向我们引用和参考的文献资料的作者致以诚挚的谢意! 恳请专家学者和同行对本书的不足提出宝贵意见和建议。

张胜男

2015 年 12 月

目 录

第一章 旅游礼仪概述	1
第一节 文化的历史与内涵	1
一、“广义”与“狭义”的文化	1
二、“文化”的起源及其内涵	3
三、中国文化中的“礼”与“乐”	5
四、文化的多样性与文化型旅游业	5
第二节 礼仪与社会	6
一、礼与中国文化	6
二、礼仪及其表现形式	15
三、东方礼仪与西方礼仪	19
四、礼仪的重要性	26
思考问题	31
自测自评	31
第二章 旅游业办公礼仪	32
第一节 日常办公礼仪	32
一、员工自律	32
二、同事间礼仪	33
三、上下级礼仪	35
第二节 岗位接待礼仪	37
一、介绍礼仪	37
二、握手礼仪	40
三、相关礼仪与礼节	46
思考问题	60
自测自评	61

第三章 旅游从业人员形象礼仪	62
第一节 仪表礼仪	62
一、容貌卫生整洁	63
二、发型修饰得体	63
三、服饰庄重大方	64
四、体现仪表风度	67
第二节 仪态礼仪	68
一、神态亲切友好	69
二、优雅得当的手势与体态语	69
三、站姿端正	77
四、行姿规范	82
五、坐姿优雅	85
六、蹲姿标准	91
思考问题	95
自测自评	96
第四章 旅行社业服务礼仪	97
第一节 旅行社与交通部门业务活动礼仪	97
一、交通运输业的发展	97
二、旅行社与交通部门协作礼仪	100
第二节 旅行社与酒店业务活动礼仪	103
一、酒店的选择	103
二、旅行社与酒店相关部门协作礼仪	104
第三节 旅行社与景区业务活动礼仪	106
一、维护景区资源	107
二、道德准则与诚信原则	107
第四节 导游服务礼仪	108
一、导游服务特点与职能	108
二、导游接待礼仪	117
三、导游讲解礼仪	118
四、团队接待	121
思考问题	128
自测自评	129
第五章 饭店业服务礼仪	130
第一节 饭店文化与个性化服务	130

一、饭店业发展历程	130
二、饭店文化内涵及其表现形式	141
第二节 前厅岗位服务礼仪	143
一、前厅员工基本礼仪	144
二、大堂助理服务礼仪	146
三、总服务台礼仪	149
四、礼宾部服务礼仪	156
第三节 客房岗位服务礼仪	162
一、客房服务原则与规范	162
二、基于饭店客房服务质量评价的探讨	165
第四节 餐饮岗位服务礼仪	166
一、中餐服务礼仪	166
二、西餐服务礼仪	170
三、宴会服务礼仪	174
四、礼仪与文化同行——中西方餐桌礼仪的文化意义	177
思考问题	182
自测自评	182
第六章 会展礼仪	183
第一节 会展礼仪基本规范	183
一、展览业的起源与发展	183
二、精心准备,注重整体形象	186
三、热情接待,运用解说技巧	188
四、技术保密与安全保障	190
第二节 谈话与通信礼仪	194
一、谈话的内容与方式	194
二、通信礼仪	196
三、洽谈技巧	198
第三节 礼品礼仪	200
一、馈赠艺术与操作细节	200
二、礼尚往来	202
三、鲜花为礼	205
思考问题	208
自测自评	208
第七章 社会责任:积极引领社会风范	209
第一节 至诚服务,规范社会风气	209

