Wstęp 5

CZĘŚĆ PIERWSZA (*Rafał Abramciów*) 7

Jak możliwa jest wolna wola i wolność samego człowieka 12

Fenomenologia wolności w świetle Kantowskich ustaleń filozoficznych 21

Jak możliwa jest moralność i czym jest dla człowieka? 28

Kantowska fenomenologia moralności 41

Krytyka formalizmu etycznego Kanta 59

Podsumowanie 67

CZĘŚĆ DRUGA (*Joanna Mysona Byrska*) 73

Upadek kultury – ale o co chodzi? 78

Tryumf rynku i utylitaryzmu – kwintesencja świata konsumpcji 87

„Nowe wartości” i nowe prawa 90

Zasady i reguły świata konsumpcji 93

Spłaszczony człowiek-konsument 98

Rozum instrumentalny a rozum racjonalny 106

Powinności, żądania i roszczenia 109

Skonsumowana religia 110

Maksymy i obowiązki w świecie konsumenta 113

Wolność i autonomia konsumenta 118

Mam, więc jestem bardziej 124

Konsument jako zagrożenie 134

Podsumowanie 136

Zakończenie 138

Bibliografia 140

Indeks nazwisk 145

Indeks rzeczowy 147