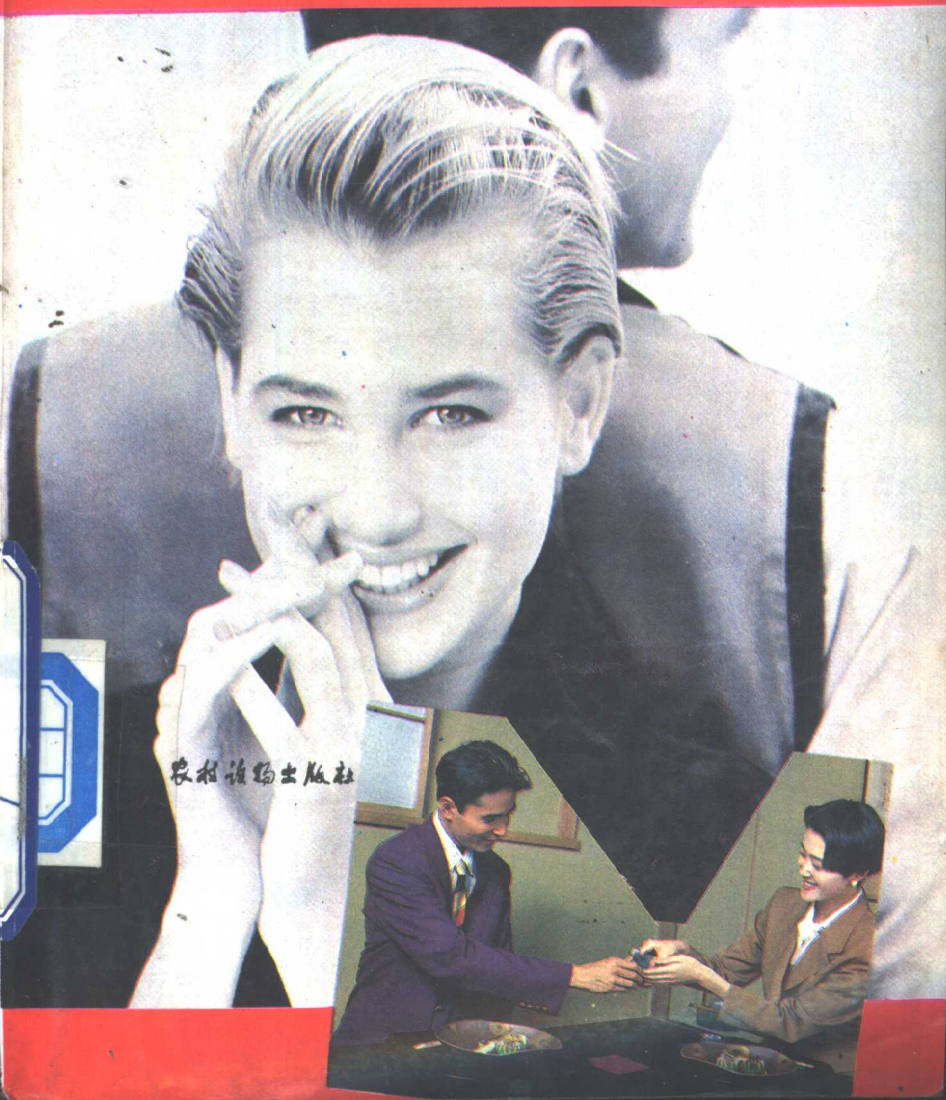


有目的社交指南



有目的社交指南

—— 江 山 主 编

本书编写组 编 著

农村读物出版社

(京)新登字169号

有目的社交指南

——江 山 主编

本书编写组 编著

责任编辑 任 鹤

农村读物出版社 出版

孙 中 照 排 室 照排

孙 中 印 刷 厂 印刷

各地新华书店 经销

787×1092毫米 1/32 10印张 297千字

1992年8月北京第1次印刷1993年5月北京第2次印制

印数：12000—9000

平装定价：5.05元 精装定价：8.45元

ISBN 7-5084-2012-1/C-86

前 言

在本书中，我们试图进行这么一种努力：提出一个“有目的社交”的概念，对其涵义进行阐释，并把它运用于人与人之间交往活动的各个方面和领域。

我们提出有目的社交这一概念基于两个考虑，其一，头些年“无目的社交”太多了。有的人把有事没事地串门、扎堆、聊天、侃大山作为社交的主要内容。而且，不少关于社交的书还十分推崇这种“无目的社交”，似乎“无目的”才是真诚的。

