ОГЛАВЛЕНИЕ  
Преамбула к книге    7  
Пролегомены к тексту    11  
Глава 1. Фразеология теории ценностей    19  
1.1. Натуралистический психологизм    20  
1.2. Аксиологический трансцендентализм    23  
1.3. Персоналистический онтологизм    35  
1.4. Социологическая концепция ценностей    40  
1.5. Культурно-исторический релятивизм    47  
1.6. Феномен ценностей в российской аксиологии    58  
Глава 2. Онтология ценностей    65  
2.1. Философия культуры    65  
Понятие социальной системы. Культура как сущность социума.   
Ноосфера как способ жизнедеятельности социума. Цивилизация как этап в развитии социума. Ценности как элементы культуры  
2.2. Цикл общения    81  
Идея. Экспериоризация. Опредмечивание. Отчуждение. Вещь. Освоение. Распредмечивание. Интериоризация. Идея  
Глава 3. Типология ценностей    87  
3.1. Ценности как элементы  социальной системы    87  
Люди. Вещи. Институты. Знаки  
3.2. Измерение ценностей    94  
Утилитарные ценности. Идеологические ценности. Персонифицированные ценности. Институциональные ценности  
3.3. Ценностно-ориентационная деятельность    98  
Субъект деятельности. Объект деятельности. Уровни теоретический и эмпирический  
Глава 4. Феноменология ценностей    103  
4.1. Утилитарные ценности    104  
Экономика. Производство. Стоимость. Собственность. Формы собственности. Закон собственности  
4.2. Идеологические ценности  в духовной культуре    111  
Духовная жизнь общества. Язык как главная ценность духовной жизни. Общение как ценность. Виртуальная реальность как ценность.  
4.3. Институциональные ценности    130  
Ценности политики. Ценностные ориентиры истории. Ценностные иерархии  
4.4. Персонифицированные ценности    141  
Социальная сущность человека. Асимптоты человеческого существования. Социализация индивида. Ценность смерти. Смысл жизни. Достоинство смерти. Вечные человеческие ценности: вера – надежда – любовь, истина – добро – красота и Мать их София  
Вокабулярий    187  
Авторская справка    193  
Библиография автора    194  
Библиографический список    198