

особистісних особливостей, які детермінують асоціальні вчинки, можна вважати, що порушення у сфері соціального інтелекту є одним із факторів ризику асоціальної поведінки особистості у підлітковому віці. Ми зупинилися лише на тих особливостях соціального інтелекту, показники яких були статистично значущі у нашому дослідженні. Але звернемо увагу на те, що й у просоціальних підлітків також фіксуються не досить високі показники соціального інтелекту. Це не означає, на нашу думку, що вони складають «групу резерву девіантів», але це підкреслює необхідність цілеспрямованої роботи психологів, педагогів, соціальних працівників по формуванню соціального інтелекту.

На сучасному етапі розвитку суспільства людині необхідно досить швидко реагувати на зовнішні зміни, постійно розвиватися та самостверджуватися. У підлітковому ж віці, коли основною потребою особистості є потреба у самоствердженні, проблема формування просоціальних способів задоволення цієї потреби набуває вагомого практичного сенсу. У нашому контексті – це проблема визначення конкретних соціально-психологічних факторів, що впливають на особливості становлення і розвитку соціального інтелекту підлітків. Цьому і буде присвячене наше подальше дослідження.

#### Список використаних джерел

1. Кудинова И. Б. Социальный интеллект как предмет исследования / И. Б. Кудинова. – Тольятти : ТГУ, 2007. – 168 с.
2. Чеснокова О. Б. Возрастной подход к исследованию социального интеллекта / О. Б. Чеснокова // Вопросы психологии. – 2005. – № 6. – С. 35-45.
3. Харченко С. В. Характер взаимосвязи академического, социального и эмоционального интеллекта у субъектов профессии «человек – человек» / С. В. Харченко / Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Психологія. – Х., 2007. – № 793. – С. 425-429.
4. Савенков А. И. Эмоциональный и социальный интеллект как предикаторы жизненного успеха / А. И. Савенков // Вестник практической психологии образования. – 2006. – № 1 (6). – С. 3-38.
5. Руденко С. В. Социальный интеллект как фактор успешности педагогической деятельности / С. В. Руденко // Практична психологія та соціальна робота. – 2007. – № 12. – С. 7-12.

УДК 17.032.1:338.2-053.81

**О.В. Лавренко**, канд. філос. наук, доцент, провідний науковий співробітник лабораторії соціальної психології  
Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна

#### МОРАЛЬНА РЕГУЛЯЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ОСОБИСТОСТІ

*У статті розглядаються поняття моралі, моральності особистості, моральної регуляції, моральної норми, чинники, що впливають на економічну поведінку особистості.*

**Ключові слова:** мораль, моральність особистості, моральна регуляція, моральна норма, економічна поведінка, індивідуалізм, гедонізм, консюмеризм.

*В статье рассматриваются понятия морали, нравственности личности, моральной регуляции, моральной нормы, причины, влияющие на экономическое поведение личности.*

**Ключевые слова:** мораль, нравственность личности, моральная регуляция, моральная норма, экономическое поведение, индивидуализм, гедонизм, консьюмеризм.

*In the article concept of moral, moral of the personality, moral regulation, moral standards, the reasons influencing economic behavior of the personality are considered.*

**Key words:** moral, moral of the personality, moral regulation, moral standard, economic behavior, individualism, hedonism, consumerism.

**Актуальність дослідження, теоретико-методологічне обґрунтування проблеми.** Разом із усім людством Україна сьогодні входить у нову цивілізацію, у світ глобалізму, де невпинно розширюються взаємозв'язки і взаємозалежність індивідів, держав, націй,

інтенсивно формуються планетарний, інформаційний простір, ринкова економіка, трансконтинентальний ринок капіталів, товарів, робочої сили. Трансформація українського суспільства в цих умовах, інституціональні зміни в ньому поставили перед особистістю проблему її активності, вміння жити в нових соціокультурних і психологічних умовах. Особистість повинна змінитися сама і прийняти ті зміни, які відбуваються в суспільстві. Соціальні, економічні реалії сьогодення неможливо правильно оцінити й осмислити без урахування їхнього соціокультурного та етичного аспектів. Організатор Римського клубу А. Печчеї в роботі «Людські якості» підкреслював, що розвиток, прогрес ставлять людство на межу загибелі, самознищення. Спасіння він бачив у тому, щоб людина змінилася сама і керувалася у всіх своїх діях та вчинках загальнолюдськими цінностями, загальнолюдською мораллю [1, с. 289-310].

