

【哲学研究】

论先秦儒家理想人格的三个层次

张瑞雪

(西北大学 思想文化研究所, 陕西 西安 710069)

摘要: 先秦儒家对理想人格进行了系统的设计和论述,他们肯定每一个体都有完善自我人格的潜在因素和现实能力,但又非众生皆平,不同的政治阶层具有不同的理想人格,自下而上分别是君子、贤人、圣人。这种层次性是现实等级秩序的反映,君子、贤人、圣人既是先秦儒家对庶民以上的各阶层提出的做人要求,又是为他们划定的“成人”界限。

关键词: 哲学; 中国哲学; 先秦儒家; 理想人格; 层次

中图分类号: B222

文献标识码: A

文章编号: 1671-6248(2005)03-0067-05

Introduction on three strata of perfect personalities from Confucianism before the Qin dynasty

ZHANG Rui-xue

(Department of Thought, Northwest University, Xi'an 710069, China)

Abstract: Confucianism before the Qin dynasty had systemically designed and discussed perfect personality. They affirmed that everybody had the potential diathesis and the realistic potent to consummate his perfect personality. But the potent between them was not equal. Different estate had their own perfect personality, which was respectively Man of honor, Wisdom and Sage. The stratification reflected the real-life rating. Man of honor, Wisdom and Sage were Confucian demands to each estate of how to behave, as well as the limits between every estate.

Key words: philosophy; Chinese philosophy; Confucianism before the Qin dynasty; perfect personality; hierarchy

理想人格就是能够符合社会普遍的行为准则,并为全体社会成员所共同推崇的人格范式,它是社会文化的基本特征和价值标准的体现。先秦儒家对理想人格进行了系统的设计和论述,他们肯定每一个体都有完善自我人格的潜在因素和现实能力,如孔子说“我欲仁,斯仁至矣”;孟子说“人皆可以为尧舜”;荀子说“涂之人可以为禹”。但是,他们对理想人格的设计并不是泛泛而谈、众生皆平的,而是极具层次性。

一、理想人格层次划分的类型

先秦儒家们为不同的政治阶层设计了不同的理

想人格,自下而上分别是君子、贤人、圣人。

(一)君子

先秦儒家在使用“君子”这个概念时通常与“小人”对举。“君子小人,物有服章,贵有常尊,贱有等威。”^[1]。《国语》也说:“君子务治,小人务力。”^[2]说明春秋战国时期,“君子”和“小人”是因劳动方式的不同而造成了社会地位的高低之别。儒家出于规范每个等级行为规范的目的,在承认“君子”拥有比“小人”较高的等级身份的前提下,又赋予了他们高尚的道德品质。无论是“圣人”还是“贤人”,行“内圣外王之道”都是他们做人的最高标准,但正因为“内圣外王”只能兑现极少数人的身上,故而儒家又必须设

立一种为社会全体成员所共同趋从的人格,这就是君子人格。君子人格相对于前两者来说,其对象范围较为广泛,它不仅指向掌握治国术的统治者,也指向只负责处理待人接物事宜的普通民众。

“君子”之所以为君子,是因为他们在物欲横流的世界,不去随波逐流,而能拥有理性上的自觉,以社会价值为个人追求价值目标,独立地修养仁、义、礼、智、信等道德品格,并能保持着始终如一“乐得其道”^[3]的精神状态。在日常行为中,他们“克己复礼”,谨守“君臣父子”之道,“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动。”^[4]“言顾行,行顾言”做到言行一致,奉行“中正”的“絜矩之道”,并且要适时适地地变通,“素富贵行乎富贵,素贫贱行乎贫贱。”^[3]在任何时候都要保持行为和身份的一致,为父要“慈”,为子要“孝”,为兄要“良”,为弟要“悌”,为夫要“义”,为妇要“听”,为长要“惠”,为幼要“顺”。