一、把握 3A 规则,和谐主客关系	209
二、待人如己,形成“亲和力”	211
第二节 有“礼”走遍天下,行“礼”享誉天下	213
一、尊重:展现国格与人格	213
二、国际习俗与礼仪惯例	217
三、引领游客提升文化素养	220
第三节 公共礼仪	223
一、影剧院与音乐厅礼仪	223
二、博物馆与美术馆礼仪	226
三、图书馆礼仪	226
四、运动场馆观赛礼仪	228
思考问题	232
自测自评	233
第八章 其他礼仪	234
第一节 我国传统风俗节庆礼仪	234
一、元旦	234
二、春节	234
三、元宵节	235
四、清明节	236
五、端午节	236
六、中秋节	238
七、重阳节	238
八、情人节	238
第二节 我国少数民族社交礼仪与禁忌	239
一、蒙古族	239
二、回族	244
三、维吾尔族	246
四、藏族	248
五、壮族	250
六、满族	251
七、朝鲜族	254
八、彝族	255
九、傣族	256
十、苗族	257
十一、土家族	258
十二、白族	259

十三、哈萨克族	259
十四、我国历史上的三次民族大融合	262
第三节 我国主要客源国及地区风俗礼仪	263
一、亚洲地区	263
二、欧洲地区	277
三、美洲和大洋洲地区	286
四、非洲地区	294
第四节 世界宗教文化礼仪	296
一、基督教	296
二、伊斯兰教	301
三、佛教	304
四、道教	311
思考问题	318
自测自评	318
参考文献	319

第一章 旅游礼仪概述

礼仪是道德规范和行为准则,早已体现在我国古代先贤的论著中。礼仪是“礼”与“仪”的组合,指人际交往中自始至终以一定的、约定俗成的程序方式表现“律己”和“敬人”的基本规则,为社会各阶层广泛认可。旅游礼仪是礼仪在旅游服务中的具体体现与运用。旅游礼仪不仅包含一般服务礼仪所要求的仪容、仪态、服饰、语言等方面行为规范的基本内容,还包括旅游产业人员服务的精神状态、行为规范、语言修养,以及旅游接待与服务等礼仪技能的具体操作和应用技巧等更深层次的内容。

第一节 文化的历史与内涵

傅雷先生在1954年底给其子傅聪的家书中写道:为学最重要的是“通”,“通”才能不拘泥,不迂腐,不酸,不八股;“通”才能培养气节、胸襟、目光;“通”才能成为大“才”,不大不博,便有坐井观天的危险。这是一代翻译巨匠的切身体会,也是一个中国父亲的肺腑之言。^①而“文化”正是恰如其分地体现了傅雷先生所说的“通”,文化在中国社会中具有格外重要而特殊的意义。

一、“广义”与“狭义”的文化

关于文化的定义纷繁复杂,英国人类学家爱德华·布奈特·泰勒(Edaward

^① 语文新课标阅读丛书·美的历程.南京:江苏文化出版社,2010:前言001页.

Burnett Tylor, 1871) 在《原始文化》中“关于文化的科学”的经典定义为:文化或文明,就其广泛的民族学意义来讲,是一复合整体,包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗,以及作为一个社会成员的人所习得的其他一切能力和习惯。^① 可见文化包含最常见的诸如语言、神态、手势、表情、举止等表现手段,还包括价值观、信仰、态度、道德准则、习俗、礼节等行为模式,内涵可谓极为丰富。广义的文化指人类创造的一切物质财富和精神财富的总和;狭义的文化指包括语言、文学、艺术及一切意识形态在内的精神财富。文化作为意识形态,是一定社会政治和经济的反映,同时也作用于一定的社会和经济。

学术界对“文化”概念的理解纷纭杂沓,通常有广义和狭义之分。根据《中国大百科全书》的定义,广义的“文化”包括人类的物质生产和精神生产的能力、物质的和精神的的全部产品;狭义的“文化”指精神生产能力和精神产品,包括一切社会意识形态,有时专指教育、科学、文学、艺术、卫生、体育等方面的知识和设施,以与世界观、政治思想、道德等意识形态相区别。^② 据《辞海》的定义,广义文化指人类社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和;狭义文化指社会的意识形态,以及与之相适应的制度和组织机构。^③ 广义的文化指人所创造的物质财富与精神财富,表现为物质文化、精神文化、制度文化;狭义的文化则是指以社会意识形态——上层建筑和文化艺术活动为主要内容的精神文化体系。

