

Основні ціннісні вектори саморозвитку особистості з різними рівнями й типами релігійних орієнтацій

Ю. С. Мельник

Кременецький педагогічний коледж, Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка
Corresponding author. E-mail: yuliyamarchuk93@gmail.com

Paper received 12.08.18; Accepted for publication 18.08.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PP2018-174VI72-12>

Анотація. У статті здійснено стислий теоретичний аналіз релігійних орієнтацій особистості у загальній структурі її ціннісної сфери. Емпірично з'ясовано і проаналізовано ієрархію базових цінностей-цілей респондентів із різними рівнями й типами релігійної орієнтації: низької загальної релігійної орієнтованості, високої зовнішньої релігійної орієнтованості та високої внутрішньої релігійної орієнтованості. Кількісно та якісно описано відмінності основних ціннісних векторів саморозвитку особистостей з різними типами релігійної орієнтації.

Ключові слова: особистість, цінність, ціннісна орієнтація, релігійна орієнтація, саморозвиток.

Вступ. Релігія завжди впливала і продовжує впливати на людські долі та глобальні суспільні процеси. Адже людина – істота хоча і свідомо, раціональна, мисляча, проте розуміє обмеженість свого розуму перед багатьма явищами складного й суперечливого життя. Тому і звертається нерідко до релігійної віри як уособлення трансцендентної Сили. Природа будь-якої релігійної системи – аксіологічна, оскільки те, що не завжди пояснюється раціонально, якраз приймається «серцем».

У філософії, науці, громадській думці в різні історичні періоди й по сьогодні співіснують різні погляди на проблему співвідношення релігійних ціннісних орієнтацій з іншими орієнтаціями людини, з векторами та траєкторіями її саморозвитку назагал. Причому такі погляди діаметрально протилежні: від визнання абсолютно позитивної значущості релігії в гармонійному, повноцінному особистісному становленні через заперечення такої ролі до думки про негативний відповідний її вплив. Отож, дана проблема продовжує потребувати свого ретельного й виваженого наукового вивчення, в тому числі емпіричного.

Стислий огляд публікацій із теми. Яке ж справжнє місце релігійних орієнтацій у складній системі ціннісних орієнтацій віруючої, релігійної людини? Г. Рікерт, один із засновників аксіології, поділяє усі цінності на шість основних класів: логічні (в наукових досягненнях), естетичні (у творах мистецтва), містичні (в культах), релігійні, моральні та особистісні [3]. З огляду на таку фундаментальну класифікацію, релігійні орієнтації є одними із ключових у житті людини.

М. Шелер пропонує не просто класифікацію, а ієрархію цінностей: на найнижчому її щаблі – чуттєві цінності («приємне»), над ними – життєві, або вітальні («благородне»), ще вище – духовні, в тому числі, естетичні («прекрасне»), далі – морально-правові («справедливе»), потім – гносеологічні («істинне»), а найвище, на думку мислителя, перебувають релігійні цінності («святе») [4]. Можна, звісно, дискутувати із приводу саме такої побудови аксіологічної ієрархії, але безсумнівно залишатиметься одне – те, що кожна конкретна людина називає «святим», є одночасно і найбільшою цінністю для неї. І якщо ця людина – релігійна, то до сфери такої святості належить її релігія.

У сучасній науці доволі ґрунтовно різні класифікації цінностей систематизують С. В. Матяж та А. О. Березянська: 1) за об'єктом засвоєння – матеріальні й морально-духовні; 2) за метою засвоєння – егоїстичні

та альтруїстичні; 3) за рівнем узагальненості – конкретні й абстрактні; 4) за способом вияву – ситуативні та стійкі; 5) за роллю в діяльності людини – термінальні й інструментальні; 6) за змістом діяльності – пізнавальні та предметно-перетворювальні (творчі, естетичні, наукові, релігійні та ін.); 7) за належністю – особистісні (індивідуальні), групові (колективні), суспільні, загальнонародні (національні), загальнолюдські. Вчені також розмежовують рівні класифікації цінностей: філософський – поділ на релігійні, етичні, естетичні, логічні та економічні; соціологічний – цінності-норми, цінності-ідеали, цінності-цілі, цінності-засоби; психологічний – вони поділяються за предметом або змістом об'єктів, на які цінності спрямовані (соціально-політичні, моральні, економічні, релігійні та ін.), та за суб'єктом ставлення (суспільні, цінності соціальних груп, колективні, індивідуальні) [2]. Отже, релігійні ціннісні орієнтації входять до складу одразу кількох фундаментальних класифікаційних груп цінностей.