君子之于政治,则“天下有道则见,无道则隐”^[4],“邦有道,则仕;邦无道,则可卷而怀之。”^[4]一旦步入仕途,要按“礼”的原则处理好上下关系。同时又要“和而不同”,保证独立判断的能力。对位尊之人,要“柔从而不流”^[5],“择其善者而从之,其不善者而改之。”^[4]对于位低的人,要戒骄戒躁,不恃才凌下。显然,君子为实现自己的政治理想,可以像贤人那样出仕做官,但又与贤人不同,在政治上他有较大的自由度。孟子把君子的政治理想概括为“穷则独善其身,达则兼善天下”^[6],更易为人们接受。荀子也认可了这种君子的为政模式,“通则一天下,穷则独立贵名”,“儒者在朝则美政,在下德则美俗。”^[4]

在现实中,由于庶人以上至于士大夫阶层(在享有自由的众阶层中,此一群体的人数最多)并没有较高身份地位和政治影响力,因此,儒家对君子的要求更多体现在自我品格修养和日常行为方面。先秦儒家均强调君子以求道为精神支撑,通过修“仁”,由自然人转化为真正的社会人,然后把自己的“仁义礼”推己及人。

(二)贤人

为了增强国力,在争霸中占据优势,各诸侯国逐渐改变了过去宗法制下“亲亲”原则下的用人制度,而主张“尊贤使能”,提倡“贤贤”,反对“亲亲”。通过新的官吏选拔制度,再加上原有世袭贵族,形成了庞大的统治群体。儒家对这些王之下、民之上的官吏的要求就是做“贤人”。《孔子家语》记载孔子曰:“绅带缙笏者,皆贤人也。”^[7]

儒家主“内圣外王”,所以儒家所谓的贤人首先

是道德上的君子。《荀子》引孔子言,“所谓贤人者,行中规绳而不伤於本,言足法於天下而不伤於身,富有天下而无怨财,布施天下而不病贫。”^[1]而未能入仕的贤人,即便是“贱为布衣,贫为匹夫,食则饘粥不足,衣则竖褐不完;然而非礼不进,非义不受。”^[5]贤人在道德上的修养与君子基本上是一样的,在这里不再赘述。

贤人在完善自我的基础上,进入政治。当然他们在此之前首先要明于政事,贤臣辅佐君主治理国家的作用至关重要,《礼记》中有云,“治国之本也,不可不知也。明其义者君也,能其事者臣也。不明其义,君人不全。不能其事,为臣不全。”^[3]又如文子所言:“吾闻之也,国有道则贤人兴焉,中人用焉乃百姓归之。”^[7]不仅现在的君主要以“贤人”为治国的左右手,即便是古代先王,使用贤人也是其成功的重要原因,“文王何可当也?由汤至於武丁,贤圣之君六七作。天下归殷久矣,久则难变也。武丁朝诸侯有天下,犹运之掌也。纣之去武丁未久也,其故家遗俗,流风善政,犹有存者;又有微子、微仲、王子比干、箕子、胶鬲皆贤人也,相与辅相之,故久而后失之也。”^[6]《孔子家语》中就以形象的比喻说明了君臣合力治民的奥妙:“君者,人也,吏者,辔也;刑者,策也,夫人君之政,执其辔策而已”,并且说“以德法为衔勒,以百官为辔,以刑罚为策,以万民为马,故御天下数百年而不失。”^[7]

根据在实践治国的政治运作中臣的表现,荀子把臣分为“忒臣”、“篡臣”和“功臣”、“圣臣”两大类。后一类代表了他所推崇的理想人格,“功臣”如“齐之管仲,晋之咎犯,楚之孙叔敖”^[5],“圣臣”如“殷之伊尹,周之太公。”^[5]那么如何成为“贤臣”呢?荀子认为,贤臣要根据不同类型的君主,改变自己的事君方式。“事圣君者,有听从无谏争;事中君者,有谏争无谄谀;事暴君者,有补削无诤拂。”^[5]同时还要根据君主的圣愚程度采取不同的态度,事圣君要“恭敬而逊,听从而敏,不敢有以私决择也,不敢有以私取与也,以顺上为志”^[5];事中君要“忠信而不谀,谏争而不谄,矫然刚折端志而无倾侧之心,是案曰是,非案曰非”^[5];事暴君要“调而不流,柔而不屈,宽容而不乱,晓然以至道而无不调和也,而能化易,时关内之。”^[5]总之,在儒家看来,“贤臣”事君的方式和态度是有差别的,这说明他们并非愚忠于君上,而是有着自己的原则——“道”,正如古之有言曰:“从道不从君,从义不从父。”^[5]孟子也说,“古之贤王好善而忘势,古之贤士何独不然?乐其道而忘人之势。故王