其二，是基于我们现实的社会生活。

随着改革开放的深入，随着经济生活的进一步的活跃，滚滚商潮扑面而来，现在的中国人越来越有一种坐不住的感觉，许多人纷纷“下海”，忙于在商品经济的海洋中搏击，忙于发家致富。据《光明日报》报道，素以稳重、“以不变应万变”和“懒、侃、玩、顽”而闻名天下的北京人现在也有点慌神了。他们纷纷地摆摊设点支门面，搞帐号、开公司……过去几乎被外地人所垄断的北京夜市也能听到越来越多的老北京话，过去绝对不聊具体事务的北京人（那是侃的的基本原则），如今也嘴不离生意经。借用一位北京朋友的话来说：“半年前我们还以为不忙赚钱，可现在大家都急了，红了眼了”。在这种情况下，街头扎堆的少了，急急匆匆赶路的多了；酒桌上海阔天空、云山雾罩的少了，交换经济情报和信息，进行各种交易活动的多了；呆滞的眼神少了，执着的目光多起来了。

过去，我们也讲时间的宝贵，讲“无端地浪费别人的时间，

就等于谋财害命”。讲高速度，高节奏，高效率，讲“时间就是金钱”。可人们从没有像今天这样那么强烈地意识到时间就是人民币、美金，时间就是生命。今天的中国像一架开足马力的巨大的机器，机遇在推动和促使着每一个人再也不能“一张报纸，一杯清茶、八个钟头”地打发时光，再也不能像以前似的四平八稳地过日子，再也不可能或不应该用那么多的时间去串门、扎堆、聊天、侃大山，去进行各种各样无价值、无意义的“无目的社交”。

长时期以来人们信奉“有缘千里来相会”，“万事不求人”。维系着人们的交往活动，构成交往活动基调和纽带的是亲情、缘分，相同的志趣、爱好，一致的人生信念、价值观念，与此相应的生活方式是“酒逢知己千杯少”，是“采菊东篱下，悠然见南山”，是一壶浊酒，四两花生豆，任它花开花落，夕阳几度，我却青山依旧，心情依旧。如今，现实的生活问题迫使人们再也不可能让自己的交往范围局限于几个人的小天地，交往的目的也不再只是寻求感情上的互补。连接人与人关系的是各种各样的事宜，各种各样的利益关系。“有事千里来相会”、“万事不求人”的时代已经过去，谁都免不了有事求个人。帮个忙什么的，谁都巴望得到别人的支持、协助、合作、称道，“有目的社交”已成为人们生活之必需。

本书参考有关社交的资料对有目的社交的原则、方法、技巧进行探讨。希望这种探讨能为人们提高社交效率，从社交中得到“实惠”提供一些帮助。应该指出的是，这种探讨尚属于初步的、粗糙的阶段，精致的、全面的有目的社交技巧还待于有兴趣的人们在实践中去总结和完善。

目 录

有目的社交——应该树立的一种新观念.....	(1)
以事业为目的之社交	(12)
以谋职、应聘为目的之社交.....	(29)
以晋升为目的之社交	(45)
以被提拔、重用为目的之社交.....	(59)
以做一个成功的领导者为目的之社交	(76)
以招贤为目的之社交	(93)
以说服他人为目的之社交.....	(106)
以求爱、求婚为目的之社交	(117)
以建立幸福美满家庭为目的之社交.....	(132)
以与邻里和睦相处为目的之社交.....	(152)
以处理好与同事关系为目的之社交.....	(158)
以结交优秀人物为目的之社交.....	(166)
以经商赚钱、经营致富为目的之社交	(177)
以推销产品为目的之社交.....	(192)
以优质服务为目的之社交.....	(205)
怎样解释误会、消除隔阂、调解纠纷.....	(214)
怎样与难以相处的人相处.....	(226)
怎样摆脱难堪局面.....	(242)
怎样拒绝他人和应付拒绝.....	(259)
怎样求人原谅和原谅别人.....	(267)
怎样安慰和鼓励他人.....	(275)
其它目的之社交.....	(286)