Тут важливо в цілому зауважити, що в Україні на сьогодні не так вже й багато досліджень, особливо емпіричних і психологічних, присвячених вивченню власне релігійних орієнтацій наших співгромадян. У цій царині пріоритет поки що належить соціологам, котрі вимірюють та описують переважно кількісні аспекти вірувань, здебільшого мало вдаючись до якісного опису отриманих результатів.

Отож, **мета дослідження** – стисло теоретично обґрунтувати та емпірично з'ясувати особливості провідних ціннісних векторів саморозвитку особистості з різними рівнями й типами релігійної орієнтації.

Матеріали й методи. Після пілотажних емпіричних розвідок, підсумкову вибірку сформували 211 респондентів, самоідентифікованих згідно з анкетною «Релігійні орієнтації» І. М. Богдановської, як «релігійні». Серед них 209 осіб – студенти денної та заочної форм навчання Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії ім. Тараса Шевченка та Рівненського державного гуманітарного університету (віком від 17 до 30 років); а 202 особи – працюючі й тимчасово непрацюючі громадяни (освітяни, державні службовці, фермери віком від 31 до 60 років). Окремо зауважимо про певну гендерну диспропорцію вибірки (159 жінок і 62 чоловіка), адже, як вже, мабуть, традиційно склалося, значно більше відмов узяти участь у дослідженні ми отримували саме від представників чоловічої статі. Попередньо припускалося, що, мож-

ливо, це пов'язане з їх назагал нижчою, порівняно із дівчатами й жінками, релігійною орієнтованістю.

Основним психодіагностичним інструментарієм на першому етапі емпіричного дослідження стала відома не тільки у психології релігії, а й у персоналогії «Шкала релігійної орієнтації» Г. Олпорта та Д. Росса. Згідно з концепцією її авторів, методика містить дві субшкали: зовнішньої (екстринсивної) релігійної орієнтації (11 питань) та внутрішньої (інтринсивної) релігійної орієнтації (9 питань). Оскільки за кожну отриману відповідь потенційно може бути присвоєно від 1 до 4 балів, то в підсумку за субшкалою зовнішньої релігійної орієнтації кожен респондент максимально міг набрати 44 бали, а за субшкалою внутрішньої релігійної орієнтації – 36 балів.

Отже, після процедури психодіагностування, окремо вираховувалися емпіричні показники рівнів вираженості зовнішньої (сума балів за 11 першими пунктами) та внутрішньої (сума балів за 9 останніми пунктами) релігійної орієнтації для кожного респондента окремо. Потім формувалася спільна матриця кількісних даних. Далі були обраховані середні арифметичні показники та стандартні відхилення в цілому по вибірці: 1) зовнішня релігійна орієнтованість – $\bar{x} = 25,13$; $\sigma = 5,02$; внутрішня релігійна орієнтованість – $\bar{x} = 23,20$; $\sigma = 4,27$. Таким чином, показники середньої міри вираженості зовнішньої релігійної орієнтованості досліджених респондентів коливаються в межах від 21 до 30 балів, внутрішньої релігійної орієнтованості – від 19 до 27 балів.

За підсумками проведеного психодіагностування та первинної математико-статистичної обробки даних були визначені наступні підгрупи респондентів: 1) із середнім рівнем вираженості загальної релігійної орієнтованості – показники як зовнішніх, так і внутрішніх релігійних орієнтацій перебувають у межах середнього рівня (разом – 110 осіб); 2) з низьким рівнем вираженості загальної релігійної орієнтованості (як зовнішньої, так і внутрішньої – 33 особи); 3) з високим рівнем вираженості тільки зовнішньої релігійної орієнтованості (30 осіб); 4) з високим рівнем вираженості тільки внутрішньої релігійної орієнтованості (32 особи); 5) з високим рівнем вираженості як зовнішньої, так і внутрішньої релігійної орієнтованості (6 осіб, умовно названі «амбівалентними»). Остання підгрупа, у зв'язку зі своєю малочисельністю, надає випадок зі сфери статистичного аналізу й порівнянь з іншими емпірично виокремленими підгрупами.