公不致敬尽礼,则不得亟见之。”^[9]在道与权势财利之间作选择,理论上只能先道而后势。“从道”是儒家在政治生活领域中针对贤人提出的最根本要求,表明了主体意志对作为真理性认识的形上之“道”的绝对服从。

但是,必须指出一点,贤人以“道”佐君多数只限于理论和理想。由于在现实社会中,一方面“道”由“圣王”制作,而“圣王”的化身就是君主,故而所谓的“从道”就是从君;另一方面,如果掌握权势的君主本身不能接受“道”的制约,贤人则不能被重用,故而“贤人”欲要“从道”就必先从君。孔子就多次强调“臣事君以忠”^[4]，“君在，踧踖如也，与与如也”^[4]。孔子用道高于君的思想培养了一批贤人志士，又要他们对君主敬而不阿、顺而不从、犯而不欺，从而最大程度地实现和维护了现存贵贱有等的社会秩序。

(三)圣人

“圣人”在先秦儒家理想的人格境界中居于最高地位。无论是道德品格的水平，还是道德修养的自觉程度，圣人都居所有人格之首。圣人是人类文明史上有作出过杰出贡献的人。圣人改变了上古穴居野处的生活环境，而“易之以宫室，上栋下宇，以待风雨。”^[8]圣人以棺槨的葬制和哀丧的丧礼，取代了古之“厚衣之以薪，葬之中野，不封不树，丧期无数”^[8]的丧葬风俗。圣人废弃了上古结绳记事的方式，创造了“书契”的记事之法。不仅如此，而且“百工之事”，也皆由圣人而作，“烁金以为刃，凝土以为器，作车以行陆，作舟以行水。”^[9]“凡土地之闲者，圣人裁之，并为民利，是以鱼鳖归其渊，鸟兽归其林，孤寡辛苦，咸赖其生，山林以遂其材，工匠以为其器，百物以平其利，商贾以通其货，工不失其务，农不失其时，是谓和德。”^[10]

在道德水平上，圣人能够“参於天地，并於鬼神”^[3]。“天地变化，圣人效之。天垂象，见吉凶，圣人象之。河出图，洛出书。”^[8]不仅如此，圣人还能合“天道”、“地道”、“人道”于一身，“立天之道，曰阴与阳；立地之道，曰柔与刚；立人之道，曰仁与义。”^[8]“所谓大圣者，知通乎大道，应变而不穷，辨乎万物之情性者也。大道者，所以变化遂成万物也；情性者，所以理然不取舍也。”^[5]圣人作为“天道”的使者，通晓“人道”和一切事物之理，是故“圣人也者，道之管也。”^[5]圣人有对“道”的知觉，是以能“则道”、“体道”、“达道”，进而与“道”合为一体。圣人通过对“天道”的体悟，自觉修养身心，形成“仁”德，然后超越内在，进入“万物皆备於我”^[6]的天人合一境界。

圣人拥有最高的政治地位，操纵着一切大权。“圣人之大宝曰位”^[8]，其位就是“南面而听天下，向明而治。”^[8]他们制礼作乐，为世人制定行为规范，使人区别于禽兽，“为礼以教人，使人以有礼，知自别於禽兽。”^[3]圣人对生养万民，“圣人因物之精，制为之极，明命鬼神，以为民之则，而犹以是为未足也，故筑为宫室，设为宗祧，春秋祭祀，以别亲疏，教民复古复始，不敢忘其所由生也。”^[7]此外，圣人还根据人的喜、怒、哀、惧、爱、恶、欲等七种与生俱来的“人情”，为避免人与人之间的争夺相杀，制定了“父慈、子孝、兄良、弟悌、夫义、妇听、长惠、幼顺、君仁、臣忠”^[3]等十种“人义”。他不仅决定何为民之当变之事，即“立权度量、考文章、改正朔、易服色、殊徽号、异器械、别衣服”，而且决定着何为民之不当变之事，那就是“亲亲也、尊尊也、长长也、男女有别。”^[3]

