Под деловым общением понимается вид социальных отношений, направленных на реализацию какого-то общего дела, создающих условия для сотрудничества людей, чтобы осуществить значимые для них цели.

Правильно организованное деловое общение способствует установлению и развитию. Отношений сотрудничества и партнерства между коллегами по работе, руководителями и подчиненными, партнерами, соперниками и конкурентами. В идеале оно предполагает такие способы достижения общих целей, которые не только не исключают, но, наоборот, предполагают также и достижения личностно значимых целей, удовлетворение индивидуальных интересов.

Психология и этика делового общения представляет собой отраслевую социально-психологическую науку, нацеленную на обеспечение эффективного делового общения на разных уровнях хозяйственной и социальной жизни.

Психология делового общения опирается на комплекс психологических наук. Она активно использует, прежде всего, основные категории и принципы, выработанные общей психологией.

Такими базовыми психологическими категориями являются те, которые отражают психические процессы (познание, эмоции, волю), свойства психики человека (способности, характер, темперамент), а также особые состояния его познания (сомнения, уверенность, убежденность, нацеленность на определенные практические действия и т.д.).

Основная категория *психология личности*. Под этой категории понимается совокупность устойчивых психических качеств участников деловых взаимоотношений, которые составляют их индивидуальность. Она содержит информацию об источниках психической активности человека, ее свойствах, состояниях и формах проявления в условиях деловой активности. Без глубокого понимания этой фундаментальной психологической категории невозможно овладеть современными методами самосовершенствования и управления человеческими ресурсами в условиях хозяйственной деятельности.

Именно знания психология личности помогут достаточно ясно понять степень надежности партнера, его способность к соглашению, компромиссу, а также уровень его готовности к групповой работе и т.д. иначе говоря, именно эти знания позволяют определить, насколько эффективными могут быть деловые отношения с конкретным человеком.

Другая важнейшая категория- *психология общения*. Именно в процессе общения, происходящего по формулам «Я-Ты», «Я-Мы», «Мы-Они», обнаруживаются основные свойства и состояния личности, проявляется ее характер. Общепризнано, что разнообразные процессы взаимодействия и общения людей являются важнейшими предпосылками их социального становления, а также что высокий уровень делового общения является решающим условием успешного производства.

*Общение* определяется как взаимодействие двух или более людей, состоящее в обмене между ними информацией познавательного или аффективно-оценочного (т.е. эмоционально-оценочного) характера.[№ 1 с.232]

Виды общения:

«*Контакт масок*»- формальное общение, при котором отсутствует стремление понять и учесть особенности личности собеседника. Используются привычные маски вежливости, строгости, безразличия участливости и т.д., то есть набор выражений лица, жестов, фраз, позволяющих скрыть отношение к собеседнику.

«*Формально-ролевое общение*», в котором регламентированы и содержание, и средства общения социальными ролями партнеров по общению: врач и пациент, милиционер и нарушитель правил, контролер и пассажиры и т.д.

«*Светское общение*». Люди фактически не общаются, говорят не то, что думают, а то, что положено говорить в подобных случаях. Их точки зрения на тот или иной вопрос не имеют никакого значения и не определяют характера коммуникаций. Светское общение носит ритуализированный характер.

«*Манипулятивное общение*», к нему относится лесть, обман, демонстрация силы, демонстрация слабости, демонстрация доброты, «пускание пыли в глаза», запугивание и т.д.

«*Духовное межличностное общение*» между людьми, при котором раскрываются глубинные структуры личности.

«*Деловое общение*», направленное на согласование и объединение усилий людей с целью налаживания отношений и достижения общего результата.

В деловом общении предметом общения является дело.

Особенности делового общения заключается в том, что

партнер в деловом общении всегда выступает как личность, значимая для субъекта;

общающихся людей отличает хорошее взаимопонимание в вопросах дела;

основная задача делового общения - продуктивное сотрудничество.

Все средства общения делятся на две большие группы: *вербальные* (словесные) и *невербальные.* Невербальное поведение человека неразрывно связано с его психическими состояниями и служит средством их выражения (мимика, жест, интонация, поза, походка, смех, плач и т.д.). содержание информации передается при помощи языка, т.е. принимает вербальную, или словесную форму.

Люди, вступающие в общение, не равны: они отличаются друг от друга по своему социальному статусу, жизненному опыту, интеллектуальному потенциалу и т.д. при неравенстве партнеров наиболее часто применяется схема восприятия. К психологическим механизмам восприятия в межгрупповом общении относится процесс социальной стереотипизации, суть которого заключается в том, что образ другого человека строится на базе тех или иных типовых схем. Механизмами восприятия и понимания при межличностном общении являются идентификация, эмпатия и рефлексия.

Идентификация- уподобление себя ему.

Эмпатия – понимание на уровне чувств, стремление эмоционально откликнуться на проблемы другого человека.

Рефлексия – осознание действующим индивидом того, как он воспринимается партнером по общению, т.е. своеобразный удвоенный процесс зеркального отражения друг друга.

В развернутом виде в общении можно выделить такие этапы общения:

установление контакта – ориентация в ситуации – обсуждение вопроса, проблемы – принятия решения – выход из контакта.

Категория «психология рабочей группы». Деловая активность сегодня невозможна без кооперации, соединения усилий нескольких или даже многих людей. В ходе формирования и жизнедеятельности любой группы с необходимостью возникают и действуют такие психологические явления, как групповые цели, потребности, интересы, групповые нормы, групповое сознание, морально-психологический климат, корпоративная мораль, так называемые коллективные «мы - чувства» и т.д.