Психологи, економісти, соціологи, культурологи, філософи зазначають, що поява нового економічного і соціального простору в Україні за часів незалежності, безпрецедентна капіталізація країни, негативні наслідки курсу реформ різко актуалізували потребу в усебічному аналізі моральної складової суспільства, його економічного життя, моральності особистості. З погляду соціальної психології актуальними сьогодні є звернення до таких соціально-психологічних феноменів, як моральність, совість, довіра, заздрість та інші, чи є вони якісно новими у порівнянні з когнітивним дисонансом. Йдеться про посилення уваги не просто до морального досвіду, моральних почуттів, моральної регуляції поведінки особистості, а про якісно новий поворот у розумінні сутності людини як духовної істоти.

**Мета дослідження.** Розкрити сутність і значення моральної регуляції економічної поведінки особистості в умовах ринкової економіки.

**Результати теоретичного аналізу проблеми.** Моральна проблематика життя окремої особистості та суспільства доволі добре розроблена в соціальній психології, в психології особистості. Загальні тенденції засвоєння моральних норм, перетворення їх у «свої» детально розглянуті в роботах психологів (Л. Божович, О. Кульчицька, В. Мухіна, Є. Субботський, С. Якобсон та ін.). У працях А. Бандури, І. Беха, М. Боришевського, І. Булах, З. Карпенко, Л. Кольберга, С. Максименка, В. Москальця, Ж. Піаже, С. Рубінштейна, Н. Чепелевої, С. Якобсон та ін. відстежена логіка переходу зовнішнього морально-етичного припису в особисту норму.

Дедалі більше уваги приділяється економічній соціалізації у сучасних наукових дослідженнях. У межах західної економічної соціології сьогодні формуються великі напрями, що акцентують свою увагу на культурних складових: культурно-історичній (В. Зелізер) і культурно-орієнтованій (Н. Біггарт, П. Дімаджіо). У пострадянському просторі розроблення проблем економічної соціалізації здійснюють активно А. Ахїєзер, І. Діскін, Т. Заславська, Я. Кузьмінов, О. Морозов, Р. Ривкіна, Г. Соколова, А. Журавльов, Н. Журавльова, А. Купрейченко та ін. Серед українських учених економічна культура і поведінка особистості перебуває в центрі уваги як соціологів, економістів (Д. Богині, В. Врублевського, Є. Головахи, Т. Єфременко, В. Пилипенка, Н. Приходько, М. Семикіної, Є. Суїменка та ін.), так і психологів (Л. Карамушка, О. Філь, О. Креденцер, Ю. Швалб, В. Москаленко, Г. Ложкін, Н. Дембицька, І. Зубіашвілі, І. Білоконь, Т. Петровська, Н. Волянук, О. Міщенко та ін.). Грунтовне комплексне теоретичне та емпіричне дослідження морально-психологічної регуляції економічної активності представників різних соціальних груп сучасної Росії було здійснено психологами РАН під керівництвом А.Л. Журавльова та А.Б. Купрейченко. Однак проблема моральної регуляції економічної поведінки особистості в умовах ринкової економіки ще не знайшла достатнього відображення в наукових вітчизняних дослідженнях.

**Основний матеріал та результати дослідження.** Кожне суспільство потребує певної регуляції, впорядкованості суспільного життя. Саме такими універсальними регуляторами виступають культура та мораль, а в умовах ринкової економіки – економічна культура. Мораль ще з часів античності відіграла велику роль у житті людства. Теорії моралі змінювалися відповідно до розуміння суспільством ролі та місця людини в ньому, її функцій та детермінант діяльності. З того часу було створено багато етичних систем, теорій, парадигм та напрямів (абсолютизм, авторитаризм, гедонізм, ірраціоналізм, натуралізм, скептицизм, утилітаризм, макіавеллізм, волюнтаризм, етичний релятивізм, релігійна етика, дескриптивна етика, марксистсько-ленінська етика тощо). Їх виразники по-різному розуміють і тлумачать походження, сутність моралі, інші аспекти моралі, однак щодо питань нормативної етики (цінностей, норм, правил і приписів поведінки), її категорій (добро, зло, справедливість, обов'язок, совість, гідність, честь) представники різних напрямів доходять згоди.