“圣人”是普通人无法企及的，就连孔子本人也说“圣人，吾不得而见之矣；得见君子者，斯可矣。”^[4]事实上，儒家的这一标准原本就不是为普通人所设，在儒家眼里，唯一符合条件的就是“博施于民而能济众”的君主。儒家之所以为君主设计“圣人”的理想人格模式，是出于“为人君止於仁”^[3]的道德要求。任何一种道德都是人的一种精神境界，而作为“全德之名”的仁，则专指人生所能达到的最高精神境界，一般人极难达到。而“圣人”正是具备了“仁”之品格的“全德之人”，^[11]他因德合于天，故而不仅能够“体道”，而且能够“则道”，为人制定出“人道”规范。由此可见，在儒家那里，圣人只有对君主而言才有意义，理想中的圣人就是现实中的君主，“圣”就是君主的道德人格和精神境界所应达到的标准。

但是，对君主而言，仅仅具备了“仁”的内圣之功还远远不够。先秦儒家认为，作为一个君主，还要建“外王”之事功，内外兼修，方能成为“圣王”。孔子的“修己以安人”、“修己以安百姓”^[4]，可以说是儒家内圣外王之学的开始，《大学》的“身修而后家齐，家齐而后国治，国治而后天下平”^[3]是进一步的发展。孟子提出要以“不忍人之心”，“行仁政而王”^[6]，荀子则对“内圣外王”作了“尽伦”与“尽制”的区别：“圣也者，尽伦者也；王也者，尽制者也。”^[5]只有兼有两“尽”于一身的“圣王”，才是真正意义上的“内圣外王”。

二、理想人格层次划分的现实基础

理想人格虽然为人类提出了带有普遍性的道德追求，但在本质上，它却是一个历史范畴，具有一定的现实基础。对于先秦儒家而言，他们的理想人格

模式也必然是当时社会特征和时代价值的体现。

西周社会是个“礼乐征伐自天子出”^[4]的时代。为了防止贵族间的争夺,周天子和各诸侯王按照自然形成的血缘亲疏关系实行层层分封,划定贵族的等级地位,从而在政治上形成周王、诸侯、卿大夫、大夫、士等自上而下的格局。当然,就整个社会成员而言,还有庶人、工商、皂隶等阶层,但是他们都不享有政治特权,即便是庶人,最高地位也不过是在“天下有道”时评议一下时政而已。分封制和宗法制下,各贵族阶层在政治权力的分配、土地和财产的占有、朝聘盟会的社会活动、乃至婚丧嫁娶、衣服宫室、车马器物等生活方式的各方面都用严格区分,各阶层的成员均不得僭越礼制所规定的权限范围。正如《新书》中所云:“奇服文章,以等上下而差贵贱。是以高下异,则名号异,则权力异,则事势异,则旗章异,则符瑞异,则礼宠异,则秩禄异,则冠履异,则衣带异,则环佩异,则车马异,则妻妾异,则泽厚异,则宫室异,则床席异,则器皿异,则饮食异,则祭祀异,则死丧异。”^[12]

但是,到了春秋时期,社会发生了剧变。首先是生产方式上的革新,铁农具和牛耕的推广,使社会生产力有了极大提高,旧的以集体耕作方式为主的井田制的瓦解,改变了原来的土地占有格局。其次,在土地私有的趋势之下,各诸侯国纷纷改革赋税制度和授田制度,并且为了战争的需要相继采取了军功爵制,打破了西周时期由宗法原则而造成的经济政治格局。这些变化都预示着,以往以天然的血缘关系亲疏为原则的伦理观念,已经不能适用于新形势下的人际关系,突出的表现就是各种违礼现象的频繁发生。

