

УДК 1:37.013.59.92

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v053.2025.8>**О. А. Коваль**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6016-8222>

кандидат філософських наук, доцент,

доцент кафедри філософії

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

А. О. ГоворунORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-1950-7022>

аспірант кафедри філософії

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

МІЖДИСЦИПЛІНАРНИЙ ХАРАКТЕР ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ САМОАКТУАЛІЗОВАНОЇ ОСОБИСТОСТІ

Постановка проблеми. Попри гучні декларації про невинне прагнення до особистісного розвитку, лише одиниці насправді долають межі буденності й досягають стану самоактуалізації. Запропонована А. Маслоу, як вищий щабель людської ієрархії, ця ідея досі резонує потужними дискусіями, спонукаючи до переоцінки самої сутності людського зростання й його меж [1]. Актуальність дослідження зумовлена парадоксальною ситуацією: маючи небачені раніше можливості для власного розвитку, сучасна людина нерідко губиться у виборі дієвих кроків. Як стверджував Канеман вже у процесі прагнення до самовдосконалення ми можемо стати жертвами когнітивних упереджень [2]. Дослідження А. Сена, який разом із М. Нуссбаумом розвинув «Підхід спроможностей» (capabilities approach) і тим самим заклав основу для Індексу людського розвитку (Human Development Index), що з 1990 року публікується Програмою розвитку ООН (UNDP), досі не знайшли повноцінного втілення на практиці [3; 4]. Внаслідок цього постає додаткова складність у досягненні автентичного особистісного зростання, тоді як різноманітні псевдонаукові курси, тренінги й астрологічні консультації, здебільшого позбавлені наукових засад, набувають дедалі більшої популярності. Така тенденція узгоджується з висновками Д. Канемана про силу когнітивних упереджень та, водночас, зумовлює потребу у пошуку засобів їхнього подолання [2]. У межах клієнт-центрованої терапії К. Роджерс пропонує шляхи подолання цих упереджень та показує потребу в глибокому філософському розумінні людського існування, що співвідноситься з автентичністю буття, про яку писав М. Гайдеггер [5; 6]. Важливо зважати й на те, що самоактуалізація не обмежується суто внутрішньою сферою: вона охоплює також педагогічний вимір, який реалізується шляхом взаємного

обміну, спілкування та взаємодії. В межах діалогічної моделі педагог, пропонуючи вже систематизовану інформацію, відкриває учневі доступ до цінних знань, тоді як учень, ставлячи додаткові запитання й висловлюючи власні міркування, стимулює подальшу рефлексію, збагачуючи розуміння обох сторін [7]. У результаті формується своєрідна мережа індивідуальної та колективної взаємодії, що забезпечує становлення самоактуалізованих особистостей.

Таким чином, розв'язання проблеми самоактуалізації особистості вимагає комплексного підходу, що поєднує психологічні, філософські, педагогічні, менеджерські та маркетингові дослідження у спільному діалозі між теоретиками, практиками та освітянами. Лише завдяки такій мультидисциплінарній взаємодії можливо водночас осмислити теоретичні аспекти самоактуалізації та сформулювати практичні, дієві та всебічно вигідні способи формування самоактуалізованої людини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній психології концепція самоактуалізації зазнала переосмислення, зокрема через призму теорії самодетермінації (Self-Determination Theory, SDT) Раяна та Десі. Ця теорія підкреслює важливість задоволення базових психологічних потреб – автономії, компетентності та зв'язаності – для досягнення особистісного зростання та добробуту [8]. Кауфман розширив підхід до самоактуалізації, інтегрувавши її з сучасними моделями добробуту, підкреслюючи роль творчості, гнучкості мислення та екзистенційної повноти як ключових аспектів особистісного розвитку [9].

В українському контексті питання психологічного виміру самоактуалізації тісно пов'язане з дослідженням розвитку творчого потенціалу особистості (Н. А. Карпенко, В. Л. Коновальчук, В. О. Моляко, О. С. Морщакова, Е. Ф. Яценко

та ін.). Моляко зазначає, що здібності не є причиною, а є наслідком розвитку задатків у діяльності, і саме творчість як форма внутрішньої активності слугує рушієм пізнавального та особистісного зростання. Творча активність, за його висновками, є інтегральною функцією особистості, що охоплює емоційно-вольову, мотиваційну та когнітивну сфери [10; 11].

