



ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ПСИХОЛОГИЯ И ЭТИКА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

УЧЕБНИК И ПРАКТИКУМ
ДЛЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО БАКАЛАВРИАТА

Под редакцией профессора, академика РАЕН
В. Н. Лавриненко, доцента **Л. И. Чернышовой**

7-е издание, переработанное и дополненное

*Рекомендовано Учебно-методическим отделом высшего образования
в качестве учебника для студентов высших учебных заведений,
обучающихся по экономическим и гуманитарным направлениям
и специальностям*

Книга доступна в электронной библиотечной системе
biblio-online.ru



Москва ■ Юрайт ■ 2015

УДК 316
ББК 88.5я73
П86

Ответственные редакторы:

Лавриненко Владимир Николаевич — доктор философских наук, профессор, академик Российской академии естественных наук, академик Международной академии информатизации, редактор и автор учебников по психологии и этике делового общения, философии, социологии, политологии;

Чернышова Лидия Ивановна — кандидат философских наук, доцент кафедры философии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Рецензенты:

Чумаков А. Н. — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации;

Сухарев А. В. — доктор психологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института психологии РАН, декан факультета психологии Российской академии славянской культуры.

П86 **Психология и этика делового общения** : учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — 7-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 408 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

ISBN 978-5-9916-5124-0

Содержание учебника позволяет решить одну из важных задач современной подготовки специалистов в вузах — формирования у них способностей делового общения и в соответствии с этим овладения необходимыми знаниями, навыками и умениями. Книга заслужила положительные отзывы преподавателей, студентов и практических работников. Издание отражает достижения современной науки — общей и социальной психологии, этики и др., содержит словарь основных терминов и понятий по курсу «Деловое общение», психологические и контрольные тесты.

Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Для студентов, аспирантов и преподавателей высших учебных заведений, а также для практических работников, интересующихся проблемами делового общения.

УДК 316
ББК 88.5я73

ISBN 978-5-9916-5124-0

© Коллектив авторов, 2006
© Коллектив авторов, 2014, с изменениями
© ООО «Издательство Юрайт», 2015

Оглавление

Авторский коллектив	8
Предисловие	9

Раздел I

ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ КАК РЕАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ, НАУКА И УЧЕБНАЯ ДИСЦИПЛИНА

Глава 1. Социальные основы делового общения, его предмет как науки и учебной дисциплины	15
1.1. Социальные основы делового общения.....	15
1.2. От интенсификации деятельности к человеческим отношениям	20
1.3. Предмет и объект науки и учебного курса «Психология и этика делового общения».....	26
<i>Вопросы для обсуждения</i>	28
<i>Рекомендуемая литература</i>	28
Глава 2. Общение как социально-психологический феномен: понятие общения, его структура, функции и виды	30
2.1. Проблема общения в психологической науке	30
2.1.1. Понятие общения.....	30
2.1.2. Содержание, цель и средства общения.....	33
2.1.3. Структура и функции общения	34
2.1.4. Виды общения.....	36
2.2. Деловое общение.....	39
2.2.1. Понятие делового общения, его содержание, цели и формы	39
2.2.2. Особенности делового общения.....	41
<i>Вопросы для обсуждения</i>	42
<i>Рекомендуемая литература</i>	42
<i>Контрольные тесты</i>	43

Раздел II

ПСИХОЛОГИЯ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Глава 3. Психическая структура личности и ее проявление в деловом общении	47
3.1. Темперамент и его проявление в деловом общении.....	47
3.2. Характер человека	52
3.3. Способности	55
3.4. Воля и волевые действия	56
3.5. Потребности и мотивы.....	56
3.6. Эмоции и аффекты, их проявление в деловом общении	58