在这种形势之下,礼乐制度何去何从,旧有伦理观念是存是废、孰存孰废成为世人关注的中心话题,也是有识之士要思考的核心课题。解决方案不外乎两种:废弃礼乐制度;保存礼乐制度。先秦儒家缅怀周公之德,秉承鲁国礼仪传统毅然选择了后者,但他们不是机械的保存西周的礼制,而是在维持原有等级秩序的基础上加以变革,发掘礼乐制度的精义。

儒家先哲们认为,君臣上下的等级秩序是人类社会的必然选择。“惟王建国,辨方正位,体国经野,设官分职,以为民极。”^[9]从《周礼》记载的西周政治体制来看,周王之下,设立“天官冢宰”、“地官司司徒”、“春官宗伯”、“夏官司司马”、“秋官司寇”和主管百工的“冬官”。尽管《周礼》中官吏的设置和分工多停留于理想上,但在西周实际的政治生活中,周王-公-卿的

等级序列是存在的。春秋时期,上述的礼治秩序虽然受到了严重的破坏,但根深蒂固的礼治观念却没有消失,与西周相比,它们反而更加受到人们的关注。《左传》记载哀公七年,公会吴于郕,吴来徵百牢。景伯对曰:“周之王也,制礼上物,不过十二,以为天之大数也。今弃周礼,而曰必百牢,亦唯执事。”并预言“吴将亡矣,弃天而背本。”^[1]可见,“君能制命为义,臣能承命为信”^[11]是春秋时期君臣共有的祖训。君臣民之间的等级分别是必须的,也是必然的。

既然以血缘关系为原则的宗法秩序已经破坏,新的等级秩序应由谁来维护,它是否合理?先秦儒家把精力集中到曾在过去成功发挥效用的“礼乐制度”上,并着力从理论上予以论证由它来担当上述使命的必然性。不仅孔子本人“成《春秋》”以使“乱臣贼子惧”^[6],孔子后学也纷纷从人性、天人关系等哲学高度,来论证“礼”的精神和以“礼”为原则的等级秩序。《表记》引孔子言:“唯天子受命于天,士受命于君。故君命顺,则臣有顺命;君命逆,则臣有逆命。”^[3]《乐记》曰:“天尊地卑,君臣定矣。卑高已陈,贵贱位矣。”^[3]《坊记》借夫子言,“天无二日,土无二王,家无二主,尊无二上,示民有君臣之别也。”^[3]这些都是援引天命权威对“君臣上下”之“礼”的论证。在儒家看来,国家治理的唯一办法就是“大臣法,小臣廉,官职相序,君臣相正。”^[3]先秦儒家肯定了“礼”在维护等级关系秩序上的合理性和必然性。

不仅如此,儒家为了保证礼制功能的发挥,还规定各阶级的人对在礼制运作中的角色和参与程度。如《荀子·儒效》篇就论述了不同地位的人不同的职责范围。荀子首先把人分为“大儒”(包括天子、三公)、“小儒”(包括诸侯、大夫、士)、“众人”(包括工、农、商贾)三种。在荀子看来符合礼制规定的三者关系是:不仅权限不同,三者的道德修养和行为实践也有分别。众人“以从俗为善,以货财为宝,以养生为己至道。”^[3]地位稍高一些的各级“士人”则要“行法至坚,不以私欲乱所闻。”^[5]拥有一定知识并享有一定职务的“小儒”,“行法至坚,好修正其所闻,以矫饰其情性;其言多当矣,而未谕也;其行多当矣,而未安也;其知虑多当矣,而未周密也;上则能大其所隆,下则能开道不己若者”^[5],方可称得上笃厚君子。而“大儒”的目标则是“修百王之法,若辨白黑;应当时之变,若数一二;行礼要节而安之,若生四枝;要时立功之巧,若诏四时;平正和民之善,亿万之众而搏若一人。”^[5]

三、结 语

理想人格的层次性正是对当时社会现实等级秩序的反映,君子、贤人、圣人既是先秦儒家对庶民以上的各阶层提出的做人要求,又是为他们划定的“成人”界限。

参考文献:

- [1] 杨伯峻.春秋左传注[M].北京:中华书局,1983.
- [2] 邬国义,胡果文,李晓路.国语译注[M].上海:上海古籍出版社,1997.