Зазначимо, що моральний стан суспільства – це одночасно: а) індикатор його загального стану; б) наслідок процесів, що відбувається в ньому; в) основа того, що очікує суспільство у майбутньому. Тому проблема моральної регуляції економічної поведінки особистості є науково актуальною і практично значущою.

Мораль здійснює свою регулятивну функцію за допомогою спільних для певного суспільства фундаментальних уявлень про добро і зло, правильне і неправильне, гідне і негідне. Моральне регулювання передбачає: а) наявність ідеалу, який виражає уявлення суспільства про моральну досконалість і на цій основі містить портрет «кращого Я»; б) систему норм, виконання яких є засобом досягнення моральної цілі (ідеалу); в) оцінку поведінки особистості; г) специфічні форми контролю, які забезпечують виконання норм [2, с. 26]. Мораль діє там і тоді, де і коли особистість проявляє вільний вибір поведінки, а отже, несе особисту відповідальність за вибір.

Мораль спирається на спонукаючу силу соціальної психіки, вона дає людині інформацію про смисл, цінність речей, про необхідність діяти чи утриматися від дій в ім'я певних моральних цінностей. На певному етапі історичного розвитку принцип «вчиняй як інші», тобто колективного впливу, доповнюється новим – «ти повинен вчиняти так, тому що це добре». Моральна свідомість осмислює і фіксує суспільні відносини не у вигляді законів, а у вигляді ідеалів, цілей і норм поведінки. Мораль виконує дві основні соціальні функції: 1) дає зразок поведінки і критерій для її оцінки; 2) виховує в особистості потребу, бажання вчиняти відповідно до зразка. Для моралі важливо не тільки дотримання норм, а те, щоб люди прагнули їх дотримуватися й отримувати внутрішнє задоволення, вчиняючи відповідно до норм. Цього досягти неможливо без морального мотиву.

Основною структурною одиницею етичного і соціально-психологічного аналізу є людська поведінка, яка детермінується і регулюється багатьма факторами – економічними, політичними, моральними, правовими тощо. Як соціально-психологічне явище, поведінка людини передбачає свідомо-вольовий вибір особистості, її здатність ставити перед собою соціально значущі цілі, вибирати засоби їх здійснення і відчувати свою відповідальність за результати діяльності.

Основною клітиною у структурі моральної системи є моральна норма, тому що вона: а) визначає вимоги суспільства до особистості в процесі її взаємодії з іншими людьми; б) слугує основою чи масштабом під час оцінювання поведінки; в) моральне регулювання характеризується більш широким масштабом суспільних відносин, ніж право, більш високим рівнем узагальнених у моральній нормі вимог; г) моральна норма є універсальною, «безособовою», оскільки вона спрямована не на строго визначену особу, а на всіх і кожного, хто в цей момент і в майбутньому (поки діє норма) опиниться в

ситуації, яка відхиляється від тієї, що вимагається [3]. Усвідомлена особистістю моральна норма стає мотивом поведінки, основою і спонукою добровільних дій на користь суспільства та інших людей. Мораль вчить не лише тому, як повинна вчиняти людина, а й тому, якою вона повинна бути, щоб стати кращою.

Основне у моральному регулюванні – це мотив, переконання, усвідомлене ставлення до нормативних вимог. Моральна необхідність – це не лише зовнішня влада над особистістю, але й внутрішній мотив та переконання. Моральне регулювання передбачає усвідомлення моральних цінностей і норм, внаслідок чого в ньому домінує внутрішній мотив поведінки, а не просто сила конформізму.

Особливістю моральної регуляції є те, що людина вільно і свідомо дотримується певних норм, що ці норми стають детермінуючим фактором поведінки через усвідомлення цінностей, які вони виражають. Зовнішня необхідність «заломлюється» через особистісну сферу. Як наголошує В. Малахов, «око» моралі спостерігає людину у всій неперервності її внутрішнього досвіду, у всьому розмаїтті її життєвих ситуацій, що по-всякчас породжують нові, інколи цілком несподівані проблеми [4, с. 41-42].