<i>Вопросы для обсуждения</i>	61
<i>Рекомендуемая литература</i>	62
<i>Контрольные тесты</i>	62
Глава 4. Психологические типы личности и их проявление в деловом общении	65
4.1. Понятие психологического типа личности. Типология К. Г. Юнга.....	65
4.2. Психотипы личности и акцентуации характера	70
<i>Вопросы для обсуждения</i>	82
<i>Рекомендуемая литература</i>	83
<i>Контрольные тесты</i>	83
Глава 5. Восприятие и понимание в деловом общении	85
5.1. Основные характеристики процесса восприятия	85
5.1.1. Восприятие как психический процесс	85
5.2. Восприятие и роль стереотипа при формировании первого впечатления...86	
5.3. Механизмы восприятия и понимания в межличностном взаимодействии...91	
5.4. Эффекты, «ошибки» и феномены социального восприятия.....93	
5.4.1. Психологические особенности и эффекты восприятия.....93	
5.4.2. Атрибуция	95
<i>Вопросы для обсуждения</i>	97
<i>Рекомендуемая литература</i>	97
<i>Контрольные тесты</i>	98
<i>Практикум</i>	101
Глава 6. Коммуникация в деловом общении	105
6.1. Понятие коммуникации и метакоммуникации.....	105
6.2. Структура деловой коммуникации и ее элементы.....	106
6.3. Основные принципы коммуникации	113
6.4. Барьеры коммуникации и технология их преодоления.....	114
<i>Вопросы для обсуждения</i>	117
<i>Рекомендуемая литература</i>	118
<i>Контрольные тесты</i>	118
<i>Практикум</i>	120
Глава 7. Невербальное поведение и невербальные средства в деловом общении	122
7.1. Понятия «невербальная коммуникация» и «невербальное поведение»	122
7.2. Основные каналы невербальной коммуникации	125
7.2.1. Оптико-кинетическая система.....	126
7.2.2. Акустическая система	136
7.2.3. Тактильно-кинестетическая система.....	144
7.2.4. Пространственная или проксемическая система	145
7.2.5. Ольфакторная система	146
7.2.6. Интерпретация и контроль невербального поведения.....	147
<i>Вопросы для обсуждения</i>	148
<i>Рекомендуемая литература</i>	148
<i>Контрольные тесты</i>	149
<i>Практикум</i>	151

Глава 8. Вербальная коммуникация в деловом общении	158
8.1. Речь как средство коммуникации	158
8.2. Метаязык и его использование в вербальной коммуникации	160
8.3. Потеря информации в процессе вербальной коммуникации.....	163
8.4. Умение говорить	165
8.4.1. Убедительность речи	165
8.4.2. Диалог в деловом общении. Умение задавать вопросы	167
8.5. Умение слушать. Слушание как активный процесс.....	170
8.6. Умение писать. Деловое письмо.....	172
<i>Вопросы для обсуждения</i>	175
<i>Рекомендуемая литература</i>	176
<i>Контрольные тесты</i>	176
<i>Практикум</i>	178
Глава 9. Взаимодействие в процессе делового общения	181
9.1. Межличностное взаимодействие: транзактный анализ.....	181
9.2. Взаимодействие в процессе общения	187
9.3. Этапы делового общения	191
<i>Вопросы для обсуждения</i>	194
<i>Рекомендуемая литература</i>	194
<i>Контрольные тесты</i>	195
<i>Практикум</i>	198
Глава 10. Психологическое влияние в процессе делового общения	203
10.1. Психологическое влияние, его средства и виды.....	203
10.2. Заражение и внушение	204
10.2.1. Заражение и внушение как механизмы психологического влияния	204
10.2.2. Харизма как фактор внушения.....	206
10.3. Убеждение.....	209
10.3.1. Убеждение как вид психологического влияния. Аргументация в процессе убеждения.....	209
10.3.2. Правила и ошибки аргументации.....	212
10.3.3. Рекомендации по технике аргументации.....	215
10.4. Манипуляция.....	217
10.4.1. Что такое манипуляция?	217
10.4.2. Технология манипуляции	219
10.4.3. Манипулятивные приемы в деловом общении.....	223
10.4.3.1. Организационно-процедурные приемы манипуляции	225
10.4.3.2. Манипулятивные приемы психологического характера, или психологические уловки.....	226
10.4.4. Распознавание манипулятивного воздействия и психологическая защита от него.....	234
<i>Вопросы для обсуждения</i>	237
<i>Рекомендуемая литература</i>	237
<i>Контрольные тесты</i>	238
<i>Практикум</i>	240

