

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE

Rozdział I

PÓŹNA NOWOCZESNOŚĆ, PŁYNNA RELIGIJNOŚĆ, SEKS UTYLITARNY 13

- Religia i seks w społeczeństwie ryzyka 22
- Plastyczność 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

- Konsumeryzm jako zagłuszanie ryzyka 58
- Supersklep kultury 65
- Nowa klasa próżniacza 69
- Konsumowanie rywalizacyjne 77
- Waga widzialności 86
- „Uczyń wakacje częścią codzienności”: o przymusie feeryczności po raz pierwszy 96

Rozdział III

SUPERMARKETYZACJA RELIGII

- Pokolenie z nadziejami 105
- Duchowi poszukiwacze 115
- Aksjonormatywne puzzle 119
- Świątynia niczym mall: o przymusie feeryczności po raz drugi 129

Rozdział IV

SUPERMARKETYZACJA SEKSU

- 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

Charakterystyka próby

Konstrukcja i przebieg badań

Bibliografia

Summary

Indeks nazwisk

183

183

187

189

198

200

Wzorce kultury konsumpcyjnej odnajdujemy dziś nie tylko w miejskiej przestrzeni, na reklamowych billboardach czy w centrach handlowych. Są obecne nie tylko w wypełnionych kartami kredytowymi portfelu, nie tylko w feerii towarów na sklepowych półkach czy w szaleństwie sezonowych wyprzedaży. Dotarły już do tych rejonów kultury, których o związek z konsumeryzmem nigdy byśmy nie podejrzewali. Można wręcz powiedzieć, że „supermarketyzuje się” cała kultura. Konsumenckie schematy postępowania i myślenia widać choćby w wychowywaniu dzieci, w edukacji, w życiu seksualnym, a nawet w Kościele, ponieważ „supermarketyzacji” ulega także sfera przeżyć religijnych. Książka poświęcona jest mechanizmom i efektom owej „supermarketyzacji” na polu religii i seksualności. A przyglądamy się tym mechanizmom przez pryzmat zachowań ludzi młodych, ponieważ są one, zdaniem socjologów, świetnym prognostykiem tego, co się jeszcze w kulturze zachodniej wydarzy.