

АКСИОМЕТРИЯ - формирующаяся комплексная научная дисциплина, ставящая своими целями выявление: актуально и потенциально презентированных в конкретных социокультурных средах и ситуациях "наборов" ценностей и ценностных систем (феноменология); соотносительной значимости ценностей между собой и у разных социальных субъектов (измерения и статистики); существующих механизмов "ценностного причинения", т.е. целеполагания и долженствования (социальная психология); реально существующих типологий ценностей и их носителей-субъектов (социология); генезиса и развития ценностных представлений и самих ценностей (историческая социология и культурология).

Основанием А. выступает аксиология (см.) как философская дисциплина, взятая в одной из своих методологически обосновываемых для аксиометрического анализа версий. А. претендует на развитие подходов, ранее развивавшихся в социологии и психологии как исследование ценностных ориентаций, социальных установок и аттитюдов ("внутрикультурные" исследования), в социологии и антропологии как кросс-культурные исследования. Особый упор в А. делается на изучение ценностей в целостных социокультурных и исторических контекстах и на новых методолого-методических основаниях.

В качестве методов работы в А. Называются тесты (см.) (направленные на изучение мотиваций и личностных выборов); проективные методики (предполагающие "проигрывание" аксиологической проблематики в условно задаваемых ситуациях и режимах); аксиобиографические методики (ориентированные на выявление личностных смыслов респондентов и наиболее значимых, аксиологически окрашенных событий их жизни); методы социопсихолингвистики или семиосоциопсихологии (позволяющие фиксировать смысловую воспринимаемость речи, текстов и сообщений); контент-анализ (измерение "встречаемости" и частотности аксиологически значимых единиц-сигналов) и информационно-целевой (смысловой, содержательный) анализ текстов и любых иных знаково закрепленных продуктов человеческой деятельности; социометрия (фиксация и анализ предпочтений в социальных группах); метод семантического дифференциала (основанный на шкальном измерении ценности через характеризующие ее антонимические пары прилагательных); работу в фокус-группах (основанную на срежессированном по сценарию "представлении", "разыгрывании", обсуждении интересующей проблематики в режиме групповой работы); методы статистической обработки и качественного анализа получаемых результатов.

Насущная потребность конституирования А. как особой научной области очевидна, в этом направлении сделан ряд шагов: в рамках отечественного социально-гуманитарного знания и социологии многомерную разработку основоположений А. осуществил А.П. Вардомацкий (см.).

В.Л. Абушенко