На другому етапі емпіричного дослідження було використано методику більш проєктивного характеру – «Must-тест» П. М. Іванова та О. Ф. Колобової, а саме: її скорочений варіант. На нашу думку, ціннісно-цільову спрямованість особистості найкраще відображають спроби завершити речення «Я обов'язково повинна (ен)...», які й було запропоновано завершити по шість разів кожному респонденту. Натомість було вилучено речення типу «Жахливо, якщо...» та «Я не можу терпіти...» (які пропонуються у первинному авторському варіанті методики). Отримані загальні текстові масиви даних були розподілені за попередньо виокремленими підгрупами, а вже потім оброблялися окремо шляхом контент-аналізу. Як і радять самі автори даної методики, у зв'язку зі специфікою обраної для дослідження проблематики, ми не «накидали» класичні «must-теми» на отримані результати, а виок-

ремлювали відповідні «ціннісно-цільові категорії», виходячи зі змісту самих конкретних текстів.

Результати та їх обговорення. Переходимо до аналізу та інтерпретації отриманих емпіричних даних у трьох найбільш контрастних наших підгрупах: низько релігійно орієнтованих, високо зовнішньо релігійно орієнтованих і високо внутрішньо релігійно орієнтованих осіб.

1. Респонденти з низькою загальною релігійною орієнтованістю. За результатами контент-аналізу були виокремлені наступні основні ціннісно-цільові категорії в їх ієрархії: 1) «Значущість досягнення результату» (поняття «досягти», «здобути», «втілити», «створити», «знайти» і т. ін. – разом 51); 2) «Вітально-буттєві цінності» («бути», «жити», «здоров'я» та ін. – разом 45 понять); 3) «Сімейно-родинні цінності» («сім'я», «батьки», «діти», «близькі» та ін. – 42 поняття); 4) «Духовні цілі»: «допомогати», «любити», «вірити», «добро», «чесний» та ін. – 32 поняття); 5) «Матеріальні цінності» («робота», «працювати», «заробити», «будинок» та ін. – 31 поняття); 6) «Гедоністичні цілі» («щастя», «щасливий», «подорожувати» і т. ін. – 29 понять); 7) «Цінності розвитку» («самовдосконалення», «впевненість», «успіх», «гідний» та ін. – 24 поняття); 8) «Освітньо-виховні цілі» («вивчитися», «навчити», «виховати» і т. ін. – 18 понять); 9) «Оцінні категорії» («хороший», «чудовий», «багато», «більше», «цікавий» та ін. – 15 понять); 10) «Загальнолюдські поняття» («людина», «люди», «інші» і т. п. – 8 понять); 11) «Інтенції на майбутнє» («почати», «майбутнє» та ін. – 5 понять); 12) «Ситуативні цілі» («ситуація» і т. ін. – 5 понять). Усіх разом – 305 понять.

Згідно із загальною предметною сферою нашого дослідження, до особистісного саморозвитку як психологічного поняття можна віднести, насамперед, наступні категорії виокремлених цінностей-цілей: «цінності розвитку» (в основному включають у себе поняття із префіксом «само-», а також реально досягнуту результативність у досягненні чогось – наприклад, «успіх»), «освітньо-виховні цілі» (актуальні в нашій вибірці у зв'язку з тим, що майже 60 % опитаних – студенти різних форм навчання), а також «інтенції на майбутнє». Разом усіх понять у зазначених підгрупах – 47, що становить 15,41 % від усіх зафіксованих у підгрупі слів.

Зауважимо, що прототипними висловами у категорії власне «Цінності розвитку» в цій підгрупі виступають твердження типу: «Я обов'язково повинен (на) самовдосконалюватися» та «саморозвиватися» (без вказування конкретної сфери такого саморозвитку). При цьому підтекст інших зафіксованих тверджень вказує, насамперед, на сімейно-родинну та професійну основу подібної особистості («стати чудовим чоловіком/батьком (дружиною/мамою)», «вивчитися/здобути освіту» й ін.).