(上接第25页)

5)易于实现销售。销售人员的推销能够形成当面成交的气氛,成功率较高,销售效果显著。这是广告所不能比的。在市场竞争激烈的情况下,采用人员销售有利于企业保持和开拓市场。

(二)人员推销的主要形式

(1)上门推销

上门推销的好处是销售人员可以根据各个用户的具体兴趣和特点,有针对性的介绍有关产品,如旅游公司、高速快客需要高档次的豪华客车,城乡公路运输需要6m左右的普通客车等等,通过这些介绍,很容易立即成交。

(2)会议推销

会议推销具有群体推销、接触面广、推销集中、成交额大等特点,而且企业可以在会内会外“开小会”,同与会客户充分接触,只要有客户带头定货,易形成订货气候,就容易实现大批量交易。例如,河南某汽车公司2000年10月在浙江省杭州市举办了联谊暨订货会议,这是一个成功的会议,通过与用户的接触,通过对新产品的介绍,使该汽车公司签订了两个多亿的订单。

人员推销在中国的客车市场上,是非常必要的,也是行之有效的。但是,这种方式对销售人员有很高的要求,即要具有较高的专业素质和熟练的推销技巧。推销人员要根据不同的推销气氛和推销对象审时度势,巧妙而灵活地采用不同的方法和技巧,吸引客户,促使其做出购买决定。

销售人员在推销时,始终要注意自己所提建议的成功性、科学性和合理性,与客户交谈时,言辞要有条理,有深度,语气要肯定,不能模棱两可,更不能有气无力,避免说服的一般化,要以具体事实作后盾。这就要求推销人员应掌握较高的推销艺术,设

- [3] 孙希旦.礼记集解[M].北京:中华书局,1989.
- [4] 杨伯峻.论语译注[M].上海:中华书局,1980.
- [5] 章诗同.荀子简注[M].上海:上海人民出版社,1974.
- [6] 杨伯峻.孟子译注[M].北京:中华书局,1960.
- [7] 王肃.孔子家语[M].杭州:浙江人民出版社,1984.
- [8] 高亨.周易大传今注[M].济南:齐鲁书社,1989.
- [9] 孙希旦.礼记集解[M].北京:中华书局,1989.
- [10] 黄怀信.逸周书汇校集注[M].上海:上海古籍出版社,1995.
- [11] 陈鼓应.庄子今注今译[M].北京:中华书局,1983.
- [12] 贾谊.贾谊集[M].上海:上海人民出版社,1976.

身处地为客户着想,恰如其分地介绍产品,真正起到启发、诱导、促销的作用。

五、结 语

营销模式左右着营销策略,也左右着企业的销售方式以及销售量、销售额。中国的客车企业发展是不平衡的,有些企业已经形成了规模,无论是产品开发还是生产设备、生产能力已经达到或者基本上达到国际先进水平,例如河南郑州宇通客车股份有限公司。同时,许多中、小企业仍然是手工作坊式的,与现代汽车工业发展差距比较大。由于这种原因各企业在营销方式的选择上,差异是比较明显的。

上述四种营销方式基本上包括了目前中国客车市场中各厂家采用的销售方式,每种方式都有各自的特点,因此,企业应根据自己的具体情况,选择适合自己的销售方式,实现自己的销售目的。

参考文献:

- [1] 罗锐韧.哈佛管理全集[M].北京:企业管理出版社,1997.
- [2] 袁坤,余樵.哈佛经营决策学[M].北京:中国三峡出版社,2000.
- [3] 万成林.市场行情分析[M].天津:天津大学出版社,1996.
- [4] 马世俊.现代营销学[M].北京:中国商业出版社,2999.
- [5] 吴龙泗.现代汽车工业投资经济[M].北京:人民交通出版社,1999.
- [6] 韩亮.现代汽车工业贸易实务[M].北京:人民交通出版社,1998.
- [7] 闫淑荣.论企业激励机制与绩效评价体系的构建[J].长安大学学报(社会科学版),2004,6(1):68—72.
- [8] 韩艾军.西部地区对外贸易的现实选择[J].长安大学学报(社会科学版),2003,5(2):30—31.