Глава 11. Деловое взаимодействие в рабочей группе	248
11.1. Коллектив как малая группа	248
11.1.1. Групповая сплоченность и ее направленность.....	249
11.1.2. Профессиональная зрелость рабочей группы.....	251
11.1.3. Психологическая структура группы.....	252
11.2. Влияние группы.....	255
11.2.1. Феномен группового давления.....	255
11.2.2. Групповые феномены при принятии групповых решений.....	259
11.2.3. Неформальная структура группы и психологические механизмы регуляции коллективной деятельности	261
<i>Вопросы для обсуждения</i>	264
<i>Рекомендуемая литература</i>	264
<i>Контрольные тесты</i>	265
<i>Практикум</i>	268
Глава 12. Конфликты в деловом общении, пути и способы их разрешения.....	274
12.1. Понятие и структура конфликта.....	275
12.2. Типы и причины конфликтов в деловом общении.....	278
12.3. Стратегии взаимодействия в условиях конфликта.....	282
12.4. Психотехники коммуникативного поведения в условиях конфликта.....	286
12.5. Рекомендации по коммуникации для разрешения конфликтов посредством сотрудничества.....	293
<i>Вопросы для обсуждения</i>	295
<i>Рекомендуемая литература</i>	295
<i>Контрольные тесты</i>	295
<i>Практикум</i>	297
Глава 13. Формы делового взаимодействия	302
13.1. Деловая беседа.....	302
13.2. Деловое совещание	308
13.3. Деловые переговоры.....	311
13.3.1. Переговорный процесс как система.....	312
<i>Вопросы для обсуждения</i>	321
<i>Рекомендуемая литература</i>	322
<i>Контрольные тесты</i>	322
<i>Практикум</i>	324

Раздел III ЭТИКА И ЭТИКЕТ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

Глава 14. Основы этики делового общения	333
14.1. Этика как наука о морали.....	334
14.1.1. Этика и ее предмет. Мораль и нравственность.....	334
14.1.2. Морально-нравственные регулятивы	335
14.1.3. Этическая проблема соотношения «должного» и «сущего»	337
14.2. Мораль и экономическая сфера жизнедеятельности общества.....	339
14.2.1. Труд как нравственная ценность	339
14.2.2. Способ производства, его структура и духовно-нравственные основы.....	341

14.3. Особенности профессиональной этики делового общения	347
14.3.1. Этика делового общения в структуре профессиональной этики ...	347
14.3.2. Основные понятия профессиональной этики	348
14.3.3. Основные принципы профессиональной этики	352
14.3.4. Этические ценности делового общения	354
14.3.5. Моральный кодекс делового человека	355
<i>Вопросы для обсуждения</i>	360
<i>Рекомендуемая литература</i>	360
<i>Контрольные тесты</i>	360
<i>Практикум</i>	363
Глава 15. Этикет делового общения	368
15.1. Формы и принципы этикета	368
15.2. Правила делового этикета	373
15.3. Этикетные правила разговора по телефону	381
<i>Вопросы для обсуждения</i>	383
<i>Рекомендуемая литература</i>	383
<i>Контрольные тесты</i>	384
Ключи к контрольным тестам	389
Словарь основных терминов и понятий по курсу	
«Деловое общение»	390

Авторский коллектив

Брега А. В., доктор политологических наук, профессор кафедры общей политологии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации — 12.1–12.3, 12.5 (в соавторстве);

Брега Г. В., кандидат экономических наук — 12.1–12.3, 12.5 (в соавторстве);

Кафтан В. В., доктор философских наук, профессор кафедры социологии и политологии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации — 14;

Лавриненко В. Н., доктор философских наук, профессор, академик РАЕН — Предисловие, 1–4, Словарь основных терминов и понятий по дисциплине «Психология и этика делового общения» (в соавторстве);

Тимохин В. В., кандидат психологических наук, доцент, заведующий кафедрой психологии Государственной академии славянской культуры — 11, контрольные тесты;

Чернышова Л. И., кандидат философских наук, доцент, профессор кафедры философии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации — 2–10, 12.4, 13, 15, Словарь основных терминов и понятий по дисциплине «Психология и этика делового общения» (в соавторстве).

