

Spis treści

Wstęp 9

Część 1 **Czasy namysłu, czasy nawyku** 27

Od mowy do druku 29

Myśleć pismem 32

Telegraf, czyli gwałtowne przyspieszenie 38

Obrazy zamiast słów 42

W stronę kapitalizmu zinfantylizowanego 45

Od Don Kichota do księgowego 46

Kapitalizm zmienia taktykę 49

Od Homo sapiens do Homo videns 56

Popkultura – czyli?... 72

Co ma szansę stać się popkulturą? 75

Uwalniamy endorfiny 77

Kultura na zamówienie 82

Część 2 *Nihil novi sub sole* 86

Psychoewolucyjne determinanty form i treści rozrywki 86

Umysł łowcy-zbieracza 90

U podstaw 90

W stronę psychologii ewolucyjnej 94

Sawannowy survival 98

W stronę Teorii Umysłu 99

Umysł z szufladek 101

Jak długa jest ewolucyjna smycz? 103

Filogeneza uśmiechu 106

Początki humoru	118
Zastrzelić śmiechem	119
Od śmiechu „do” do śmiechu „z”	125
Czy zwierzęta płatają figle?	130
Śmiech z automatu.	132
Tele-zabawa dla małych i dużych	134
Ten obcy: ewolucyjne podłoże strachu	140
Myśleć jak gad	141
Strach na życzenie	45
Wiktoriańskie dzieci i kanibale	148
Szczypta niewyjaśnialnego	152
Wróg doskonały	156
Co to znaczy być sexy? Atrakcyjność w perspektywie ewolucyjnej	160
Kto z kim i dlaczego?	163
Seks, status i kasety video	168
Starszym państwu dziękujemy?	171
Romanse seksownej młodzieży, czyli ewolucja polskiej telenoweli	174
Idol	179
Przepis na konfrontację: dynamika punktu kulminacyjnego	185
Rozrywka ewolucyjnie podkreślona – próba syntezy	199

Część 3 *W stronę tresury?* 206

Pop-rozrywka jako autostymulacja	206
Czym jest „ja”?	217
Świadomość i samoświadomość	217
Jaźń, charakter, osobowość	222
Konsument doskonały = konsument dziecienny	233
Być dziecinny, czyli?	237
Jak to się ma do konsumpcji?	253
Człowiek wewnątrz- a zewnętrzny	255

Narcystyczny proteusz	262
Zanik autorytetu	277
Masa zbuntowana czy masa wypasana?	282
Dlaczego konsument to duże dziecko?	286
Dlaczego Homo oeconomicus to mit? Emocje a decyzje konsumentckie	297
Logo	304
Myśleć jak dziecko	308
Era wypasania	314
Kultura – czym jest?	315
Oddać genom co wrodzone, środowisku co nabyte	317
Czy popkultura nas niańczy?	330
Przeskok i tryumf. Czym grozi ekspansja popkultury?	336
Kultura jak kalejdoskop	341
Konsumenci i producenci	346
Popkultura a demontaż obywatela	349
Król Lew a sprawa polska	351
Starsi panowie i inne wentyle bezpieczeństwa	362
Ptaszek wraca do klatki	369
Jak trwoga, to do telewizji	372
Prawda ekranu prosto w oczy, czyli kawa na ławę	376
Bujda mierzona słupkami	391
Web 2.0 i zmierzch wspólnot	397
Podsumowanie	410

Zakończenie 414

Bibliografia 418