有目的社交——应该树立的一种新观念

有目的并不可耻

在我们有传统的文化的环境中，人们信奉“君子之交淡如水”，那些怀有某种目的、意图、打算而进行交往的人往往被认为是不可交的“小人”。

实际上，人类的交往从一开始就是带有某种目的或者至少隐含着某种目的。社交的目的性表现在以下几个方面。

第一、人类通过社会交往实现自己的社交性、满足自己的基本需要。根据马斯洛的人的需求理论，人类的基本需要要有五级：第一级为生理需要，这是人的基本需要，包括食物、睡眠、性欲等等；第二级为安全需要，主要指人们对周围物质与社会环境的要求；第三级是交往的需要，包括与别人交际的社交需要；第四级是对知识和审美的精神需要；第五级是自我实现的需要，包括个人的积极性、主动性、创造性。交往需要是人类需要中比较高层次的需要，而且是其中最广泛、最复杂的需要，因为人们在交往中才能认识到人的社会性，获得一种归属感，从而更深刻、更生动地体会到人类一致的价值。社会交往甚至可以成为人们行动的重要推动力。

第二、人们为了实现个人发展的目的而进行社会交往。社会交往是促进个人发展不可忽视的因素。在人类历史上作出突出贡献的人们，多数是善于交往的人，特别是在科学技术突飞猛进的现代社会，各门知识高度分化，高度综合，只有靠集体的智慧和力量，才可能获得较大的发展。一个人只有广泛交往学会与人合作，互相帮助、互相鼓励，才能达到做出成绩的目的。

第三、人们通过社交使自己的创造力得到充分发挥。“鸡犬之声相闻，老死不相往来”的思想和生活方式是不能适应社会发展要求的。现代化的社会又使人产生了众多的欲望和更高的要求 and 情趣，只有扩大交往，才有利于人的智慧和创造力的发挥，人要达到全面发展自我和参与社会发展的目的，就必须进行广泛的社交。

第四、社会交往也是人们寻求心理平衡的需要。现代社会是一个多元的社会，现代生活要求人们注重交往，而不是做离群索居的孤独者。

人们根据自己的个性、兴趣、爱好、情感做丰富的、充实的生活的参与者，把自己置身于由个性特色的人组成的各种各样的集体之中，得以在紧张的工作之余保持心理平衡。

第五、人们通过社会交往来维持正常的生活。和售货员打交道是因为需买东西，售货员要接待顾客是为了卖出商品，民警、税务人员、医护人员、律师要和人打交道是为了工作，即便是萍水相逢的路人间交往也是为了友好相处或其它目的。

人类交往的目的性还有其它各种各样，只是我们平常不容易意识到。我们提出“有目的社交”的概念，一方面只是揭示出已然存在的事实，另一方面更重要的是建议人们树立一种新的观念，带着一定的目的进行社交。有目的社交的好处有以下几个。

其一，有目的社交能提高我们的社交效率。现代社会是一个讲实效的社会，当今的时代是一个讲究生命的浓度时代，谁都希望能在尽可能短的时间办成尽可能多的事情。谁也不希望把精力耗费在无谓的交往、无聊的“侃山”上，这一点在那些有责任感、紧迫感的企业家、实业家、影视明星和从事各类买卖的人们身上体现得尤其明显。

其二，有目的社交能使我们的社交具有针对性，促使我们有选择地与人交往，多交些有用的人，少交没用的、对个人事业发展、人生前途没有帮助的人，从而使我们的社交更加鲜明，更加直接，也更加有效。

其三，有目的社交能提高我们的社交层次。因为这种社交不是临场演戏，不是敷衍应付，不是为了寻求同病相怜者，使自己无聊的感情得以有所寄托，空虚的日子得以打发。因此便要求我们在与人打交道时为了达成自己的目的，注意力高度集中，思想上高度重视，讲究社交的方法、技巧和艺术，而且极力想办法去结识那些有实权、有地位、有名望、生活态度积极、敢作敢为、在许多方面或某一方面比自己强的人，交往的人物的层次反过来将影响我们自己的层次，有利于自己层次的提高。