Предисловие

Проблемы общения с каждым годом вызывают все больший интерес у людей разного возраста, разных профессий и образования. Такой интерес, очевидно, связан с тем, что в современном динамичном мире высоко ценится умение устанавливать контакты с людьми и поддерживать с ними деловые отношения. Знание основ психологии и этики делового общения необходимо современному человеку в его повседневной жизни и трудовой деятельности. Особенно важно, чтобы комплекс знаний о психологии делового общения был представлен в системе знаний каждого выпускника высшей школы.

Дисциплина «Психология и этика делового общения» относится к вариативной части профессионального цикла Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) для бакалавров.

Цель дисциплины — дать бакалаврам знания в области этики и психологии делового общения, сформировать и развить компетенции, которые позволят им в будущем осуществлять профессиональную деятельность с учетом психологических основ делового общения, этических норм и правил делового этикета, наиболее эффективных приемов и форм делового общения.

В результате изучения дисциплины «Психология и этика делового общения» бакалавр должен:

знать

- основные категории и понятия научной психологии и этики;
- основные взгляды отечественных и зарубежных ученых на проблемные вопросы психологических и этических аспектов делового общения, основные направления и подходы в психологии делового общения;
- теоретические основы делового общения, его основные принципы, виды и средства;
- психологические характеристики личности и особенности их проявления в деловом общении;
- деловую коммуникацию, ее структуру и принципы;
- структуру рабочей группы и особенности группового общения;
- причины возникновения и виды конфликтов в процессе общения, их конструктивные и деструктивные последствия;
- методы управления конфликтами и пути их разрешения;
- вопросы природы, сущности и основных принципов этики деловых отношений;
- основные принципы и правила делового этикета;

уметь

- применять знания психологической стороны делового общения в своей деятельности;

- строить межличностные отношения в деловой сфере с учетом цели общения и индивидуально-психологических качеств партнера;
- организовывать деловые мероприятия (совещания, брифинги, переговоры, пресс-конференции, презентации и пр.) в соответствии с этическими нормами, а также на основе требований, принципов и технологий делового партнерства и сотрудничества;
- устанавливать деловые отношения в рабочей группе;
- предупреждать конфликты и выбирать правильную стратегию поведения в конфликтной ситуации;
- пользоваться психологическими тестами для психологического исследования;
- внедрять этические нормы и элементы культуры в деловой разговор (устный и письменный, через Интернет и аудиовизуальные средства), демонстрировать высокую культуру поведения;

владеть

- технологиями делового общения, широким набором коммуникативных приемов и техникой установления контакта с собеседником, создания атмосферы доверительного общения, организации обратной связи с целью их эффективного использования в профессиональной деятельности;
- методами познания личности партнера по общению;
- навыками проведения деловых бесед и переговоров с высоким уровнем психологической культуры;
- приемами защиты против манипулятивного воздействия;
- навыками профилактики и нейтрализации межличностных и межгрупповых конфликтов;
- знаниями психологии для предотвращения и разрешения конфликтов в деловом общении;
- навыками делового этикета.

В настоящем учебнике использовались работы таких известных специалистов в области психологии личности, психологии общения, конфликтологии, теории коммуникации, социальной психологии, деловой этики и делового этикета как Г. М. Андреева, А. Я. Анцупов, И. Атватер, Э. Берн, М. Биркенбиль, А. А. Бодалев, С. Н. Булгаков, Ж. Годфруа, Р. М. Грановская, Н. В. Гришина, Р. Дилтс, Е. Л. Доценко, А. П. Егидес, Е. Н. Зарецкая, С. А. Зелинский, Ф. Зимбардо, М. Е. Литвак, Д. Майерс, А. Маслоу, П. Мицич, Р. И. Мокшанцев, А. В. Морозов, Р. С. Немов, Б. Д. Парыгин, А. В. Петровский, А. Пиз, Г. Г. Почепцов, К. Роджерс, С. Л. Рубинштейн, Э. Ю. Соловьев, Ф. Тейлор, Л. Хьелл, Р. Чалдини, В. М. Шепель, А. И. Шипилов, А. Файоль, Р. Фишер, З. Фрейд, Э. Фромм, К. Г. Юнг, В. Юри, М. Г. Ярошевский.

