

OBSAH

<i>Úvod</i>	5
ČÁST PRVNÍ	15
I.	
<i>Zrod kontrakultury</i>	16
Kdo zabil Kurta Cobaina? Komoditní fetišismus a kulturní hegemonie. Fašismus a vzestup masové společnosti. Ozvěny Osvětami. Vymývání mozků. Milgramovy experimenty. Konformita jako společenská choroba. Telegram z městečka Pleasantville. Technokracie. Teorie kooptace. Kultura jako systém totální kontroly.	
II.	
<i>Freud v Kalifornii</i>	40
Populární psychologie a nepotlačitelné id. Porucha „autoritářské osobnosti“. Model mysli jako přetlakového hrnce. Nespokojenost v kultuře. Dějiny společenského chování. Velké shrnutí Herberta Marcuseho. <i>Americká krása</i> . Kulturní determinismus. Osvobození mysli a drogová kultura.	
III.	
<i>Být normální</i>	69
Proč potřebujeme pravidla? Anarchismus jako politický program. Vězňovo dilema. Deviace a nesouhlas. Freud versus Hobbes. Násilí jako hloubkový či povrchový problém. <i>Dr. Divnoláska</i> a závod v jaderném zbrojení. Pravidla v každodenním životě. Vymáhání norem a smrtelný hřích kontrakultury.	
IV.	
<i>Nenávidím se a chci nakupovat</i>	102
Štěstí za peníze nekoupíš. Baudrillard, konzumerismus a „pro-	

blém“ nadvýroby. Reklama jako vštěpování touhy. Sayův zákon. Soutěživá spotřeba. Thorstein Veblen měl pravdu. Poziční zboží. Bourdieu o úrovni a estetickém úsudku. Revolta jako zdroj úrovně. Zrod spotřebitele-rebela.

V.

Extrémní revolta 141

Unabomberův manifest. Romantizace zločinu. Columbine High School a „kultura strachu“. Mýtus mentálního onemocnění. Útok na racionalitu. Disinformation Company. Styl natolik extrémní, že se nikdy nestane mainstreamem. Downshifting. Prostý život a paradox antimaterialismu.

ČÁST DRUHÁ 167

VI.

Uniformy a uniformita 168

Budoucnost jako ze *Star Treku*. Řeč oblečení. Totální uniforma. Marnivost sounáležitosti. Šedý flanelový oblek. Móda a kontrakulturní podnikání. Odškolnění společnosti a školní uniformy. Nepochopené značky.

VII.

Hon na cool 196

Cool esencialismus a cool fašismus. Hipster versus paďour. Třída a společenské postavení. Konflikt buržoazních a bohémských hodnot. Úpadek prestiže a vzestup „cool zaměstnání“. Nová ekonomie časoprostoru. Mandžuský spotřebitel. Nesnadné přesvědčování. Branding. Ohrožená individualita. Virový marketing. Pár praktických doporučení.

VIII.

Coca-Colonizace 231

Levittown a moderní předměstí. Výhody standardizace. Trh,

kde vítěz bere vše. Množstevní úspory a spotřebitelské preference. Franchising a mcdonaldizace. „Nahodilý člověk“ jako kontrakulturní ideál. Amerikanizace. Globalizace a vznik uniformní rozmanitosti. Impérium.

IX.

Díky, Indie 263

Hledání „jiného“. Fantazie a exotika. Dobrovolná skromnost. Zen a spojení mezi Východem a Západem. Zlaté rybky a polévka ze žraločích ploutví. Postmoderní domorodci. Cestovatelé a turisté. Hledání prostoru „vzadu“. Soutěživý únik. *Pláž*. Alternativní medicína.

X.

Kosmická loď Země 300

Jízda kritické masy. Vláda techniky. Malé je milé a přiměřená technologie. Kybernetický libertarianismus a spam. Papírová, nebo plastová? Pomalé stravování. Hlubinná a povrchní ekologie. Návrat *Matrixu*. Povrchní environmentalismus a negativní externality.

Závěr 335

Doslov 353

Poděkování 369

Poznámky 370