其四，有目的社交能扩大我们的交往范围。有许多人其交往范围只是局限于旧时间的同学、熟人、朋友之间，而疏于或者是怕与陌生的人结识，这是不可取的。对于老朋友、老关系人们难以忘怀，总会心存友爱和感激之情，那些经时间的考验和风风雨雨的打击依然与我们心心相印的朋友，无疑是我们人生中最值得珍贵的财富，也是我们今后人生道路上必不可少的、可以信赖的依托。当我们的人生有新的目标、机遇或

是为事业而奋斗的征途上遭遇困难和挫折时，我们首先希望的是从老朋友那里得到帮助、扶植、鼓励，也是人之常情。可世界是这么地广大，生活是如此地广阔，人类的个体中如此地众多，即使我们已经走过了很多地方总还有很多的地方没走；即使我们经历了很多，自以为把生活的甘苦都已体会够可还是有很多的事情没有经历，没有体会；即使我们认识成千上万的人可还有更多的人来不及或根本没有机会去认识。除非你的生活如一潭死水，否则只要你志存高远，只要你心里想着还要做些事情你就得面对更广阔的世界，面对许许多多新的、你从不曾打过交道的陌生的人，这时你就得考虑去结识这许许多多陌生的人，需要你充分运用你的经验、智力和你的社交能力去与他们打交道，为了一定的目的去结识他们，认识他们，让他们成为你的人生的推动力量和事业的组成部分。

有目的社交，最基本的一条就是遵循有用的原则，即根据你的目的，选择有用、用益、有效的社交对象，采取有用、用益、有效的社交技巧，达到有益、有效的目的。物理学上有一个基本的道理：要多做有用功。有目的社交要求我们多做有用的、有效的东西，少做无谓的努力。

我们讲有目的社交应遵循有益、有效的原则并不意味着采取绝对实用主义的态度，不是现用现交，用得着人时眼里有他人，用不着人时便给人后脑勺。生活中确有这么一些人，有求于人时低声下气，点头哈腰，卑躬曲膝，无求于人时眼中无人，视若不见。

报上曾报道过这么一件事：一北京女孩为跑买卖去深圳，在那里结识了一个生意场上的女孩，那女孩对北京女孩极尽照顾之能事：接送、安排住宿、请吃，每次分手时北京女孩都信誓旦旦地表示，要报答那个深圳女孩。可后来，当深圳女孩有事来北京时，那北京女孩却避而不见，更谈不上有所招待，其理由是：我已不去南方跑买卖了，已无求于她了。据报道有人认为这是一种社交新观念。这能算是社交新观念吗？这女孩的举动与我们说的有目的社交是风马牛不相及的两件事。

“无目的”并不可赞

“无目的社交”的信奉者认为自己待人真诚无求于人，因而也不会想到利用他人，算计别人，因而显得自己人格清白，品德高尚，而实际情况是这不可能，即使可能也并不可赞。

每个人都是相互联系的，都生活在依赖和被依赖、利用和被利用的

世界上,区别在于你是一个清醒的依赖和利用者还是一个糊涂的被依赖、被利用者。人类的个体之间不仅有互相寻求感情寄托、心理安慰的需要,更重要的是人类要生存发展,需要每个个体相互之间的分工合作,个人能力有限,独力能做的事情非常有限,而且即便能做成,其规模影响和效果也远远比不上众人合作的成果。现代社会里,人类个体这种相互间依赖和合作的关系更加明显,更加突出。以至于有人断言:在当今社会,没有他人的合作,要想完成一项伟大的事情是根本不可能的。要赢得他人的合作就需要了解社交的技巧,了解人的心理,了解用什么因素和手段去激励他人,就要知道想要别人为你做事,你应该先付出什么,应该以什么样的态度来请求。

信奉“无目的社交”、“万事不求人”实际上是一些人避世、无所事事、不思进取的遁词。有事没事串门、扎堆、聊天、侃大山的人,往往是一些饱食终日、游手好闲之徒。这些人上班时间侃,下班时间侃,在家时间聊,在别人家也聊,侃了东家侃西家,聊了上午聊下午,而且侃的话题,多是一些无价值无意义的东西,除了练练自己的嘴皮,无补于自己和别人的生活。这些人聊起来,侃起来,全然不顾别人是否有心,有事,“无事也登三宝殿”,无端打搅他人,浪费他人的时间,影响别人的精力,干扰他人的生活步调,空耗他人的生命。而且由于“侃”、“聊”的话题多是些小道消息、马路新闻、市井见识,因此容易滋生各种各样的是非,招惹各种各样的事端。