У філософському дискурсі самоактуалізація розглядається як процес реалізації сутнісних сил людини через її діяльність у суспільстві. У Маркса людина визначається як «ансамбль суспільних відносин», що наголошує на соціальній сутності людини. Проблема самореалізації людини в контексті творчої діяльності досліджується в роботах Б. Новікова, Р. Богачева, І. Волощука, А. Костроміної, Т. Руденко, О. Потіщук, В. Холоденка та ін.

У вітчизняному філософському середовищі концепція самоактуалізації розглядається крізь призму самотворення й онтологічної зрілості (А. О. Баумейстер, В. Г. Воронкова, В. О. Лозовий, І. А. Муратова, Б. В. Новіков, Л. М. Сідак та інші). Новіков вказує на необхідність осмислення діяльності як самодіяльності – тобто такої, що передбачає рефлексивне, креативне й відповідальне ставлення до світу й до себе. Філософія творчості, за його баченням, є засобом і формою самоактуалізації, зокрема в контексті інтелектуальної праці [12].

В сучасних вітчизняних психолого-педагогічних розробках приділяється значна увага самоактуалізації як провідному чиннику особистісного та професійного розвитку (І. В. Гаркуша, В. Г. Кремень, А. Е. Крижанівський, М. В. Ліпін, О. Л. Пінська, Т. А. Равлюк, З. Ржевська-Стефан та ін.). Дослідження Богачева, Костроміної та Руденко (2021) доводять, що творча діяльність сприяє самореалізації особистості у навчальному процесі. Вони підкреслюють, що реалізація творчого потенціалу людини пов'язана з креативністю, рефлексією, здатністю до самовираження та мислення в умовах невизначеності [13]. Ліпін акцентує на значенні освіти як простору, де розвиваються сутнісні сили особистості, зокрема через застосування інноваційних підходів до навчання [14]. У свою чергу, Равлюк звертає увагу на роль критичного мислення, самостійної дослідницької діяльності та міжособистісної комунікації як передумов формування активної, автономної й творчої особистості [15].

У маркетинговому контексті покоління Z, народжене між 1997 і 2012 роками, вирізняється високою цифровою грамотністю та прагненням до автентичності, самовираження і соціальної включеності. Дослідження засвідчують, що молоді споживачі цього покоління надають перевагу брендам, які демонструють прозорість,

активно підтримують соціальні ініціативи та взаємодіють зі своєю аудиторією на засадах співтворчості [17]. Серед ефективних маркетингових практик, орієнтованих на покоління Z, виокремлюються використання коротких відеоформатів (TikTok, Instagram Reels), партнерство з мікроінфлюенсерами та створення інклюзивного, соціально чутливого контенту [18]. Згідно зі звітом McKinsey & Company, бренди, які залучають споживачів до формування змісту та ідентичності, отримують вищий рівень лояльності й емоційного зв'язку [19]. У такий спосіб маркетинг стає простором для самовираження й ідентифікації цінностей, що наближається до функцій самоактуалізації.

У сучасній сфері управління персоналом зростає усвідомлення важливості розвитку м'яких навичок (soft skills), таких як емоційний інтелект, адаптивність, комунікація й самоорганізація. Освітні установи та роботодавці дедалі частіше впроваджують програми, спрямовані на формування цих компетентностей, як необхідних для ефективної участі в динамічному робочому середовищі [20]. Поряд із цим, у фокусі уваги менеджменту опиняються умови, які сприяють підвищенню залученості працівників: гнучкий графік, відкритість до діалогу, цифрові інструменти для розвитку та інклюзивна організаційна культура. Згідно з дослідженням Vedaste, Mensah, Baah і Antwi [21], саме ці чинники значною мірою визначають довготривалу мотивацію, професійну самореалізацію та збереження персоналу в сучасних організаціях.

Таким чином, сучасні дослідження підкреслюють необхідність переосмислення концепції самоактуалізації в контексті культурної різноманітності, соціальних змін та індивідуальних потреб, інтегруючи різні наукові підходи для глибшого розуміння процесів особистісного зростання.

Мета статті є: розглянути процес самоактуалізації особистості з позицій різних наукових дисциплін та систематизувати різні методологічні підходи до осмислення закономірностей та механізмів цього процесу. Здійснити критичний аналіз підходів, застосовуваних у різних дисциплінах, та виокремити методи, що уможливають більш ефективне формування самоактуалізованих особистостей.