Материалы данного издания могут быть использованы при изучении дисциплин «Этика деловых отношений», «Деловое общение», «Психология делового общения», «Психология управления» в высших и средних учебных заведениях России и стран СНГ.

Предыдущие пять изданий данного учебника были положительно оценены преподавателями, студентами вузов, в том числе получившими второе образование, практическими работниками, проявившими интерес к рассмотренным в нем проблемам. В предложенном шестом издании, под-

готовленном, как и пять предыдущих, с учетом требований Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования, реализованы замечания и советы ряда специалистов, занимающихся проблемами общей и социальной психологии, деятельности и общественных отношений, а также проблемами этики.

В первом разделе учебника раскрываются социальные основания делового общения как реального явления и как науки и учебной дисциплины, дается представление о его предмете.

Во втором разделе дается современное толкование многих проблем данной науки, таких как: психическая структура личности и ее проявление в деловом общении; восприятие и понимание в деловом общении; вербальные и невербальные средства делового общения, формы делового общения и целого ряда других проблем.

Третий раздел посвящен проблемам этики, этикета и в целом культуры делового общения.

Учебник практически ориентирован: в конце каждой главы приводятся проверочный тест, а также практикум по деловому общению.

Завершает учебник словарь важнейших терминов и понятий излагаемой дисциплины.

Раздел I
ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ КАК РЕАЛЬНОЕ
ЯВЛЕНИЕ, НАУКА И УЧЕБНАЯ
ДИСЦИПЛИНА



Глава 1

СОЦИАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ, ЕГО ПРЕДМЕТ КАК НАУКИ И УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

После изучения главы первой бакалавр должен:

знать

- социальные основы делового общения как науки и учебной дисциплины;
- предмет и объект делового общения как науки и учебной дисциплины;
- взгляды русских мыслителей на нравственные основы труда и хозяйственной деятельности;

уметь

- выявлять зависимость делового общения между людьми от социального контекста их деятельности;
- определять предпосылки духовного содержания делового общения партнеров;

владеть

- основными понятиями, характеризующими предмет и объект дисциплины «Психология и этика делового общения».
-

1.1. Социальные основы делового общения

Деловое общение между людьми с его различными сторонами (психологической, нравственной, технологической и др.) не существует само по себе. В каждом случае существуют *объективные социальные основания* (предпосылки) его возникновения и развития. Главное из них — деятельность людей, ведь речь всегда идет об общении между людьми по поводу того или иного *дела*.

Совместное осуществление любого дела, решение в связи с этим соответствующих задач предполагает *взаимодействие* определенного числа людей. В одних случаях они общаются между собой непосредственно, в других — через своих представителей. Но всегда их деятельность осуществляется посредством их общения, носящего деловой характер.

Таким образом, *деловое общение людей производно от их деятельности*. В нем фиксируется содержание и социальная направленность того или иного вида деятельности, ее значение для жизни общества, соответствующих социальных групп и отдельных личностей. Деловое общение людей столь же универсально и в то же время разнообразно, как и их деятельность. Оно возникает и осуществляется во всех областях человеческой деятельности — экономической, политической, правовой, эстетической и т.д., и на всех ее уровнях — от первичных до высших звеньев деятельности в каждой сфере жизни общества. Оно постоянно возникает в дея-

тельности разного рода международных организаций. Все это указывает на универсальный (всеобщий) характер делового общения как реального явления общественной жизни.

Разумеется, в содержании и характере делового общения в каждой из сфер жизни общества существуют свои особенности, определяемые содержанием и характером осуществляемой в них деятельности. Но существуют и общие свойства делового общения, которые исследуются специалистами в области психологии, социологии, этики, философии и т.д. Так возникла *наука и, соответственно, вузовская дисциплина «Деловое общение»*. Ее основное содержание — психологические, этические (точнее, нравственные) и организационные проблемы делового общения. Последние в немалой степени касаются, в частности, грамотного составления деловых документов.

Вышли первые учебники по данной дисциплине. Одни из них называются «Деловое общение», другие — *«Психология и этика делового общения»*. В данном учебнике основное внимание уделяется именно вышеуказанным вопросам, однако освещаются и наиболее важные вопросы *организации* делового общения, в том числе его формы, этапы и т.д.