还有一类“无目的社交”的信奉者,社交无对象、无目标,漫无边际,茫无头绪,滥交、瞎交。自以为广交朋友,结交“天下豪杰”,却没有多少是有用之徒,既无补于自己的生计,又无益于自己的长远发展。

无目的社交并不可赞。

怎样讲出自己的社会目的

社交目的有各种各样:有以事业发展为目的的,有以取得领导支持为目的的,有以经商赚钱为目的的,有以“讨债”、“催款”为目的的,有以借钱、借物为目的的,有以求爱、求婚为目的的,有以求人理解为目的的,有以办理各种事宜为目的的……在社交时,该用哪种方式来表明自己的目的呢?

一、“开门见山”地讲出自己的目的。

社交中直接向人提出要求,表明自己的愿望和目的往往让人认为

可耻,实际情况是怎样的呢?

马歇尔·菲尔德的母亲曾以一百万美元的巨款,捐给芝加哥大学。而同在芝加哥的美国西北大学有人提出质问,何以同样的捐赠没有献给西北大学。西北大学的一位校董,被指派和菲尔德家族联络,并尽可能找出原因。

菲尔德太太的回答简单而又明快:“西北大学没有向我提出请求。”

一次小小的请求,使得芝加哥大学轻而易举地得到了一百万美元。

在这个世界上,还有很多人际关系尚未解决,很多产品尚待销售,很多工作需要完成。而这只需要一个人明白地要求另一个人去做,就有可能顺利地解决问题。

可是一般人的心思,总以为明白地要求别人做某事,未免太唐突,会使人际关系纠缠不清。许多人有各种各样的愿望:希望老板给自己加薪,希望得到别人的合作,希望搭一下方便车,希望邻居的小孩不要吵闹……可很少有人会直接向别人提出请求,而只会耍耍脾气,闹闹别扭,撒撒娇,暗示和默默地期盼。总担心向别人提出要求时会激怒别人,受伤害,遭拒绝,生气,失去朋友,失去理智。

不要患得患失,犹犹豫豫,试试直接向别人提出请求,别人极有可能给你带来肯定的回答。撇开你的恐惧、羞涩、忧虑和怀疑,不要再浪费时间去摸索其它复杂、困难的方法,试着直接向别人提出请求。

提出请求要明确。

当你向别人提出请求时,你的言词应该尽可能简单明了,而且要明确。有的人就是因为请求别人时拐弯抹角而遭到了他人的拒绝。

在推销产品时,有各种各样促使客户购买的办法,但直接要求客户购买往往是最有效、最简单、最明确的办法。

每个人的内心深处都乐于助人,因此看到有困难的人时,其内在的侧隐之心便会受到鞭策,有人向他请求:“你愿意帮我忙吗?”他的爱心便会付诸行动。

当然,“开门见山”直接请求的方法必须应用得当才能达到效果。当你向别人提出请求,并希望得到他人的合作时,你的态度必须有礼貌,而且要有耐心,切忌生硬、咄咄逼人、迫不及待,多用“请”和“谢谢”这样的词汇。“请”和“谢谢你”就好像瓶装可乐的瓶盖。你必须打开瓶盖才能看到气泡冒出来,享受到清凉的滋味。常使用这些奇妙的字眼,会使

个人都觉得更快活。千万不要用“必须”、“一定”这样祈使的词汇命令或指定别人做某事情，那会使别人感到害怕，对你敬而远之，从内心里拒绝你。

当你今后有求于别人，希望获得别人支持、协助、理解、购买时，不妨试试用以下的口气。

“请你支持！”

“希望得到你的协助(理解)。”

“你为什么不买呢？”

二、委婉曲折地讲出自己的目的。

在有些场合讲出自己的社交目的不宜于采用“开门见山”的方法，这时采用委婉曲折的方法或许更有效。英国哲学家弗兰西斯·培根讲过“直言”不必要，但他又强调了“含蓄”的可贵。他说：“交谈时的含蓄和得体，比口若悬河更可贵。”虽然培根论述的是交谈，但对我们怎样讲出自己的社交目的同样有启发意义。直道好行车，曲径可通幽，各有各的妙用，关键在于用得符合时宜，切合对象和具体情况。