文化修养直接影响旅游行为及其旅游体验与创造,文化修养的层次决定旅游行为的层次。清代吴敬梓笔下游西湖的马二先生就是鲜活的写照:马二先生独自一个,带了几个钱,步出钱塘门。在茶亭里吃了几碗茶,到西湖沿上,牌楼跟前坐下。见那一船一船乡下妇女来烧香的,都梳着挑鬓头。也有穿蓝的,也有穿青绿衣裳的,年纪小的都穿些红绸单裙子;也有模样生的好些的,都是一个大团白脸,两个大高颧骨,也有许多疤、麻、疥、癩的。一顿饭时,就来了有五六船。那些女人后面,都跟着自己的汉子,搯着一把伞,手里拿着一个衣包。上了岸,散往各庙里去了。马二先生看了一遍,不在意里,起来又走了里把多路。望着湖沿上接连着几个酒店,挂着透肥的羊肉,柜台上盘子里,盛着滚热的蹄子、海参、糟鸭、鲜鱼,锅里煮着馄饨,蒸笼上蒸着极大的馒头。马二先生没有钱买了吃,喉咙里咽唾沫,只得走进一个面店,十六个钱吃了一碗面。肚里不饱,又走到间壁的一个茶室吃了一碗茶,买了两个钱处片(笋干——引者)嚼嚼,倒觉得有些滋味。^④

① 大不列颠百科全书(2000年版).尼格尔·霍尔顿.跨文化管理.北京:中国人民大学出版社,2006:23.

② 中国大百科全书·哲学卷.北京:中国大百科全书出版社,1992:924.

③ 辞海(下册).上海:上海辞书出版社,1989:4022.

④ 吴敬梓.儒林外史(第十四回).人民文学出版社,1977:179.

但由于马二先生是考了二十四年进士而未中的落选者,游览美丽的西湖,西湖美景却丝毫不为其所动,眼中只有各式各样的游人——穿着各色衣服、各种长相、梳着挑鬓头的乡下妇女,和各式各样的食品——透肥的羊肉、滚热的蹄子、海参、糟鸭、鲜鱼,正煮着的馄饨和极大的馒头。正如革命导师马克思所言:“对于没有音乐感的耳朵说来,最美的音乐也毫无意义。”^①欣赏能力主要来源于文化修养。

二、“文化”的起源及其内涵

英语词汇中“culture”一词原意是耕作“husbandry”(耕作方法,人类培育自然作物的生长)。19世纪70年代后被赋予了学术上的特殊定义。英国著名人类学家“文化学之父”爱德华·布奈特·泰勒于1871年发表《原始文化》,阐述了文化的经典定义:“文化或文明,就其广泛的民族学意义来说,乃是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗和任何人作为一名社会成员而获得的能力和习惯在内的包罗万象的整体。”^②1901年,美国人类学家W.H.霍姆斯首先提出将文化人类学(cultural anthropology)作为人类学的分支学科,以区别于体质人类学,这标志着西方文化人类学研究开始从人类学中独立出来。从此,关于民族风俗、宗教礼仪以及社会制度等文化现象的研究便成为文化人类学所关注的课题,基于文化观念的视野更加广阔。1952年,A.L.克罗伯与C.克拉克合著的《文化概念》一书,罗列出160多个文化的概念。1958年,英国文化学家雷蒙·威廉斯在考察了1780年至1950年之间西方人的文化观念后,归纳出4种具有代表性的西方文化观念:心灵的普遍状态或习惯;整个社会智力发展的普遍状态;各种艺术的普遍状态;一种物质知识与精神构成的整体生活方式。^③可见文化观念包括信仰(个人心灵的思考习惯)、知识(全社会智力发展的状况)、文学艺术和生活方式。雷蒙·威廉斯在《关键词》中进一步指出,19世纪末20世纪初,作为艺术的“文化”在英文中发生了重大的演变,被用来指音乐、文学、绘画与雕刻、戏剧与电影。而“文化部”(ministry of culture)则是负责推动这些特别的活动。^④艺术作为文化的构成要素在文化学成为独立学科后依然延续这一传统。

