

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE

Rozdział I

PÓŻNA NOWOCZESNOŚĆ, PŁYNNA RELIGIJNOŚĆ; SEKS UTYLITARNY 13

Religia i seks w społeczeństwie ryzyka 22

Plastyeczność kobiecej seksualności 29

Seks, kontrola i stratyfikacja 40

Rozbrat z religijnymi normami życia seksualnego 45

O skutecznej strategii utrzymania kontroli 53

Rozdział II

SUPERMARKETYZACJA KULTURY 58

Konsumeryzm jako zagłuszanie ryzyka 58

Supersklep kultury 65

Nowa klasa próżniacza 69

Konsumowanie rywalizacyjne 77

Waga widzialności 86

„Uczynić wakacje częścią codzienności”: o przymusie feeryczności po raz pierwszy 96

Rozdział III

SUPERMARKETYZACJA RELIGII 101

Pokolenie z nadziejami 105

Duchowi poszukiwacze 115

Aksjonormatywne puzzle 119

Świątynia niczym *mall*: o przymusie feeryczności po raz drugi 129

Rozdział IV

SUPERMARKETYZACJA SEKSU 135

Od komercjalizacji do supermarketyzacji seksu 137

Karnawalizacja codzienności i nuda jako jej konsekwencja 147

Pornografia w głównym nurcie kultury 153

Porno-statystyki przed i po ekspansji sieci 154

O przenikaniu pornografii do głównego nurtu 164

ZAKOŃCZENIE. Z PRĄDEM I POD PRĄD 171

Supermarketyzacja „normalsów” 175

Antykonsumeryzm połowiczny 178

Aneks metodologiczny	183
Charakterystyka próby	183
Konstrukcja i przebieg badań	187
Bibliografia	189
Summary	198
Indeks nazwisk	200