有一公司职员眼瞧和自己年资差不多的人都长了工资，便愤慨不已地找到了上司，力诉自己工作如何勤勉努力，要求加薪，结果，非但长工资的目的没达到，反而还落得上司的反感。这个职员就属于不懂社交方法的群体。

那么，怎样委婉曲折地表达自己的社交目的呢？

1. 巧用某些语气词。

比如在句尾加上“嘛、吧、吗……”等语气词，使语言软化、和缓，避免唐突、生硬。

在有求于对方时，这种语言技巧往往能收到令人满意的效果。试比较下列几组句子：

别说了！/别说了好吗？

今天别去了！/今天别去了吧！

你听我说！/你听我说嘛！

每组中的第二句加上了语气词，用的是一种商量的、请求的口吻，显得比较客气、婉转，使听话的人比较容易接受。

2. 婉言请求。

当你向人求援或提出邀请的时候，有时碍于情面不便直截了当，这

时可采取婉言的方式。

比如，你的汽车轮胎坏了，这时前不着村后不着店，可能帮你的只有路过的司机，你可采取这种说话方式：“真不好意思，我好像遇到了点麻烦，不知能不能帮忙？”

3. “切蛋糕”式。

这只是一种形象的说法，其真实的意思是指把大的目的化解成为一个个小的请求。一步步地获得对方的认同和肯定。

如果一个人一开始就习惯说“是”，那么他就会继续说“是”。而且一般说起来，做小决定比做大决定容易得多。大多数人都比较能够循序渐进，一点一滴地改变调适自己的行为，而不能接受突然而激烈的改变。假设你的孩子学习成绩一直不好，如果你想改善情况，最好能够培养他每天读书的习惯；而不要严厉地要求：“期末时你必须给我考出 90 分！”

4. 暗示法。

出版家哈士特有一次请了一位著名漫画家来作一幅以引起汽车司机注意路上行人的画，然而漫画家画了张令他失望的漫画。

哈士特想：一定要引导对方重画一张满意的。于是他抓住了与漫画家共进晚餐的机会，他首先对那张令人失望的漫画大大称赞了一番，接着便说：“这里的电车已使许多孩子伤亡了，有时我看着这些电车，看那开车的简直不像一个活人，倒像是个死人。据我看起来，那些死人好像都在斜视着那些在街上玩耍的小孩子，而不加思索地直冲过去。”这时那画家跳起来嚷道：“天啊，哈士特先生，这很可以画一张使人人都同情的出色漫画，你把我画的那张作废了吧，我来替你重画一张。”于是画家非常高兴地在旅馆里辛苦地画了半夜，到第二天居然送来了一张杰出的漫画，一张竟使电车公司屈服的漫画。

新画无疑是在哈士特引导下，由画家自愿取消第一稿而又辛苦了半夜才画出来的。然而画家并没意识到，他还以为是被自己一种新的灵感而鼓励出来的。哈士特以他“巧妙的暗示法”不露痕迹地把自己的思想移植到了画家的心中。

人们总是乐意于以最大的努力去表现出他自己的思想。所以，要别人很高兴地采用你的计划，最好的方法，就是使他自信这是他自己的思想，引起他的“自尊心”，使他感到自己的重要，从而达到你自己的目的。

威肯博士说：“我们冷静地来假设，如果我们做了暗示，对方就能做出我们希望的事，这会成为强劲无比的武器。”将这种技巧运用得出神入化的是美国《基督教箴言报》。有位专栏记者前来《基督教箴言报》，他环顾四周都找不到一块“禁烟”的牌子，就问：“这里有没有禁烟这个规定？”总编辑回答说：“不，没有这个规定，可是到目前为止，还没有一个人抽过烟。”这位专栏记者烟瘾很大，虽然知道这地方没有禁烟规定，但不知什么原因，他始终没有办法抽一支烟。这就是因为预料到他不会抽烟的暗示抑制了他。

三、通过“中间人”讲出目的。

未婚男女选择恋爱对象时有时通过“红娘”（媒人、介绍人）、婚姻介绍所或红娘委员会牵线搭桥，从中间沟通信息，转达爱意，斡旋撮合，这里“媒人”所起的作用就是“中间人”的作用。