Різні соціально-психічні утворення можуть підсилювати моральну поведінку особистості чи відхиляти її від дієвих моральних цінностей. Так, реклама вміло використовує закони масовидної психіки, насаджуючи у свідомість людей міфи про рівні можливості для всіх, про культ грошей, формує «задоволену свідомість» та «цінності індивідуалізму». Між регулятивами «вчиняй, як інші» та «вчиняй, як треба» має місце розрив та відмінності. Перший може спонукати людину вдягатися або вітатися так, як це роблять інші, однак при цьому мораль не зачіпається. Людина може соромитися того, що вона погано вдягнена чи є некрасивою, але це не зачіпає моральну сферу.

Моральна регуляція економічної поведінки особистості не є вторинною щодо економічного інтересу та законодавчих обмежень. Як показали результати досліджень російських психологів, відносини моральності особистості значною мірою визначають вибір виду економічної активності, методів і засобів досягнення цілей, а також специфіку її відносин з партнерами по діловій взаємодії. Психологічне ставлення до дотримання моральних норм представлено у свідомості суб'єкта у вигляді мотивів, намірів і готовності здійснювати вчинки, пов'язані з моральною регуляцією [5, с. 53].

Соціалізованість сучасної молодого людини, її моральність, треба аналізувати в поняттях певної системи цінностей. На наш погляд, сьогодні в українському суспільстві існують два полюси, дві системи моральних цінностей і норм. Одна базується на загальнолюдських гуманістичних началах, де домінуючими виступають принципи свободи, особистої автономії, поваги до прав інших людей, самореалізації особистості. В основу іншої системи поставлені матеріальні блага, авторитет у суспільстві, досягнення престижу в очах інших, споживання і придбання, незалежно від того, якими засобами здійснюється досягнення мети. Відповідно до останньої системи моральних цінностей формується економічна поведінка особистості, започаткована на Заході в середині ХХ ст., яка тепер набуває дедалі більшого поширення на теренах нашої країни. Вона пов'язана з тим, що людство відкинуло на периферію суспільної свідомості питання духовності, моралі, натомість спрямувало свої помисли і сили на підвищення матеріального благополуччя, опинившись у його тенетах.

Сьогодні під впливом західного суспільства у вітчизняну систему моральних цінностей багатьма інформаційними засобами активно насаджуються три таких системи: 1) індивідуалізм; 2) гедонізм; 3) консюмеризм, які суттєво впливають на економічну поведінку особистості.

Індивідуалізм став знаком сучасної системи цінностей. Він своїми настановами («займайся своєю справою», «шукай свою вигоду», «плюй на закон і мораль», «люби

себе» тощо) спонукає особистість до абсолютизації своєї позиції і протиставлення суспільству, до переважання особистих інтересів над суспільними. Ці настанови заставляють людей думати, що вони можуть знайти своє щастя і реалізувати себе поза суспільством, замість того, щоб шукати його всередині суспільства.

В основу гедоністичної системи цінностей покладена концепція, що самодостатність і щастя людини базуються на задоволенні. Зовнішня привабливість, юність стають важливими цінностями. Споживання товарів також є джерелом задоволення, гарантом щастя на противагу традиційній моралі, яка наполягає на виконанні обов'язків, на відповідальності, на роботі, конструктивних цінностях.

Третьою складовою сучасної західної моралі є консюмеризм, який дедалі більше поширюється серед усіх верств нашого суспільства. Найважливішими його механізмами є контроль над іншими через процеси володіння, панування і спокуси. Володіння матеріальними благами чи багатством вважається природною метою людських дій, єдиним джерелом престижу, поваги і становища у суспільстві. Все це насаджується з допомогою гучних рекламних кампаній, соціальних сіток, «універсальних посібників» успішних бізнесменів тощо, де моральна основа відходить на задній план.

Так, на думку бізнес-філософа, телерадіоведучого Г. Балашова, щоб добиватися свого, «треба бути антисоціальною особистістю, плювати на правила поведінки у групі, соціальні норми і заборони»; «щоб заробити перший капітал, доведеться збрехати, навішати на себе зобов'язання, вплутатися у сумнівні справи, порушувати всі закони логіки і фізики, наплювати на податкове законодавство і закони, ризикувати, відбирати, перемагати конкурентів» [6, с. 129, 19].

