

INTRO.....	3
Rozdział 1 - Estetyka zamiast tożsamości	15
Rozdział 2 - Związek jak abonament	25
Rozdział 3 - Kredyt hipoteczny jako rytuał przejścia.....	37
Rozdział 4 - Kariera jako substytut sensu	46
Rozdział 5 - Terapia jako nowy status społeczny	56
Rozdział 6 - Minimalizm, który kosztuje więcej niż nadmiar	65
Rozdział 7 - Dziecko jako projekt premium	74
Rozdział 8 - Social media jako lustro z filtrem.....	84
Rozdział 9 - Wolność, która ma regulamin	94
Rozdział 10 - Lęk przed byciem przeciętnym	103
Rozdział 11 - Relacje bez konfliktu, czyli konflikt w środku ..	111
Rozdział 12 - Przeprowadzka jako iluzja nowego początku	120
Rozdział 13 - Przyjaźnie na wygodnych warunkach.....	128
Rozdział 14 - Ciało jako projekt do zarządzania	137
Rozdział 15 - Związki otwarte, czyli lęk zamaskowany jako nowoczesność.....	147
Rozdział 16 - Pieniądze jako jedyna mierzalna pewność....	156
Rozdział 17 - Zmęczenie, którego nie wolno pokazać.....	165
Rozdział 18 - Sens jako luksus.....	175
Rozdział 19 - Decyzja jako trauma pokoleniowa.....	183
Rozdział 20 - Autentyczność jako strategia marketingowa.	191
Rozdział 21 - Planowanie przyszłości, której się nie wierzy	199
Rozdział 22 - Nostalgia za czasami, których się nie przeżyło	206

Rozdział 23 - Rodzice jako lustro, w które nie chcą patrzeć	213
Rozdział 24 - Miłość własna jako nowy obowiązek.....	221
Rozdział 25 - Stabilizacja jako podejrzany luksus	229
Rozdział 26 - Kryzys wieku trzydziestu kilku lat	236
Rozdział 27 - Samotność w świecie ciągłego kontaktu.....	244
Rozdział 28 - Perfekcyjna niedoskonałość.....	252
Rozdział 29 - Lęk przed przeciętnością	260
Rozdział 30 - Wolność, która męczy	268
Rozdział 31 - Odpoczynek jako akt odwagi	275
Rozdział 32 - Dzieci jako największy test narracji.....	282
Rozdział 33 - Starzenie się bez scenariusza	290
Rozdział 34 - Cisza po ambicji	297
Rozdział 35 - Brutalna prawda.....	304

INTRO

Pokolenie IKEA.

Brzmi jak promocja.

Jak kolekcja wiosna-lato.

Jak coś, co możesz złożyć w trzy godziny, jeśli nie zgubisz śrubki.

To nie jest pokolenie.

To jest instrukcja obsługi życia.

W obrazkach.

Bez słów.

Bez emocji.

Bez gwarancji.

To pokolenie wychowane między kredytem a Pinterestem.

Między ratą 0 procent a lękiem 100 procent.

Między „będzie dobrze” a „oby tylko nie stracić pracy”.

Urodzeni w czasach, w których wszystko było możliwe.

A potem okazało się, że możliwe jest głównie zadłużenie.

Dorastali w mieszkaniach z meblościanką.

Dorośli w kawalerkach z aneksem.

Zmienili „nie rusz, bo się zepsuje” na „złożę to sam, przecież to proste”.

To pokolenie:

- Które wierzy, że życie da się urządzić jak salon w katalogu.
- Które myśli, że relacje też mają instrukcję montażu.
- Które kupuje minimalizm w dwunastu kartonach.
- Które chce być wolne, ale na kredyt.
- Które mówi, że nie potrzebuje wiele, ale potrzebuje wszystkiego w odpowiednim kolorze.

Pokolenie IKEA nie chce dramatu.

Chce jasnych ścian.

Chce drewnianej podłogi.

Chce rośliny w rogu, która nie umiera.