社交场合需要“中间人”的时候很多，现实社会生活中托关系、走后门之风盛行就是一个反证。社交双方或因碍于情面，或因互不相识或因有些事情关系重大不便于自己出面，便需要由“中间人”出面讲出自己的愿望、意图和要求。在通过“中间人”讲出社交目的时应该注意以下几点。

第一、“中间人”必须可信可靠。他可以是你的同学、朋友、同事、相识的人，你的上司或你的下属，不管是什么人，与你的关系的紧密程度如何，其品德一定要高尚，为人忠信可靠，有责任心，乐于助人。否则，非但不能如你所愿的讲出你的社交目的，反而会添油加醋地说些不利的话或从中作梗，坏你的事情。

第二、“中间人”必须能为对方所认可和接受。比较理想的“中间人”应该是和对方感情上比较亲近，有利害关系或有头有脸的人，这样的人说话有份量，容易为对方所认可和接受。相反，让一个和对方无亲无故或无名无望的人充当“中间人”便很难达到目的。

第三、“中间人”得具备沟通或调停的能力。“中间人”得会说话，会办事，能准确而充分地表达你的意思同时会随机应变，而不仅仅是一个传话的工具。

第四、利用“中间人”讲出自己的社交目的时，还应考虑社交对方的脾气、性情和禀性，得看对方是否吃这一套，理这个茬，是否重人情，是否喜欢拐弯抹角。要是对方是个喜欢直来直去，有事放在桌面上，有话

愿意当面说的人，过多地利用“中间人”就没有多大意义。

四、有些目的可以“心照不宣”。

生活中有这样的情况：亲人依依惜别，知己久别重逢，在这种悲欢离合、百感交集的时候，人们往往不是万语千言，互诉衷肠，而是“满怀心腹事，尽在不言中”，似乎只有沉默才能表达出他们此时此地的生离死别之情。再有，热恋中的情人，花前月下，相依相偎，深情缱绻，彼此却默默无语，只能听到恋人的心跳，此刻是两颗心在互诉衷情，任何甜言蜜语的表白都显得多余和蹩脚，沉默成了最好的海誓山盟。还有，当我们生活中遇到个别强词夺理、出言不逊、恶语伤人的人，当我们遇到什么不公正的事情时，沉默往往成了我们最有力的对付和反抗手段。

法国有句谚语：雄辩如银，沉默是金。在我们的生活中，常常有各种沉默胜过雄辩的时候。日本作家泽野久曾到诺贝尔文学奖获得者川端康成家中拜访。两个人除了偶尔交换一两句话外，对坐 30 分钟之久，几乎没有交谈。据泽野先生事后说：这次会面收获良多，他个人非常满足。

善于交际的人都知道，人闭上嘴同样能表达许多意思。人类的情感交流是这样，说出社交目的也是这样的，有时候在一种特定的场合、气氛下，不借助于语言，只凭交往双方的身份关系和某些举动便可以传达出社交的目的性。前些年很著名的“哑巴”买菜刀的故事就可以很好地说明这个道理：一个“哑巴”在马路边坐着，身旁放了许多粗铁丝和菜刀，当有人路过或围观时，他一言不发，只是用菜刀把铁丝剃成一截一截……明眼人可以看出，他是用这种方式来推销菜刀，促你购买。

在生意场、官场和情场上，这种“心照不宣”的“技巧”常常能得到充分的表现和利用。生意场上，人们常常用参加集会、加强朋友间联系的方法来互相交换情报，谁都希望从对方那里多了解到一些东西，可谁都懂得“话到嘴边留半句”的窍门。尽管诚实被人们普遍地认为是美德，可是在生意场上，如果将自己所知道的毫无保留地讲出来，却又会被人看成是一个傻瓜。只有那些聊天尽管热闹，但不留痕迹的人才是聪明人，对这一点彼此“心照不宣。”

在一些利害关系重大的场合，这种“心照不宣”的“技巧”被运用得更加淋漓尽致。电影中常常有这样的镜头：两个或几个黑社会的头头往往用一个眼神、一个手势或其它动作便可以互相传达出一个重大的阴