Якщо у докапіталістичних, доринкових суспільствах мораль і право визначали дії людей в економічній сфері, перш за все у сфері розподілу суспільного продукту, то в ринковій економіці дії людей стали визначатися переважно прагненнями до матеріальної вигоди і раціональними розрахунками. Тому в умовах конкуренції люди, які не вважаються з моральними приписами, мають більше шансів добитися успіху, про що зазначав відомий американський фінансист Дж. Сорос у книзі «Криза світового капіталізму» [7].

У суспільстві споживацтва головними постулатами консюмеризму є: «здатність продати і купити якомога більше», «після мене хоч повинь», принцип «халявності» (бажання отримувати все, не доклавши власних зусиль, власну працю). Як наслідок, накопичення матеріальних цінностей досягло найвищої за усі попередні часи точки, як і число людей, які відчують пустоту свого життя. Для оброблення масової свідомості ідеологи консюмеризму створюють і фінансують наукові фінансові школи, розробляють методики реклами і просування на ринку товарів брендних марок і масового споживання. Поступове перетворення суспільства в консюмерне зробило необхідним панування ЗМІ. Це призвело до того, що зараз саме реклама, інфорномія («медіократія» – mediocrity, за терміном американського філософа Пола Куртца), а не мораль формує моральне обличчя людини, її смаки, образ поведінки, стиль життя. Інфорномія протистоїть і праву, і моралі. Комерційна реклама, рекламна індустрія знаходяться у стані війни із традиційними цінностями, продаючи не стільки товари, послуги, скільки збудження, бажання їх придбати. Виникнення і розвиток інфорномії неминуче призводить до уніфікації людей, тобто таких, яких можна штампувати згідно з готовими зразками, які все більше втрачають здатність до самостійного мислення.

На наш погляд, українській молоді бракує економічної культури для належної оцінки з погляду моралі цих систем. У сучасному світі молода людина живе і розвивається в оточенні різноманітних джерел сильного впливу на неї як позитивного, так і негатив-

ного плану; щоденно ці джерела масовано впливають на поведінку, інтелект і почуття молоді, у якій сфера моральності ще тільки формується. А тому частина молоді вважає, що можна допускати аморальні засоби досягненні своїх економічних цілей.

Науковцями лабораторії соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України в межах науково-дослідницької теми «Соціально-психологічні засади становлення суб'єкта економічної соціалізації» (2008-2011) встановлена певна взаємопов'язаність моральності та економічної поведінки в учнівській та студентській молоді. Так, Н.М. Дембицька виділила три типи економічної суб'єктності. Перший тип (вчинковий, зріла суб'єктність) зорієнтований на моральні принципи справедливості при розподілі матеріальних благ та практикування чесних, суспільно прийнятних способів оперування власністю; цей тип характеризується відповідальністю, соціальною творчістю, моральністю. Другий тип (передвчинковий, раціональна суб'єктність) характеризується прагматичною ціннісною позицією у відносинах власності, заснованою на розвитку раціонального, поміркованого ставлення до об'єктів і суб'єктів привласнення. Третій тип (компенсаторний) – егоїстичний перетворювач економічної реальності, характеризується суперечливим ставленням до власності, що ґрунтується на нормах подвійної моралі; на допущенні поряд із суспільно прийнятними способами оперування власністю також і аморальних засобів, пов'язаних із бандитизмом, обманом, здирництвом; на прагненні виглядати сучасною людиною; швидко і безтурботно, навіть з певним ризиком, отримувати матеріальні блага [8].

О.О. Міщенко, досліджуючи у студентській молоді образ «людини економічної», як фактора, що детермінує зміст і розвиток економічної культури особистості, виділила типи «культура економічної пасивності» і «культура економічної активності». Останній порівняно з високими оцінками власної економічної успішності, умінням йти на розумний ризик, допускає готовність заради великих грошей переступити закон або взятися за роботу, пов'язану з порушенням законодавства, тобто аморальні засоби досягнення цілей [9].

Підкреслимо, що моральність поведінки особистості, включеної у ринкові відносини, конкуренцію, не повинна визначатися мотивами, які передбачають бажання наживи, безпощадність, хитрість та інше з «букету» егоїзму, а тим, що вона обмежує свій егоїзм заданими суспільними межами, морально санкціонованими правилами. В кожній більш чи менш стабільній культурі є певна система загальноновизнаних моральних регуляторів, які традиційно вважаються обов'язковими для всіх, оскільки несуть у собі загальнолюдський смисл.