Виклад основного матеріалу статті. У психології концепція самоактуалізації міцно пов'язана з гуманістичною парадигмою. А. Маслоу розглядав самоактуалізацію як найвищий рівень розвитку особистості, який настає після задоволення базових потреб. Вважається, що саме шлях до самоактуалізації дає змогу людині реалізувати творчі й інтелектуальні здібності, формуючи підґрунтя для особистісного благополуччя [1]. Е. Фромм доповнив це бачення, привернувши

увагу до усвідомлення потреби в свободі, без якого процес розкриття потенціалу залишається незавершеним [22]. У Хайдеггера самоактуалізація розуміється як процес прийняття і турботи. «Буття Dasein розкривається як турбота» [6, с. 42].

В екзистенційному дискурсі дослідження самоактуалізації особистості пов'язане з проблематикою вибору, свободи й відповідальності. Відповідно до ідей представників екзистенційного напрямку, зокрема Ж.-П. Сартра, особа самовизначається через усвідомлення власних можливостей і меж, водночас переборюючи зовнішні та внутрішні обмеження. «Таким чином, ні за собою, ні перед собою, в світлому царстві цінностей – у нас немає ні виправдань, ні пробачень. Це і є тим, що я висловлюю: людина приречена бути вільною. Приречена, тому що, колись закинута в світ, вона відповідає за все, що робить...» [23, с. 135]. В гуманістичній філософії буття людини розглядається як життєдіяльність, що в певному смислі постає як ціль для самої себе. Це така самоцільність, що передбачає цілісність і повноту людського існування [24].

У педагогіці питання самоактуалізації особистості набуває особливої значущості крізь призму особистісно орієнтованого навчання. Дж. Дьюї наголошує, що освітній процес має будуватися як послідовність творчих і дослідницьких ситуацій, у яких учень розкриває власну активність та ініціативу. У такому підході вчитель виступає не лише джерелом знань, а й фасилітатором, який допомагає учневі виявити й розвивати його унікальні схильності та мотиви [25]. Завдяки цьому освітнє середовище стає одним із ключових чинників, що підтримує самоактуалізацію через формування рефлексивної та автономної особистості.

В площині управління самоактуалізацію досліджують у контексті теорій людського капіталу та інвестицій у розвиток особистості. Т. В. Шульц розглядав освіту і професійну підготовку як джерело продуктивності, що сприяє розширенню можливостей індивіда та суспільства загалом. Відповідно до такого підходу, самоактуалізація постає не лише як індивідуальний здобуток, а й як стратегічний ресурс, здатний впливати на конкурентоспроможність і добробут на макрорівні [26].

У маркетингових дослідженнях самоактуалізація нерідко розглядається як мотив споживчої поведінки, що відображає прагнення індивіда виразити власну ідентичність і творчий потенціал [27], задоволення не лише функціональних потреб, а й потреби самовираження та самоідентифікації. Бажання виразити свою ідентичність часто стає рушійною силою прийняття рішень. Такий підхід виокремлює роль брендів, які, функ-

ціонуючи як символічні маркери, можуть слугувати засобом самопрезентації й самоствердження споживача.

Розгляд процесу та механізмів самоактуалізації крізь призму різних дисциплін дозволяє не лише окреслити потенційно продуктивні напрями формування особистості, а й виявити методологічні обмеження, суперечності та хибні уявлення, що стримують досягнення цієї мети. У кожній з дисциплін є як конструктивні елементи, так і слабкі місця, які можуть спотворювати або звужувати розуміння процесу становлення самоактуалізованої особистості.

У теорії та практиці психології однією з головних загроз є підміна її теоретично обґрунтованих та експериментально перевірених методик псевдонауковими практиками. Поширення недобросовісних та некваліфікованих фахівців – самопроголошених коучів, астрологів, нумерологів та представників різноманітних езотеричних культів – сприяє формуванню викривленого уявлення про складні та суперечливі процеси виховання, самовиховання та самовдосконалення. Такі практики часто маскуються під науку, маніпулюють прагненням до саморозвитку й експлуатують вразливі стани людини, пропонуючи поверхневі рішення складних екзистенційних питань. Комерціалізація психічного благополуччя стимулює запит на «швидке зцілення» та “миттєве” досягнення результату, що породжує ілюзію змін, не торкаючись глибинних структур особистості.