谋。在经济领域行贿者和受贿者相互间的利害关系往往也是“心照不宣”的，只有那些拙劣的犯罪者才把话说得明白而又直露。

恋爱的人更是如此，一个细微的表情变化，一个不经意的动作都可以传达出某种情感，并为对方所感觉到。

“心照不宣”是一种默契，是一种尽管无言却巨大的力量。

还应注意的问题

一、讲出社交目的要看对象。

人的类型按职业可以划分为工人、农民、军人、教师、职员、售货员、政务员、公务员等等，按性格可分为内向和外向，按年龄可分为老年、中年、青年、少年……职业不同、性格不同、年龄不同、经历不同、文化层次不同，其修养、脾气、禀性、兴趣、爱好、思想信念、价值观念、为人处世的态度也各不相同。进行有目的社交时，必须具体人物具体对待，切忌方法单一，千人一律、万人同理。有的人，交往中总是一种面孔，一种腔调，一种思维方式，却不知道俗话说：“人心隔肚皮”，“佛有千张脸，人有万条心”。每个人的兴趣点和兴奋点各不相同。有的人你可以用一个微笑一个眼神或简单的几句话语就建立起联系，有的人却任凭你“风吹雨打”却依然“闲庭信步”；有的人打交道时多说无益，但有的人却偏偏需要你费尽口舌方能动容；有的人你可以用利益来打动，而另有一些人却不信这一套。所有这些都需要你在讲出社交目的的时候采取灵活表达方式。

甚至于国度不同，民族不同，风格不同，习俗不同，表达社交目的的方式也应不同。

二、讲出社交目的要看时机。

社交中的时机把握非常重要，讲出社交目的也同样如此。求爱、求婚如此，谋职理应如此；赢得领导或名流青睐如此，推销商品如此，即使是日常的社交中也是如此。

说起求爱、求婚的时机把握，布莱克曾有诗言道：

如果在时机成熟前强超时机，
你无疑将洒下悔恨的泪滴；
但如你一旦把成熟的时机错过，
无尽的痛苦将使你终生哭泣。

爱情就如一个苹果一样，在它还没有成熟的时候，强行摘取它，那

尝到的只能是酸和涩；若是在它已经成熟的时候，你还不去摘取，那它就会落在地上腐烂了。

钓鱼有一个秘诀就是把握提竿的时机，就是当浮杆开始浮动时，虽然你知道鱼儿已经上钩，却不能把钓竿提上来，必须等到浮标停止浮动，而且浮标一次、二次、三次地被拉到水面下时方可提起竿来，不能太早，也不能太迟，否则鱼就逃掉了。讲出社交目的的时机把握犹如钓鱼把握提竿时机。

历代那些善于察言观色的近臣、宦官们就很懂得把握时机，他们深知什么时候才能讨得皇帝老子的欢心，懂得在什么时候提要求能够如愿以偿，也懂得在那些时候进言劝谏会给自己招惹是非甚至杀身之祸。我们反对那种溜须拍马、见风使舵的作法，但那种善于把握人心把握时机的功夫却值得我们在与人交往时借鉴。

当对方心情不佳时，如果视若不见去求人家帮忙；当对方为某事焦头烂额时，你却拿另一件有可能更令对方烦心的事去打扰；当对方正忙得不可开交时，你却煞有介事地拿出介绍信或名片去结识人家；当人家夫妻俩正吵得不可开交时，你却非要按原计划去推销“爱妻牌”洗衣机……这样，你非但达不到你的社交目的，而且还会招来人家的反感和怒气。

三、讲出社交目的要看场合。

场合分公开的、隐蔽的，明的、暗的，工作的和私下的，正式的、非正式的，热闹的、冷清的，喜庆的、哀悼的，轻松的、严肃的，紧张的、悠闲的，众人的、单个人的，融洽的、非融洽的等等许多。

有些社交目的，适合于在公开场合提出，如因谨小慎微把它搬到私下的场合，则会被对方认为是神经兮兮；有些社交目的，只能在非正式的、没有旁人的场合提出，否则便会让对方觉得你不懂事理；有些愿望，可以在众人面前表达，但有的却只能给一个人或几个人听；有些在喜庆的时候，可以提的问题，在哀悼的场合就不能提；在融洽的气氛之下可以提的要求，在非融洽的气氛之下就不便开口。

就拿貌似简单的求人原谅自己这件事来说吧，因为你伤害了别人，需要向人道歉，如果伤害只是发生在两人之间，你只需要用语言私下向对方表示一下歉意即可。如果伤害是当着众多的人发生的，则应该公开地向对方道歉，才有可能让对方觉得挽回了面子，气才能顺当。