**Висновки.** Гостро постаючи перед окремим соціумом і людством у цілому, етична проблема за своєю суттю лишається передусім проблемою конкретної особистості, вибір якої становить основу не тільки її морального самовизначення, а й суспільства, нації, людства в цілому. Він значною мірою залежить від того, які моральні орієнтири та цінності слугують чинниками економічної поведінки індивіда.

Щоб економічна поведінка особистості, що соціалізується в ринкових умовах, була наповнена моральними засадами, потрібні певні умови. По-перше, потрібні реальні економічні перетворення щодо формування цивілізованої ринкової економіки. Прозорість цих перетворень сприятиме формуванню у молодих людей адекватного економічного мислення й економічної поведінки. По-друге, потрібна ґрунтовна економічна освіта молоді через шкільну, професійну, вищу освіту, засоби масової інформації. По-третє, потрібне економічне виховання в сім'ї з урахуванням морального фактора, починаючи з дитячого віку (бережливе ставлення до речей, іграшок, сумісна участь у плануванні сімейного бюджету виховують у дітей, підлітків, юнацтва певне розуміння економічних

і моральних цінностей, формують уміння економно користуватися грошима, не спокушатися на сумнівні з погляду моралі пропозиції швидкого збагачення тощо).

#### Список використаних джерел

1. Печчеи А. Человеческие качества / А. Печчеи. – М. : Прогресс, 1985. – 395 с.
2. Вичев В. Мораль и социальная психика : пер. с болг. / В. Вичев ; общ. ред. Ю. А. Шерковина. – М. : Прогресс, 1978. – 357 с.
3. Момов В. Нравствената норма и нейната реализация / В. Момов. – София : Наука и изкуство, 1969.
4. Малахов В. А. Етика: Курс лекцій : навч. посіб. / В. А. Малахов. – К. : Либідь, 1996. – 304 с.
5. Журавлев А. Л. Нравственно-психологическая регуляция экономической активности / А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. – М. : Институт психологии РАН, 2003. – 436 с.
6. Балашов Г. Как стать авантюристом? Размышления миллионера / Геннадий Балашов и Полина Кудиевская. – К., 2012. – 276 с.
7. Сорос Дж. Кризис мирового капитализма / Джордж Сорос. – М. : ИНФРА, 1999. – XXVI. – 262 с.
8. Дембицька Н. М. Психологічні особливості становлення суб`єктності студентів у просторі відносин власності / Н. М. Дембицька // Проблеми сучасної психології : зб. наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка ; Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. – Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2011. – Вип. 14. – С. 35-43.
9. Міщенко О. О. Економічна культура особистості як соціально-психологічний феномен / О. О. Міщенко // Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. праць / за ред. С. Д. Максименка. – К., 2008. – Т. X, ч. 2. – С. 354-363.

УДК 159.923.2

**Т.В. Мазур**, канд. психол. наук, доцент

Чернігівський державний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

### СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

*У статті аналізується вплив соціуму на професійну самореалізацію особистості. Здійснено теоретичну диференціацію поглядів на індивідуально-психологічні особливості зрілої особистості.*

**Ключові слова:** професійне самовизначення, професійна самореалізація, становлення особистості, самоактуалізація, кризові ситуації.

*В статье анализируется влияние социума на профессиональную самореализацию личности. Дифференцируются взгляды на индивидуально-психологические особенности зрелой личности.*

**Ключевые слова:** профессиональное самоопределение, профессиональная самореализация, становление личности, самоактуализация, кризисные ситуации.

*The paper analyzes the impact of society on the professional self-realization of the individual. Differentiated views on individual psychological characteristics of a mature personality.*

**Key words:** professional self-determination, professional self-realization, identity formation, self-actualization, the crisis situation.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах розвитку суспільства якісно по-новому розглядається проблема розвитку і використання людського потенціалу. Постають більш високі вимоги до самостійності, ініціативи та конкурентоспроможності особистості. Значно посилився вплив людського фактора на різні сторони сучасної дійсності. Народжується нове бачення можливостей і суті людства в цілому, формується новий погляд на людську природу як цілісну, єдину, складну систему. А коли змінюється філософія людини, тоді змінюється і філософія освіти, особистісного розвитку, теоретич-