

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	7
SPECYFIKA MATERIAŁU BADAWCZEGO	13
METODOLOGICZNE I TEORETYCZNE ZAPLECZE BADAŃ	17
TERMINOLOGIA.....	22
STRUKTURA I CEL PRACY.....	24
Rozdział pierwszy	
OD SZEPTUCHY DO AKWIZYTORKI	27
1.1. AMBIWALENCJA KULTUROWEJ ROLI ZNACHOREK.....	27
1.1.1. Motywacja upublicznienia tajemnic znachorskich	33
1.2. KREOWANIE WIZERUNKU NEOZNACHORKI	42
1.2.1. Tradycja jako rękojmia.....	43
1.2.2. Listy czytelników – dowód efektywności adresatki	69
1.2.3. Świadectwa przekonanych sceptyków	83
Rozdział drugi	
OD SZEPTU DO WYKŁADU	96
2.1. STRATEGIE OBRONNE NEOZNACHORKI-NAUCZYCIELKI	98
2.2. UNAUKOWIENIE NEOMAGII.....	123
2.3. HISTORYCZNE ZAKORZENIENIE NEOZNACHORSTWA	139
2.4. PORADNIK JAKO PODRĘCZNIK	147
Rozdział trzeci	
OD ZAMOWY DO PRODUKTU	178
3.1. ZAMÓWIENIE – OD LUDOWEJ DO KOMERCYJNEJ ŚWIADOMOŚCI GATUNKU	178
3.2. MIĘDZY TRADYCYJĄ A EKONOMIĄ	184
3.2.1. Grupa docelowa odbiorców poradników	185
3.2.2. Aktualizacja i adaptacja „ogniw prawdziwych” praktyk znachorskich ..	190
3.2.2.1. <i>Verbum</i>	190
3.2.2.2. <i>Operatio</i>	215
3.2.2.3. <i>Materia magica</i>	220
3.2.3. Autoreklama i uatrakcyjnianie tradycji.....	227
3.2.4. Wartość handlowa porad neoznachorskich.....	248
3.3. AUTORKA – ALLONIM CZY AUTENTYK?	251
UWAGI KOŃCOWE	257

ANEKS	261
MATERIAŁ ILUSTRACYJNY DO ROZDZIAŁU PIERWSZEGO	261
MATERIAŁ ILUSTRACYJNY DO ROZDZIAŁU DRUGIEGO	269
MATERIAŁ ILUSTRACYJNY DO ROZDZIAŁU TRZECIEGO	288
BIBLIOGRAFIA	315
MATERIAŁY ŹRÓDŁOWE.....	315
ŹRÓDŁA ETNOGRAFICZNE I LITERACKIE	318
LITERATURA I PRASA EZOTERYCZNA.....	323
LITERATURA I PRASA RELIGIJNA	326
LITERATURA KRYTYCZNA	328
ŹRÓDŁA NIENAUKOWE	350
SPIS ILUSTRACJI	353
INDEKS RZECZOWY W JĘZYKU POLSKIM I ROSYJSKIM	354
INDEKS POSTACI W JĘZYKU POLSKIM I ROSYJSKIM	357
PE3IOME	359
SUMMARY	362