

Spis treści

Wstęp

Konsumpcja i pedagogika - wychowanie do sprzeczności 9

Rzeczy, usługi i szczęście 10

Ronald Inglehart i Polacy w drodze do sukcesu 13

Zamożność, niepokój, rozczarowanie 16

W stronę postkonsumpcji 19

Konsumpcja i media masowe 22

Enkulturacyjacja i socjalizacja jako pole bitwy 24

Projekt człowieka **29**

Skąd się bierze konsument? 37

Pasażer z tylnego siedzenia 55

Rozdział 1

Gdy byliśmy bardzo mali 61

Wózek Mercedesa - dzieciństwo potrzebuje akcesoriów **62** Dziecko-

bombonierka, czyli o tym, co przewidział Thorstein Veblen **66** Baby

Einstein, czyli dziecko jako projekt kompetencyjny 70 Chusta, czyli

dziecko jako projekt samorealizacyjny 77 Pierre Bourdieu, czyli o

kapitale kulturowym i rodzicielstwie 80

BabyTY, czyli życie w świetle ekranu 85
Jean Baudrillard miał rację 88
Teletubbies, czyli telewizyjny bohater, którego można kupić **91**
Rocznik w supermarkecie, czyli co dziecko wie o kupowaniu **93**
Autko, czyli dziecko jako postkonsument, ale nie postmaterialista **96**
Dobra rodzina i kształtowanie konsumenta **97**
Pan Prezes jest słodki, czyli o komercjalizacji niewinności **100**

Rozdział 2

Od niemowlaka do przedszkolaka 103
Pokój dziecienny, czyli nadmiar bez kontroli 106 Rzeczy,
czyli jeszcze raz Baudrillard 109 Prezenty - Marcel Mauss
i zmiany w ekonomii daru 116 *Merci*, czyli marketing i
sztuka dawania prezentów 121 Opakowania, czyli
potłacz i kultura wyrzucania 124 Dywanik, czyli o
konsumentach impulsywnym
i architekturze wyboru 128
Kidfluence, czyli dzieci jako rynek pierwotny, wpływowy i przyszły 131
Nimm2, czyli czynnik marudzenia 136 Centrum handlowe, czyli Guy
Debord i idealna przestrzeń
dla idealnego konsumenta 140 Okres świąteczny. Co
się stało z tradycją? 144 *Happy meals*, czyli o
formatowaniu klienta 148 Kurczak Gong-Bao, czyli o
jedzeniu, kapitale kulturowym
i konsumpcji ukrytej 151 Dziecko -
konsument i postkonsument 155

Rozdział 3

Zanim pójdzie do szkoły 157
Przedszkole, czyli o szczęśliwym dzieciństwie i społecznej selekcji 161
Ach, ten Andy!, czyli o repertuarze telewizyjnym 163 Przymus
semantyczny i socjalizacja wyczekująca 166 Hot Wheels, czyli
marketing upragniony 170

Gadżety, czyli o niejasnym statusie reklamy **173**
 Power Rangers, czyli TBM i kultura konwergencji 175
 Baby Born, czyli zakupy i życie prywatne **180**
 LEGO, czyli do czego służą zabawki 182
 Danio, czyli co robią maskotki w sypialniach naszych dzieci 186
 Co reklamuje Miś Uszatek, czyli celebryta w dziecięcym pokoju 189
 Kubuś Puchatek i Kubuś P., czyli o komodyfikacji **192**
 Harry Potter i Mr Hyde, czyli o podwójnym życiu kultury dziecięcej 197
 Pianek, czyli o pismach ilustrowanych i bezinteresowności 202
 Foka i jej dzieci. O singularyzacji 204
 Zabawki a moralność i semantyka (twardej) powierzchni 207
 Karteczki. Jean Baudrillard i ekonomia znaku 211
 Smocze jajo, czyli o symulakrach 216
 Jajko z niespodzianką - o rozczarowaniu konsumpcją
 i próbowaniu wciąż od nowa 220 Cukier w torebkach a
 kolekcjonowanie 223 Czy Diddlek to dziewczyna? O
 socjalizacji i autoprezentacji
 rodzajowej 227 Czego nas uczy Barbie? 232 W.I.T.C.H., czyli
 niechciane odpowiedzi 236 Szampan, czyli jak się pozbyć
 bramkarza 239 Bob Budowniczy, czyli gdzie się podziela praca 244
 Daniel Bell i dzieje pracy w społeczeństwie konsumującym 248

Rozdział 4

W szkole 254

Tiara Przydziału, czyli o szkole i stratyfikacji społecznej 257
 Lekcja języka angielskiego, czyli o popkulturze w szkole 261
 Komórka a grupa rówieśnicza, presja konsumpcyjna
 i statusowy niepokój 263
 Inwazja barbarzyńców, czyli Marcel Maffesoli i plemiona dzieci 269
 Empetrójka - znowu o rzeczach 274 *Wszyscy mają Mambę*, czyli do
 kogo mówi reklama 276

Kulkolandia, czyli standaryzacja i makdonaldyzacja 280 Kino -
 syndrom nintendo i kultura nadmiaru 286 Bionicle, czyli baśń w
 czasach technologii i konsumpcji 290 *Pepto-bismol pink*, czyli o
 ubraniu i kapitale estetycznym 296 Głowa do stylizacji a Gilles
 Lipovetsky i znaczenie mody 304 *Dlaczego batonik nie pływa?* -
 kłamstwo uprawomocnione
 i inne kłopoty z etyką 308 Mutanty, czyli co zrobić z Innym 312
 Biedronka. Zygmunt Bauman i problemy z biedą 316 *Mikołaja nie ma*,
Allegro jest, czyli problem z transcendencją 321 *Złoty kompas*, czyli
 gdzie jest religia 325 Transformery, czyli o technologii 328
Advergaming, czyli marketing, wyobraźnia i „ja pochłonięte” 332
 Shrek, Gandalf, Geralt z Rivii, czyli o tym, co jest
 i co nie jest dla dzieci 337 Odrębność dzieciństwa i
 dorosłości 342 *Kidult* - infantylizacja dorosłych 344 KAGORY,
 czyli zanikanie dzieciństwa 347 Dozwolone do lat 18 -
 nastoletniość jako ideał 350 Śmierdziele. Czy konsumpcja może
 być anarchiczna? 351 Czesio, czyli o cenzurze i transgresji 354 O
 wychowaniu nie-konsumenta 360

Bibliografia

Literatura przedmiotu 366 Literatura
 piękna 373 Filmografia 374 Prasa
 dziecięca i młodzieżowa 377

Spis

Spis rzeczy, miejsc, zwyczajów, zachowań, tekstów, programów i marek
 opisywanych w tej książce 378