У категорії «Духовні цілі» – 32 поняття, що складає 10,49 % від усіх використаних слів. При цьому, зазначимо, жодного разу не зустрілися твердження типу «Я обов'язково повинен (на) шукати (любити та ін.) Бога...», що вкладається в емпірично констатований факт низької релігійної орієнтованості респондентів даної підгрупи. А тому поставлені ними духовні цілі й відповідні цінності зазвичай звучать глобально-морально: «допомогати іншим», «робити добро» і т. ін.

2. Респонденти з високою зовнішньою релігійною орієнтованістю.

За результатами контент-аналізу були виокремлені наступні основні ціннісно-цільові категорії в їх ієрархії: 1) «Значущість досягнення результату» («досягти», «стати», «отримати», «завести», «завершити» та ін. – 38 понять), 2) «Вітально-буттєві цінності» («бути», «жити», «здоров'я» та ін. – 36 понять), 3) «Гедоністичні цілі» («щастя», «радіти», «відпочити» та ін. – 30 понять), 4) «Цінності духовності» («допомагати», «любити», «пробачати», «поважати», «вірити» й ін. – 26 понять); 5) «Цінності розвитку» («успіх», «активний» і т. ін. – 17 понять), 6) «Освітньо-виховні цілі» («вивчитися», «навчитися», «виховати» і т. ін. – 14 понять), 7) «Матеріальні цінності» («робота», «працювати», «забезпечити» та ін. – 14 понять), 8) «Сімейно-родинні цінності» («сім'я», «батьки», «діти» та ін. – 10 понять), 9) «Оцінні категорії» («хороший», «гарно» та ін. – 6 понять), 10) «Загальнолюдські поняття» («людина», «люди», «інші» і т. п. – 6 понять). Усіх разом – 197 понять.

До сфери власне особистісного саморозвитку тут відносяться, насамперед, наступні категорії виокремлених цінностей-цілей: «цінності розвитку» й «освітньо-виховні цілі». Разом усіх понять у зазначених двох типах – 31, що становить 15,74 % від усіх зафіксованих слів, що приблизно дорівнює відносній кількості вербальних індикаторів саморозвитку в попередній підгрупі респондентів.

Натомість за змістом і конотацією відповідних тверджень у підгрупі високо зовнішньо релігійно орієнтованих осіб констатуємо помітні відмінності від підгрупи низько релігійно орієнтованих осіб. По-перше, якщо в першій підгрупі відносна кількість зафіксованих у вжитих поняттях посилань на сімейно-родинні цінності складає 13,77 % (42/305), то у другій – лише 5,08 % (10/197). Відповідно, у комплексах сформульованих зовнішньо релігійно орієнтованими респондентами тверджень поняття із префіксом «само-» зустрічаються переважно самі по собі або у зв'язці із собі подібними ціннісними судженнями (наприклад, «підвищити свою самооцінку» та «попрацювати над собою»). По-друге, зафіксований тут децю вищий показник відносної кількості категорій духовності (13,20 %), знову ж таки, частіше пов'язаний з більш абстрактними та соціально спрямованими формулюваннями (наприклад, «бути соціально активною», «щось організувати» та ін.).

Зауважимо, що, незважаючи на емпірично зафіксовані високі показники релігійної орієнтованості (нехай навіть і зовнішньої) у відповідних респондентів, твердження про Бога зустрілося в цій підгрупі лише один раз (!): «Я обов'язково повинна виконувати Божі Заповіді». Такий доволі несподіваний факт досить яскраво демонструє те, що зовнішня релігійність, насправді, не є іманентною спрямованістю особистості, а лише засобом або способом підтримки нею позитивної (соціально бажаної, конформно моральної) соціальності.

3. Респонденти з високою внутрішньою релігійною орієнтованістю.

За результатами контент-аналізу були виокремлені наступні основні ціннісно-цільові категорії в їх ієрархії: 1) «Цінності духовності» («любити», «вірити», «добро» та ін. – 43 поняття), 2) «Значущість досягнення результату» («досягти», «здобути», «реалізувати» й ін. – 37 понять), 3) «Вітально-буттєві цінності» («бути», «жити», «здоров'я»

та ін. – 37 понять), 4) «Сімейно-родинні цінності» («сім'я», «батьки», «діти» й т. ін. – 26 понять), 5) «Освітньо-виховні цілі» («вчитися», «вчити», «виховати» й т. ін. – 26 понять), 6) «Гедоністичні цілі» («щастя», «радість», «відпочити» та ін. – 23 поняття), 7) «Цінності розвитку» («самовдосконалення», «впевненість», «успіх» та ін. – 21 поняття), 8) «Релігійні цінності» («Бог», «священик» та ін. – 17 понять), 9) «Матеріальні цінності» («робота», «працювати», «збудувати» та ін. – 14 понять), 10) «Загальнолюдські поняття» («людина», «люди», «інші» і т. п. – 14 понять), 11) «Оцінні категорії» («хороший», «більше», «краще» та ін. – 11 понять). Усіх разом – 259 понять.