Вернемся к проблеме социальных оснований делового общения, которая представляется нам чрезвычайно важной, ибо ее решение позволяет студентам яснее понять причины появления, а также содержание, характер и практическое значение той науки, непосредственным предметом которой является практически осуществляемое деловое общение.

Итак, главным социальным основанием разнообразных форм делового общения являются столь же разнообразные формы деятельности людей. Но это не единственное основание. Необходимо отметить, что социальным основанием делового общения выступают также *соответствующие общественные отношения* (экономические, политические, правовые, эстетические и др.), ведь никакая деятельность людей не осуществляется вне соответствующих общественных отношений. Так, их экономическая деятельность осуществляется на базе и в рамках экономических отношений, политическая — в рамках тех или иных политических отношений и т.д. При этом экономические, политические, правовые и другие общественные отношения в значительной степени определяют содержание и направленность соответствующей деятельности людей (экономической, политической и т.д.) и тем самым содержание и направленность делового общения между ними.

Таким образом, *социальными основаниями складывающегося между людьми делового общения в том или ином обществе являются деятельность людей и существующие в нем общественные отношения*. Это необходимо учитывать в полной мере, чтобы, вступая в деловое общение в той или иной сфере общественной жизни, глубже понимать реальные условия, при которых оно будет осуществляться, соответствие их собственным интересам и перспективам сотрудничества.

Указанные выше общественные отношения, действуя в масштабах всего общества, определяют его социальный облик: экономический, политический и т.д. В то же время они реализуются через взаимодействие отдельных

людей, в их деловом общении. Данных взаимодействий, деловых общений может быть великое множество. Они имеют свои *особенности*, определяемые конкретными условиями их формирования, их содержанием и *личными свойствами вступающих в них субъектов — социальными и духовными*. В силу этого они представляют собой относительно самостоятельные явления в отличие от тех общественных отношений, производными от которых они являются. Одна из главных особенностей делового общения заключается в том, что в нем более наглядно проявляется *духовное наполнение*, обусловленное духовными свойствами деловых партнеров — субъектов межличностного делового общения. Это живые люди различных возрастов с их разносторонними физиологическими, психологическими, интеллектуальными и нравственными свойствами, с их знаниями, эмоциональным и волевым настроем, мировоззренческими и идеологическими установками и ценностными ориентациями. Каждое из этих свойств представляет собой своеобразное проявление их личностей, в том числе их духовного мира и содержания их межличностного духовного общения.

Можно сказать, что, будучи производными от содержания их деятельности и существующих общественных отношений, деловое общение партнеров по своему содержанию намного богаче своих социальных предпосылок. В нем в тесном единстве взаимодействуют духовные и материальные факторы — *социальные и природные*. Имеются в виду природные свойства самих людей — субъектов делового общения, природные условия их взаимодействия, а также те природные материалы, которые во все возрастающих объемах используются в современной деятельности людей.

Все более острой и судьбоносной становится проблема охраны природы и более рационального использования ее ресурсов. Как никогда раньше возрастает роль экологического сознания людей. Сегодня этот вопрос становится значимым не только для деятелей соответствующих государственных органов, но и для *каждого человека*. Любые проекты, в которых затрагиваются проблемы природы, должны предусматривать эффективные и долговременные меры ее охраны и рационального использования ее ресурсов. Это касается всех уровней практической деятельности людей и их делового общения. Таким должен быть психологический и нравственный настрой всех людей, особенно молодежи, на глазах которой уничтожается то, что принадлежит будущим поколениям.

Нельзя не учесть, что вузовская дисциплина «Психология и этика делового общения» преподается во многих университетах и институтах в рамках специальности «Государственное и муниципальное управление». Получившие эту специальность будущие государственные служащие должны со знанием дела решать экологические проблемы и мобилизовывать на их решение других специалистов — всех тех, с кем связывают их деловые отношения разных уровней. Надо понимать, что охрана природы и рациональное использование ее ресурсов укрепляет не только экономику страны, но само государство, повышает жизнеспособность общества.

Необходимо учитывать и то, что природа есть *целостное явление* и относиться к ней надо соответственно. Так, неорганическая природа является важнейшим фактором существования органической, живой природы. Все