德国学者卡西尔在1944年出版的《人论——人类文化哲学导引》一书中,针对笛卡儿的“人是理性的动物”的命题,提出了“人是符号的动物”的观点,并

① 马克思.马克思1844年经济学哲学手稿.北京:人民出版社,1985.82.

② 庄锡昌.多维视野中的文化理论.杭州:浙江人民出版社,1987.99.

③ [英]雷蒙·威廉斯.吴松江,张文定译.文化与社会.北京:北京大学出版社,1991.18-19.

④ [英]雷蒙·威廉斯.刘建基译.关键词:文化与社会的词汇.北京:三联书店,2005.106-107.

认为语言、宗教、艺术等文化形式就是符号形式。^① 他将文化定义为人类创造并使用的符号形式,从人类文化哲学的意义上奠定文化观念的精神和情感的意蕴宗旨。现代哲学取向的文化符号观念,积极影响了关于文化管理内涵的认识和阐释,文化管理的对象是以艺术为代表的文化活动,是一种有意义的符号形式,得到了较为广泛的认同。20 世 90 年代,欧盟委员会的“内容产业”(content industries)和英国文化新闻体育部的“创意产业”(Creative Industries)等提法,正是从内容的符号性和独创性来界定文化管理对象的内涵特质。

1982 年,联合国教科文组织通过的《墨西哥城文化政策宣言》(Mexico City Declaration on Cultural Policies)指出,“目前,文化可以被界定为由不同的精神、物质、智力和情感的特征所赋予某一社会或社群特性的复杂整体。它不仅是艺术、文学,而且包括信仰、传统、价值系统、人类的基本权利和生活模式。”2004 年,联合国教科文组织在《保护艺术表达和文化内容多样性公约草案初稿》(Preliminary Draft of the Convention on the Protection of the Diversity of Cultural Contents and Artistic Expressions)中,将“文化”定义为“社会或某一社群在精神、物质、智力和情感特征方面的与众不同的倾向,除了艺术、文学、生活方式和生存方式之外,还包括信仰、传统和价值系统。”2005 年 6 月,联合国教科文组织大会以《保护和促进文化表达形式多样性公约草案初稿》(Preliminary Draft of the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions)之名通过该草案,从“文化内容”“文化活动、产品和服务”的概念对文化一词作出了更为具体的定义。其中,文化内容指源于文化特性或表达文化特性的象征意义、艺术特点和文化价值。文化活动、产品和服务指从其具有的特殊特征、用途或特定目的的角度对其进行审视时,体现或传达文化表达形式的活动、产品和服务,尽管它们可能具有商业价值。文化活动可能是为了其自身的目的而开展的活动,也可能是为了有助于提供文化产品和服务而开展的活动。^②

文化不仅具有艺术、文学、信仰、价值观念、传统习俗和生活方式的含义,而且涉及不同的社会和社群的特征。由于文化产品的生产服务和消费是文化管理的基本对象,而文化内容的创造性又意味着文化产品服务中蕴涵着某一社会群体与众不同的符号特征。因此文化活动、文化产品和文化服务所表达的符号意味往往拥有了国家、民族和社会群体在艺术、文学、信仰、价值观念、传统习俗和生活方式等方面的特殊的特征。

① [德]恩斯特·卡西尔.甘阳译.人论——人类文化哲学导引.上海:上海译文出版社,1985:34.

② 联合国教科文组织网站 <http://www.unesco.org/culture>.