До семантичного відтворення змісту власне особистісного саморозвитку тут знову відносяться, насамперед, такі категорії виокремлених цінностей-цілей, як «цінності розвитку» й «освітньо-виховні цілі». Разом усіх понять у зазначених двох категоріях – 47, що становить 18,15 % від усіх зафіксованих у підгрупі слів, що є найвищим відносним показником серед трьох досліджених підгруп. Розглянемо детальніше семантичний контекст особистісного саморозвитку в останній серед порівнюваних підгрупі.

І за змістом, і за конотацією відповідних тверджень у підгрупі високо внутрішньо релігійно орієнтованих осіб констатуємо помітні відмінності від обох попередніх підгруп. По-перше, тут вперше з'являється і чітко проявляє себе категорія «релігійні цінності» (17 понять – 6,56 % від загальної кількості слів). Вона представлена, наприклад, такими судженнями, як: «дякувати за все Богові», «дотримуватися Божих Заповідей», «стати священиком» та ін.

Припускаємо, що ті респонденти, у вербальних реакціях котрих згадка про Бога безпосередньо не проявилася, в непрямій формі втілили свою релігійну віру в категорії домінантних тут «духовних цінностей» (16,60 % від загальної кількості зафіксованих понять). Це такі вислови, як, наприклад, «Я обов'язково повинен (на) залишатися людиною», «Я обов'язково повинен (на) вірити (надіятися, любити ближніх і т. ін.)», «Я обов'язково повинен (на) думати за інших» та ін. Саме в такому релігійному та загальнолюдському контексті й зустрічаються поняття із префіксом «само-», висловлені респондентами з високим рівнем внутрішньої релігійної орієнтованості.

Отримані нами емпіричні дані в цілому відповідають світовим тенденціям, маючи, водночас, і певні власні акценти. Так, Г. Спаркс і Дж. Гор вивчають рівні релігійної ідентифікації американців-християн (із власною спільнотою, з американцями та з усім людством) співвідносно з різними типами релігійної орієнтації. Отримані емпіричні результати продемонстрували, що ідентифікація із країною корелює із зовнішньою релігійною орієнтованістю та ортодоксальним християнським віросповіданням, тоді як ідентифікація із цілим людством – із внутрішньою релігійною орієнтованістю [6].

С. Браун та А. Вестмен дослідили взаємозв'язок між релігійними орієнтаціями й досвідом екзистенціального переживання людиною «життя як течії». На думку авторів, відповідний досвід близький до переживань спортсменів-атлетів. Згідно з отриманими в такому концептуальному річизі даними, оскільки особи з інтринсивною релігійною орієнтацією «живуть своєю релігією», то, відповідно, вони меншою мірою переживають зазначене відчуття у своїй по-

вськденній активності. Натомість в осіб з екстринсивною релігійною орієнтацією переживання досвіду «потоків» зростало саме під час публічних релігійних зібрань, а не, наприклад, у процесі індивідуальної молитви. Такі дані вчені пояснюють фактом прагнення представників останнього типу отримувати користь і задоволення саме від певної власної соціальної належності [5].

Д. А. Матюхін за результатами емпіричного дослідження, в якому порівнювалися особливості ціннісних орієнтацій російської молоді трьох основних підгруп – «віруючої», «невіруючої» та «невизначеної», дійшов таких висновків. По-перше, серед тих, хто ідентифікує сам себе як «віруючий», переважають цінності традиційного та індустріального суспільства. По-друге, і серед тих, хто самоідентифікувався як «невіруючий», і серед тих, хто не визначився з цим питанням, переважають цінності матеріалістичної та гедоністичної індивідуальної орієнтації. По-третє, у структурі ціннісної свідомості віруючих помітне навантаження теж мають окремі індивідуалістичні орієнтири, представлені цінностями прагнення до свободи, незалежності та творчості [1].