Ілюстративним прикладом є система Human Design – псевдонаукова концепція, що базується на синкретичному поєднанні астрології, чакрової системи, кабалістичного дерева життя та І-Цзин. Попри відсутність будь-яких наукових доказів ефективності або верифікації її понять, Human Design активно просувається як «інструмент самопізнання» та навіть заміник психотерапії, що є прикладом небезпечної імітації наукового дискурсу [28].

Навіть у професійній психотерапії інколи простежується надмірна концентрація на переживаннях клієнта, тоді як реальні зміни в житті – поведінкові зрушення, оновлення стосунків, переосмислення соціальних ролей – залишаються поза увагою або подаються як другорядні. Такий підхід ризикує звести терапевтичну роботу до інтроспекції без дій. Утім, у своїй повноцінній формі психотерапія є потужним інструментом глибокої трансформації, здатним не лише допомагати людині усвідомити справжні потреби та звільнитись від нав'язаних установок, а й поступово зцілювати психологічні травми. Розвиток емпатії, безумовного прийняття, глибокої рефлексії та стійкого самоспостереження створює основу для внутрішнього оновлення, що проявляється

в зовнішніх змінах: поведінці, стосунках, життєвих орієнтирах і самоусвідомлення у світі.

Філософські підходи нерідко потерпають від надмірної абстрактності та відриву від емпіричних даних. Історично склалося так, що у філософській традиції «людина» як предмет розгляду постає як абстрактна сутність, що заважає перейти до розгляду реальної різноманітності конкретно-історичних форм творчої реалізації людини в її соціальному бутті. Уявлення про людину як суб'єкта мислення в класичній філософії формувалося під впливом патріархальних, расових, націоналістичних і релігійних упереджень, а самі філософи, навіть мимоволі, ставали заручниками когнітивних викривлень, обумовлених епохою, політичним середовищем, психологічними травмами, індивідуальними порушеннями сприйняття або поведінки.

У низці філософських шкіл неklasичної філософії, зокрема в екзистенціалізмі чи феноменології, основна увага зосереджується на автономному індивіді, при цьому часто ігноруються системні чинники – соціальна нерівність, інституційні бар'єри, економічні та культурні обмеження. Це звужує прикладну цінність багатьох філософських концепцій, особливо в контексті глобальної множинності досвідів. Утім, філософія має унікальний потенціал до постановки засадничих питань про сенс, мету, обмеження й можливості людського існування. Гуманістична філософія сприяє формуванню критичного мислення, здатності до рефлексії та моральної оцінки, допомагаючи людині не лише усвідомити власні життєві орієнтири, а й діяти відповідно до них.

У центрі гуманістичного підходу в психології – віра в унікальність, свободу волі та потенціал особистості до зростання. Як зазначав К. Роджерс: «Індивід має у собі неймовірні ресурси для саморозуміння та зміни своєї поведінки, і ці ресурси можуть бути реалізовані, якщо створити сприятливу атмосферу» [5].

Педагогіка часто відтворює застарілі моделі ієрархічного навчання, де вчитель виступає як носій істини, а учень – як пасивний реципієнт. Практичне застосування таких підходів вбивають інтерес до пізнання, формують залежність від зовнішнього оцінювання й знижують здатність до самостійного мислення. Крім того, сучасна освіта часто надміру підпорядкована вимогам ринку праці, традиції та бюрократизації, забуваючи про розвиток критичного мислення, творчості й моральної уяви. Водночас, сучасна педагогіка має потужні інструменти – діалогічні моделі, фасилітаційний підхід, проектне навчання, що дають змогу перетворити освіту на простір для самовираження й становлення особистості. У таких умовах вчитель стає партнером, який не диктує істину, а супроводжує в пошуку.

В менеджменті, часто спостерігається редукція людини до «людського ресурсу» або «капіталу», що знеособлює унікальність індивіда. Така тенденція була критично осмислена ще в межах концепції «людського капіталу», яка хоч і визнає необхідність інвестицій у розвиток працівника, але часто розглядає його виключно як інструмент продуктивності [29]. Самоактуалізація в цьому контексті зазвичай приймає лише поверхневі форми або ігнорується як явище повністю.