三、中国文化中的“礼”与“乐”

中国文化中“礼”与“乐”相辅相成,《乐论》是中国最早的专业美学文献,它不仅是音乐理论,更是以音乐为关联的艺术领域的美学思想,体现天地万物的秩序,这一特点构成了中国文化的优势。例如,遣唐使、留学生到达长安,当时中华帝国先进的礼乐文明令他们钦佩。在儒家文化体系中,礼与乐相辅相成,二者的关系形同天地。《礼记·乐记》说:“乐由天作,礼以地制”。礼乐结合就是天地万物秩序的体现,“乐者,天地之和也;礼者,天地之序也。和故百物皆化;序故群物皆别。”乐,有其深刻内涵和哲理,不等同于现代的“音乐”。《礼记·乐记》说:“乐者,非谓黄钟大吕弦歌干扬也,乐之末节也。”乐的大节是德,这是中国与世界古代文明关于音乐思想的根本区别。

在儒家的音乐理论中,声、音、乐是三个不同层次的概念。儒家所推崇的“乐”,是中国上古时代盛德之帝的作品,盛德之帝必然有盛乐。传说人文始祖黄帝曾命乐官伶伦创作乐律。乐为心声,礼以治外,旨在规范人的行为举止,使之恰到好处;乐以治内,重在引导人的性情心志,是要解决礼的根源问题。如果人的行为举止能中规中矩,但不是内心德行支配的结果,而是单纯的模仿,则教育的目的仅仅完成一半,而且是不重要的一半。只有内心建立起“德”的根基,外在的规范言行才是真正意义上的礼。乐是内心德行的体现,礼的作用是防止行为出格。《周礼》、《仪礼》、《礼记》等经典体现了中国古代礼仪文化,是中国古代礼乐文化的理论形态。

中国“礼乐”之高妙在春秋时期已有体现。春秋时期被称为乡射礼的射箭比赛,其比赛规则完整地记录在《仪礼》的《乡射礼》中,成为一种非常正规的竞技运动。但是,评价一名射手,不仅看其能否命中靶心,而且还看其体型是否合于音乐节奏,是否处处礼让竞争对手,是否正确对待失败,等等。要求其身心与体魄和谐健康地发展,这显然有别于欧洲奥林匹克运动强调体魄强健的理念,凸显东方文明的特色。

四、文化的多样性与文化型旅游业

如同生物多样性是一个关系到生命在地球上存续的根本问题(1992年联合国环境与发展大会签署了《生物多样性公约》),文化多样性是一个关系到人类文明存续的根本问题。每一种文明和文化都拥有自己的历史精神和人文传承,有独特的美丽和智慧。美国人类学家博克认为“多样性的价值不仅在于丰富了

我们的社会生活,而且在于为社会的更新和适应性变化提供了资源。”

文化和旅游之间的关系根据研究区域的大小和特点而有所不同,根据旅游管理的不同类型进行判断,旅游者不仅要到某地旅游,而且还要了解这个地方非物质文化遗产的重要价值。渐渐地,旅游者的兴趣就会通过一种商业方式被调动起来,这些特定的非物质文化遗产可以通过一种有形的、具有艺术价值和功能的文化产品体现出来,实现其商业价值。不要忽视这些产品商业价值的贡献,因为对于旅游者的整体旅游花费来讲,这些产品的花费可能只是很小的一部分,但它们却可以建立起旅游地和旅游者之间的长期联系。^①文化的多样性及其地域性,即旅游化(tourismfication),体现了“旅游的动态变化”。

世界上旅游业发达的国家都实行“文化经济”的新思路,重视文化遗产特别是垄断性的文化遗产的保护。“旅游业是出售风景的产业”,风景的内涵是文化,而“人”是文化的“核心”。因而在某种程度上,旅游业被定义为“文化型经济产业”。不仅是人文资源、社会资源,自然资源中能给人以美感并构成景观之处,也逐渐成为“人文化的自然界”。作为旅游介体的旅游业三大支柱旅行社、旅游交通和饭店,从业人员的文化素质直接影响旅游质量,景观产品决策者、设计者的文化素质从根本上决定旅游产品的质量与魅力;导游人员的文化素质与科学水平决定导游服务的质量。

