

Spis treści

Wstęp. Luksus i szara codzienność	7
Rozdział 1. Etyczne wymiary konsumpcji	
Etyka i moralność w kulturze konsumpcji	13
Konsumpcja i jej wymiary etyczne	24
Rozdział 2. Koncepcja luksusu w kulturze konsumpcji	
Co to jest luksus?	56
Luksus w świetle wypowiedzi badanych	59
Luksus jako wizytówka społeczeństwa konsumpcyjnego	67
Nowy luksus	71
Luksus i jego imitacje	76
Banalność luksusu	85
Rozdział 3. Wyznaczniki luksusu. Dobra codzienne i luksusowe	
Dobra pozycyjne w perspektywie historycznej	91
Demokratyzacja luksusu – „inflacja” dóbr pozycyjnych	93
Wyznaczniki luksusu. Analiza wypowiedzi badanych	102
Rozdział 4. Obraz luksusu w reklamie	
Reklama, zazdrość, luksus i blichtr	130
Barwy luksusu	135
Luksus w tekstach reklamowych	152
Rozdział 5. Iluzje luksusu. Różnorodność przestrzeni konsumpcji	
Bogate centrum i biedne peryferia	158
„Miejsca bez właściwości”	164

Bazar – miejsce z „charakterkiem”	170
Salony kultury: usługi wyższego rzędu	177

Rozdział 6. Marzenia na miarę możliwości...

Stan subiektywnej deprywacji	181
Na co mnie nie stać?	187
„Marzenia na miarę możliwości...”	197
Rzeczy używane	200

Zakończenie. Społeczno-moralne konteksty

konsumpcji	211
Kryzys i anty-Robin Hood	212
Opór wobec konsumpcji	218

Bibliografia	222
--------------------	-----

Aneks. Krótka charakterystyka badań	246
---	-----