Втім, сучасні підходи до організації праці в менеджменті дедалі частіше орієнтовані на розвиток автономії, ініціативності та взаємної відповідальності. Яскравим прикладом є методологія Scrum, створена Джеффом Сазерлендом та Кеном Швабером. У своїй книжці «Scrum: Навчись робити вдвічі більше за менший час» Сазерленд наполягає, що ключовим ресурсом продуктивності є командна взаємодія, внутрішня мотивація та особиста залученість кожного учасника. Scrum базується на довірі, гнучкості, циклічному вдосконаленні та прозорості процесів – принципах, що збігаються з цінностями самоактуалізованої особистості [30].

Такий підхід не лише підвищує ефективність, а й відкриває можливості для розкриття індивідуального потенціалу в межах спільної мети. Аналогічно, підходи «empowerment» та «self-determination theory» («уповноваження» та «теорія самовизначення») також розглядають працівника як активного суб'єкта змін, здатного до зростання та самореалізації [31; 32].

Маркетинг, можливо, є однією з найбільш недооцінених дисциплін у контексті формування самоактуалізованої людини. З одного боку, він часто експлуатує ідеалізовані уявлення про «я-ідеальне», нав'язує стандартизовані моделі споживання, підмінює внутрішні цінності зовнішніми атрибутами, стимулюючи тривожність, синдром самозванця та постійне соціальне порівняння. Як зазначає Жан Бодріяр, у споживацькому суспільстві людина дедалі більше отожднює себе не з тим, ким вона є, а з тим, що вона має – і що демонструє [33].

З іншого боку, саме маркетингові інструменти мають значний потенціал для практичного вивчення мотивацій, ціннісних орієнтацій і поведінкових патернів реальних людей. Завдяки методам кількісного аналізу, зокрема опитуванням, сегментації аудиторії, А/В-тестуванню та аналізу поведінкових даних, маркетинг дає змогу здійснювати статистичний зріз і отримувати зворотний зв'язок від споживачів. У цьому контексті особливо показовою є концепція Lean Startup (Заощадливий стартап) запропонована Еріком Рісом. Вона базується на принципах швидкого прототипування, експериментування та гнучкої адаптації до змін, що не лише оптимізує процес

створення продуктів, але й відкриває простір для виявлення справжніх цінностей і потреб людини [34]. Таким чином, маркетинг може слугувати важливим каналом для осмислення сучасних потреб і створення умов, які сприяють прояву автентичної ідентичності.

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків. У підсумку маємо зазначити, що, як показує критичний аналіз, жодна з розглянутих дисциплін у своїх підходах до вивчення людини не пропонує універсальної методології дослідження процесу формування самоактуалізованої особистості. Водночас кожна з них містить концептуальні ресурси, здатні збагатити міждисциплінарне розуміння цього процесу. Завдання полягає не у заміні одного підходу іншим, а у побудові відкритого діалогу між різними науковими й практичними парадигмами, де кожен з підходів зберігає свою специфіку, проте всі вони застосовуються для теоретичного обґрунтування та розробки ефективних методик для на досягнення спільної мети – становлення свідомої, рефлексивної, автономної, відповідальної та творчої особистості.

Цей підхід до інтеграції знань відображає також класичну ідею консерватизму, згідно з якою поступові, еволюційні зміни є ефективнішими та стійкішими, ніж радикальні трансформації. Як стверджував Едмунд Берк, «суспільство є не контрактом між живими, а між живими, мертвими і тими, хто ще не народився», – і тому розвиток має ґрунтуватися на спадкоємності, обережному осмисленні змін і повазі до вже напрацьованих форм знання та досвіду [34]. Така філософія змін дозволяє уникати однобічності, спираючись на перевірені цінності, що розкривають нові можливості в межах знайомих структур.

У перспективі подальших досліджень доцільно зосередити увагу на більш глибокому аналізі механізмів впливу кожної з дисциплін, їхніх меж і точок перетину. Особливу вагу має пошук нових форм інтеграції знань – створення синтезованої, міждисциплінарної парадигми, що поєднувала б наукову обґрунтованість із ціннісною зрозумілістю. Такий підхід передбачає оформлення результатів у гуманістичну, доступну та всеохоплюючу концепцію, яка могла б не лише пояснювати, а й ефективно сприяти особистісному зростанню в реальному соціальному й культурному контексті.

Література

1. Maslow A. H. *Motivation and Personality*. New York : Harper & Row, 1954. 411 p.
2. Канеман Д. Мислення, швидке й повільне. Київ : Наш формат, 2017. 480 с.
3. Nussbaum M. *Creating Capabilities: The Human Development Approach*. Cambridge : Harvard University Press, 2011. 240 p.