第二节 礼仪与社会

在中国千百年的封建王朝发展史中,文化传承的力量高于政权的更迭。中国历经一次又一次的改朝换代,但对深深影响中国文化的孔子的尊崇千百年来却始终不变。

一、礼与中国文化

(一) 关于“礼”的概念

了解中国文化,必须了解“礼”。“礼”作为我国古代的道德规范和行为准

^① [比]玛丽亚·杨森-弗比克,[西]格达·K.普里斯特利,[西]安东尼奥·P.罗素,孙业红、闵庆文主译.旅游文化资源:格局、过程与政策.北京:中国环境科学出版社,2010:3.

则,内容广泛,内涵丰富。在伦理制度、伦理秩序层面,有“礼制”、“礼治”、“礼教”等;在接人待物的形式和惯例层面,有“礼节”、“礼俗”等;在个体修养层面,可称之为“礼貌”;在处理与他人的关系层面,可称之为“礼让”。

“礼”是古代中国一切习俗行为的准则,标志着中国文化的特殊性。如果要了解中国各地的风俗,则差异很大,即使同一个县里的一个地区与另一个地区的风俗都不同,那么,国家的这一端与那一端的差别则更大。尽管如人们所说“十里不同风,百里不同俗”,但是,在中国的地方,“礼”却都是一样的,确实为中国所独有。“礼”,从小处而言,是家庭的准则,涉及生死婚嫁等一切家务和外事;从大处着眼,“礼”便是国家政府的准则,统辖着国家的一切内务和外交,比如政府与人民之间的关系、签订和约、继承权位,等等。可见,只有理解“礼”,才可能理解中国文化,因为中国文化不同于风俗习惯。

与“礼”相关联,中国文化的“族”也是中国文化仅有的概念,“族”即是更大范围内的家。中国人的姓在前,而西方人的姓在后。正是在中国的家庭里,“礼”得到传播。通过家族,社会关系准则从家庭成员延伸到更广范围的亲戚,只有“礼”被遵守时,包括双方家庭更大范围内的亲戚的“家族”才能存在。进一步而言,当“礼”被延伸的时候,家族就形成了,“礼”的适用范围从“家”扩大到“家族”,从“家族”再扩大就成了“民族”。中国人之所以成为民族,因为“礼”为全中国人民树立了社会关系准则。^①

礼的内涵极为丰富。中国传统文化的核心思想就是“礼”,古代典籍中儒家对“礼”的概念与功用的论述,因具体的语境不同而有不同的层次。第一,“礼”是人类区别于禽兽的标志。“凡人之所以为人者,礼仪也”(《礼记·冠义》)。第二,“礼”是文明与野蛮的区别,这是更高一个层次的区别。相传孔子作《春秋》,韩愈认为一部《春秋》就在言夷夏之别,而夷夏之别就在于一个“礼”字。春秋乱世,本质上是文明与野蛮的斗争,即“礼”者与“非礼”者,而历史的进步,往往是在文明战胜野蛮之后。第三,“礼”是自然法则在人类社会的体现。宇宙永存,自然法则是天然合理的。人类生活要与天地同在,就必须“因阴阳之大顺”,顺应自然规律。《左传》中记载成公十六年,楚国大夫申叔时云“礼以顺时”。第四,礼是统治秩序。古代中国中央与地方、上级与下级以及并列关系的处理原则,都是用“礼”的形式来体现。第五,礼是国家典制。国家典礼都是按照以人法天的原则制定。天子与北极天帝相对应,天帝所居在紫薇垣,则天子所居称为紫禁城。《周礼》设计出一套理想的官制,设天地春夏秋冬六官,象征天地四方六合。六官各辖六十职,共计三百六十职,象征天地三百六十度。隋唐以后,这

① 邓尔麟.钱穆与七房桥世界.北京:社会科学文献出版社,1995:7.