Ми ж констатуємо, що зовнішня релігійна орієнтація особистості має, насамперед, розлогий соціальний підтекст, передбачаючи цінність не тільки вузького сімейного середовища, а й активного соціального самопозиціонування у своєму суспільстві. Натомість внутрішня релігійна орієнтація характеризується, в унісон із даними американських учених, не тільки індивідуальними цілями, а й більш глобальними та альтруїстичними ціннісними орієнтаціями на духовну «допомогу ближньому».

Висновки. Отже, за результатами проведеного комплексного емпіричного дослідження можемо стверджувати, що найбільш високий відсоток вільно висловлених понять, які висвітлюють категорію цінностей-цілей саморозвитку, виявлено саме у підгрупі високо внутрішньо релігійно орієнтованих осіб. Таким чином, сучасна релігія – це не шлях до самоізоляції, самозабуття, самознецінення, як це колись видавалося, а один із повноцінних варіантів особистісного саморозвитку, просто дещо в іншому, порівняно з мало- або нерелігійними індивідуумами, смислово своєму контексті.

ЛІТЕРАТУРА

1. Матюхін Д. А. Ціннісний вимір стилю життя сучасної молоді в контексті релігійної приналежності: соціологічний аналіз / Д. А. Матюхін // Науково-теоретичний альманах «Грані». – 2018. – Т. 21. – № 2. – С. 44-51.
2. Матяж С. В. Класифікація цінностей та ціннісних орієнтацій особистості / С. В. Матяж, А. О. Березянська // Наукові праці. Соціологія. – Випуск 213. Том 225. – С. 27-30.
3. Риккерт Г. Ценности жизни и культурные ценности / Г. Риккерт // ЭОН. Альманах старой и новой культуры. – Вып. 1-2. – М., 1994. – С. 55–101.
4. Шелер М. Избранные произведения / М. Шелер; пер. с нем., сост., науч. ред., предисл. А. В. Денежкина, послесл. А. В. Чухиной. – М.: Гнозис, 1994. – 413 с.
5. Brown S. R. Relationships between Religious Orientations and Flow Experience: An Exploratory Study / S. R. Brown and A. S. Westman // Psychology of Religion. – 2008. – No 30(1) – P. 235-240.
6. Sparks H. L. My Religion and My People: Levels of Ingroup Identification and Christian Religious Orientations / H. L. Sparks, J. Gore // Kentucky Journal of Undergraduate Scholarship. – 2017. – Volume 1, Issue 1. – P. 1-21.

REFERENCES

1. Matyukhin, D.A. (2018) Tsinnisnyi vymir styliu zhyttia suchasnoi molodi v konteksti relihiinoi prynalezhnosti: sotsiologichnyi analiz [Value measurement of the lifestyle of modern youth in the context of religious affiliation: a sociological analysis]. Scientific and theoretical almanac «Grani», 21(2), 44-51.
2. Matyazh S.V. Klyasyfikatsiya tsinnostey ta tsinnisnykh oriyentatsiy osobystosti [Classification of Values and Value Orientations of Personality]. Scientific papers. Sociology. - Volume 225, Issue 213. - P. 27-30.
3. Rikkert H. Tsenosti zhizni i kul'turnyye tsennosti [Value Theory and the Foundations of the Cultural Sciences]. Almanac of old and new culture, 1-2., 55–101.
4. Scheler M. Izbrannnye proizvedeniya [On feeling, knowing, and valuing : selected writings]. / Max Scheler. Translated from German. Scientific. Ed.by A.V. Denezhkina, A. V. Chukhina. - Moscow: Gnosis, 1994. - 413 p.

The main value vectors of the individual's self-development with different levels and types of religious orientations

Y. S. Melnyk

Abstract. The article provides a brief theoretical analysis of the person's religious orientations in the general structure of his/her value sphere. The hierarchy of respondents' basic values and goals with different levels and types of religious orientation has been empirically determined and analyzed: low general religious orientation, high external religious orientation and high internal religious orientation. The differences between the main value vectors of individuals' self-development with different types of religious orientation have been described both quantitatively and qualitatively.

Keywords: personality, value, value orientation, religious orientation, self-development.