4. Sen A. *Development as Freedom*. New York : Anchor Books, 1999. 384 p.
5. Rogers C. R. *On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy*. Boston : Houghton Mifflin, 1961. 420 p.
6. Гайдеггер М. *Буття і час*. Київ : Основа, 2003. 440 с.
7. Freire P. *Pedagogy of the Oppressed*. New York : Continuum, 1970. 183 p.
8. Ryan R., Deci E. *Self-Determination Theory: Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness*. New York : Guilford Press, 2017. 756 p.
9. Kaufman S. *Transcend: The New Science of Self-Actualization*. New York : TarcherPerigee, 2020. 432 p.
10. Моляко В. О. Психологічне дослідження творчого потенціалу особистості. Монографія. Київ : Педагогічна думка, 2008. 207 с.
11. Моляко В. О. Робоча концепція стратегічного та тактичного подолання кризових науково-освітніх проблем (психологічні ракурси). *Актуальні проблеми психології. зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України*. 2017. Т. 12, № 23. С. 6–12.
12. Новіков Б. В. Філософія як теорія і методологія творчості. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка*. 2011. № 22. С. 108–113.
13. Богачев Р. М., Костроміна Г. М., Руденко Т. П. Творчий потенціал особистості у сучасному соціально-культурному просторі: особливості розвитку та реалізації. *Освітній дискурс. зб. наук. пр. Наука-технології-інформація*. 2021. № 34 (6). С. 38–47.
14. Ліпін М. В. Освіта як простір розвитку сутнісних сил особистості. *Вісник КНТЕУ*. 2015. № 3 (101). С. 39–48.
15. Равлюк Т. А. Розвиток творчого потенціалу майбутніх соціальних працівників у процесі вивчення курсу «Основи комунікації в соціальній роботі». *Молодий вчений*. 2010. № 4 (44). С. 433–436.
16. Matsa M., Priyanka R. Understanding Gen Z's Identity and Consumer Trends. *Journal of Youth Marketing*. 2024. Vol. 21, No. 1. P. 44–59.
17. Salam R., Hassan A., Ahmad N. The Rise of Socially Conscious Branding Among Gen Z. *Asian Journal of Marketing*. 2024. Vol. 15, No. 2. P. 21–33.
18. Camphouse. Gen Z Trends 2025: What Marketers Need to Know. URL: <https://camphouse.io/blog/gen-z-trends> (дата звернення: 25.04.2025).
19. McKinsey & Company. True Gen: Generation Z and Its Implications for Companies. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies> (дата звернення: 25.04.2025).
20. Štofánová L., Smetanková M., Krajňáková E., Švec M. Soft Skills and Their Importance in the Labour Market Under the Conditions of the Fourth Industrial Revolution. 2023. Vol. 9, No. 8.
21. Vedaste B., Mensah I., Baah C., Antwi C. Employee Motivation and Retention in Modern Workplaces. *Journal of HR Practices*. 2023. Vol. 11, No. 4. P. 55–71.
22. Фромм Е. *Втеча від свободи*. Харків : Клуб Сімейного Дозвілля, 2019. 288 с.
23. Сартр Ж.-П. Екзистенціалізм – це гуманізм. Читанка з філософії. у 6 книгах. Київ : Довіра, 1993. Книга 6. С. 131–139.

24. Муратова І. А. Філософське осмислення технології в гуманізмі. *Science Rise*. 2017. № 1 (1). С. 40–44.
25. Dewey J. *Experience and Education*. New York : Macmillan, 1938. 91 p.
26. Schultz T. W. *Investment in human capital: The role of education and of research*. New York : The Free Press, 1971. 272 p.
27. Blackwell R. D., Miniard P. W., Engel J. F. *Consumer Behaviour*. Mason : ThomsonSouth-Western, 2006. 720 p.
28. Lilienfeld S. O., Lynn S. J., Ruscio J., Beyerstein B. L. *50 Great Myths of Popular Psychology: Shattering Widespread Misconceptions about Human Behaviour*. Malden : Wiley-Blackwell, 2010. 352 p.
29. Becker G. S. *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. Chicago : University of Chicago Press, 1993. 390 p.
30. Сазерленд Д. *Scrum: Навчись робити вдвічі більше за менший час*. Харків : Клуб Сімейного Дозвілля, 2016. 248 с.
31. Thomas K. W., Velthouse B. A. Cognitive Elements of Empowerment: An Interpretive Model of Intrinsic Task Motivation. *Academy of Management Review*. 1990. Vol. 15, No. 4. P. 666–681.
32. Deci E. L., Ryan R. M. The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*. 2000. Vol. 11, No. 4. P. 227–268.
33. Baudrillard, J. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London : Sage Publications, 1998. 224 p.
34. Ries E. *The Lean Startup*. New York : Crown Business, 2011. 320 p.
35. Burke E. *Reflections on the Revolution in France*. New Haven : Yale University Press, 2009. 357 p.