Chce związku, który nie wymaga terapii.

Chce pracy, która nie zabija.

Chce życia, które wygląda dobrze na zdjęciach.

I nie za bardzo wie, co zrobić, gdy coś nie pasuje do schematu.

Bo instrukcja nie przewidywała kryzysu egzystencjalnego.

Nie było rysunku „płacz w łazience po 23:00”.

Nie było śrubki opisanej jako „utrata sensu”.

Nie było klucza imbusowego do skręcania tożsamości.

To pokolenie nauczyło się, że wszystko jest tymczasowe.

Umowa.

Mieszkanie.

Relacja.

Praca.

To pokolenie żyje w trybie „na razie”.

- Na razie jesteśmy razem.
- Na razie tu mieszkamy.
- Na razie tu pracuję.
- Na razie jestem szczęśliwy.

„Na razie” to ich religia.

Stabilizacja to słowo z poprzedniej epoki.

Rodzice mieli kredyt na 30 lat.

Oni mają umowę na 12 miesięcy.

Rodzice mieli jedną pracę.

Oni mają trzy kompetencje i cztery wypalenia.

Rodzice mieli jedno małżeństwo.

Oni mają trzy aplikacje randkowe i lęk przed zobowiązaniem.

Pokolenie IKEA nie chce cierpieć.

Chce się rozwijać.

Nie chce być biedne.

Chce być elastyczne.

Nie chce się kłócić.

Chce komunikować potrzeby.

Nie chce się starzeć.

Chce się dobrze konserwować.

A potem przychodzi rzeczywistość.

I nie jest z płyty MDF.

Nie da się jej przetrzeć wilgotną ściereczką.

Nie ma ładnego wykończenia.

Ma za to chaos.

I pęknięcia.

I nierówne ściany.

Pokolenie IKEA jest zmęczone.

Ale nie przyzna się.

Bo zmęczenie nie wygląda dobrze.

Bo zmęczenie nie pasuje do estetyki.

Bo zmęczenie to coś, co powinno się „ogarnąć”.

Oni ogarniają wszystko.

Budżet.

Dieta.

Plan treningowy.

Plan dnia.

Plan B.

Plan C.

Nie ogarniają tylko pustki.

Bo pustka nie ma checklisty.

To pokolenie żyje w permanentnym projekcie.

Projekt: Ja.

Projekt: Związek.

Projekt: Kariera.

Projekt: Mieszkanie.

Projekt: Dziecko.

Projekt: Pies.

Projekt: Drugi pies, bo pierwszy się nudzi.

Wszystko jest projektem.

Nic nie jest przeznaczeniem.

Przeznaczenie jest zbyt romantyczne.

Za mało produktywne.

Za mało mierzalne.

Pokolenie IKEA chce mierzyć.

Kroki.

Kalorie.

Postępy.

Wyniki.

Polubienia.

Siebie też by zmierzyl.

Najlepiej w centymetrach sukcesu.

- Ile zarabiasz.

- Gdzie byłeś.

- Co masz.

- Jak wyglądasz.

- Z kim jesteś.

I czy to się opłaca.

Opłacalność to nowa moralność.

Nie pytają „czy to dobre”.

Pytają „czy to ma sens”.

A sens musi być praktyczny.

Musi się zwrócić.

Emocjonalnie.

Finansowo.

Wizerunkowo.

Pokolenie IKEA nie chce wielkich historii.

Chce wygodnych.

Nie chce rewolucji.

Chce ergonomii.

Nie chce dramatu.

Chce balansu.

Balans to ich święty Graal.

Work-life balance.

Life-work balance.

Balance w relacji.

Balance w wydatkach.

Balance w uczuciach.

I tak balansują.

Na cienkiej półce z płyty wiórowej.

Udają, że to lite drewno.

To pokolenie nauczyło się, że wszystko można wymienić.

Mebel.

Partnera.

Pracę.

Miasto.

Tożsamość.

Wystarczy sprzedać, oddać, wystawić.