Анотація

Коваль О. А., Говорун А. О. Міждисциплінарний характер дослідження процесу формування самоактуалізованої особистості. – Стаття.

У статті здійснено всебічний аналіз процесу формування самоактуалізованої особистості як складного та динамічного явища, що потребує міждисциплінарного підходу, який об'єднує філософські, психологічні, педагогічні, управлінські та маркетингові концепти. Самоактуалізація розглядається як цілісна стратегія особистісного зростання, що визначає напрямки життя індивіда та формує його здатність до осмисленої взаємодії з оточуючим світом. Теоретичну основу дослідження складають ключові концепції гуманістичної психології, зокрема ідеї А. Маслоу про ієрархію потреб та самореалізацію як найвищу цінність людського існування, а також підходи К. Роджерса, який акцентував увагу на важливості безумовного позитивного ставлення, автентичності та особистісного досвіду у становленні повноцінної особистості. Значну увагу приділено екзистенційній філософії (М. Гайдеггер, Ж.-П. Сартр), яка розглядає питання свободи вибору, пошуку сенсу життя та прийняття відповідальності за власне буття. Важливе місце в аналізі займають ідеї гуманістичної філософії (Е. Фромм, Б. Новіков, І. Муратова), що підкреслюють роль творчої діяльності в процесі само-

розвитку особистості. Окремо проаналізовано сучасні інструменти менеджменту (Scrum), що дозволяють формувати гнучкі стратегії розвитку для особистісного самовдосконалення, та підходи сучасного маркетингу (Lean Startup), орієнтованого на створення цінності й підвищення обізнаності щодо особистісного потенціалу. У статті обґрунтовано, що прагнення до самоактуалізації нерідко зустрічає серйозні перешкоди у вигляді когнітивних викривлень, спрощених та комерціалізованих моделей коучингу, ринкового тиску на особистість і домінування редукціоністських підходів, які ігнорують багатогранність людської природи. Автор підкреслює необхідність інтеграції різних наукових і практичних підходів.

Ключові слова: самоактуалізація, міждисциплінарний підхід, особистісний розвиток, гуманізм, самовизначення, освіта, менеджмент, маркетинг, когнітивні упередження, автентичність.

Summary

Koval O. A., Hovorun A. O. The interdisciplinary nature of the study of the process of forming a self-actualized personality. – Article.

The article offers a thorough analysis of the formation of a self-actualized personality, emphasizing it as a complex and dynamic phenomenon that necessitates an interdisciplinary approach, integrating philosophical, psychological, pedagogical, managerial, and marketing concepts. Self-actualization is considered a holistic strategy for personal growth, shaping an individual's life direction and their capacity for meaningful interaction with the surrounding world. The study's theoretical foundation is based on key concepts of humanistic psychology, particularly A. Maslow's hierarchy of needs and self-actualization as the highest human value, along with C. Rogers's emphasis on unconditional positive regard, authenticity, and personal experience in developing a fully realized personality. Considerable attention is given to existential philosophy (M. Heidegger, J.-P. Sartre), exploring freedom of choice, life's meaning, and responsibility for one's existence. The analysis also addresses humanistic philosophy (E. Fromm, B. Novikov, I. Muratova), highlighting the role of creative activity in personal development. The article also explores modern management tools, particularly the Scrum framework, which supports the creation of flexible strategies for ongoing personal development. It also considers contemporary marketing approaches, such as the Lean Startup methodology, which focuses on creating value and fostering greater awareness of one's personal potential. It is argued that the pursuit of self-actualization often encounters obstacles such as cognitive distortions, oversimplified and commercialized coaching models, market pressures, and dominant reductionist approaches that ignore the complexity of human nature. The author stresses the need to integrate diverse scientific and practical approaches.

Key words: self-actualization, interdisciplinary approach, personal development, humanism, self-determination, education, management, marketing, cognitive biases, authenticity.