

Ellen Hendriksen

How to be *enough*

Wyłącz samokrytykę,
ogranicz perfekcjonizm
i żyj w zgodzie ze sobą

Ellen Hendriksen

How to be *enough*

Wyłącz samokrytykę,
ogranicz perfekcjonizm
i żyj w zgodzie ze sobą

Przekład Dorota Gasper

SPIS TREŚCI

OD WYDAWCY 9
UWAGI AUTORKI 10

PROLOG
OPOWIEŚĆ O DWÓCH TYTANACH 11

CZĘŚĆ I WPROWADZENIE DO PERFEKCJONIZMU 21

1.
JAK POSTRZEGAMY SAMYCH SIEBIE 23

2.
WIELE OBLICZ PERFEKCJONIZMU 41

3.
POCZĄTEK 49

CZĘŚĆ II SIEDEM ZMIAN 71

ZMIANA 1
OD (SAMO)KRYTYKI DO ŻYCZLIWOŚCI 73

4.
WYJŚCIE POZA WEWNĘTRZNĄ KRYTYKĘ 75

5.
KRYTYCYZM ZEWNĘTRZNY 102

ZMIANA 2
POWRÓT DO SWOJEGO ŻYCIA 125

6.
OD ETYKIET DO WARTOŚCI 127

7.

NASZE ZAPOMNIANE KARTY 139

ZMIANA 3

OD REGUŁ DO ELASTYCZNOŚCI 157

8.

WERYFIKACJA WEWNĘTRZNEJ KSIĘGI ZASAD 159

9.

DLACZEGO ZAMIENIAMY ZABAWĘ W OBOWIĄZEK 180

ZMIANA 4

BŁĘDY: OD ROZPAMIĘTYWANIA DO ODPUSZCZANIA 193

10.

OD „PORAŻKI” DO NATURY LUDZKIEJ 195

11.

OD SPRAWDZIANU DO EKSPERYMENTU 210

ZMIANA 5

OD PROKRASTYNACJI DO PRODUKTYWNOŚCI 231

12.

NIE CHODZI O ZARZĄDZANIE CZASEM 233

ZMIANA 6

OD PORÓWNAŃ DO ZADOWOLENIA 249

13.

ZAPROGRAMOWANY, ALE NIE POMYLONY 251

ZMIANA 7

OD KONTROLI DO AUTENTYCZNOŚCI 263

14.

PORZUCENIE PERFEKCJONIZMU EMOCJONALNEGO 265

15.

PORZUCENIE PERFEKCJONISTYCZNEJ AUTOPREZENTACJI 283

EPILOG 307

AKCEPTACJA SIEBIE DLA SAMOKRYTYKÓW 307

PODZIĘKOWANIA 314

BIBLIOGRAFIA 317

PROLOG

OPOWIEŚĆ O DWÓCH TYTANACH

Trudno było powiedzieć, co świeciło najjaśniej tego grudniowego wieczoru w 1937 roku. Potężne wiązki światła z ręcznie obsługiwanym reflektorów przeszukiwały niebo nad Carthay Circle Theatre w Los Angeles. Czysty blask gwiazd emanował z czerwonego dywanu. Błyskały flesze, gdy ubrane w smokingi i ozdobione klejnotami sławy, takie jak Clark Gable, Marlena Dietrich, Cary Grant i Shirley Temple, wchodziły do teatru, mijając tysiące fanów, które wyległy na ulicę i wyciągały szyje, by rzucić okiem na korowód znakomitości. Ale być może najjaśniejszym blaskiem lśniły nadzieje trzydziestosześcioletniego Walta Disneya, twórcy pierwszej pełnometrażowej animacji, która miała być zaprezentowana tej nocy, *Królowny Śnieżki i siedmiu krasnoludków*.

Wchodząc do teatru, Walt był zarówno podekscytowany, jak i głęboko zaniepokojony. Tego ranka Charlie Chaplin wysłał mu telegram: „Jestem przekonany, że dziś wieczorem spełnią się wszystkie nasze najgorętsze nadzieje”. I tak się stało w ciągu następnych osiemdziesięciu ośmiu minut. Publiczność oklaskiwała nawet narysowane tło, bez ani jednej animowanej postaci na ekranie. Kiedy Królowna Śnieżka została otruta i złożona na łożu, w całym teatrze słychać było pociąganie nosem i dmuchanie w chusteczki. Walt od miesiący martwił się, czy widzowie będą emocjonalnie poruszeni animowanymi postaciami, ale pod koniec filmu, kiedy publiczność zerwała się do owacji na

stojąco, poczuł, jak powoli się rozluźnia. Wszystko było w porządku. Ludziom się podobało. Nie zawiódł.

Królowna Śnieżka może i odniosła historyczny sukces, ale droga do niego nie była usłana różami. Walt zatrudnił armię sześciuset artystów i zaprzągnął ich do pracy – trzy ośmiogodzinne zmiany każdego dnia, praca przez całą dobę – artyści narysowali, zabarwili i namalowali ponad ćwierć miliona kadrów. Po skumulowaniu wszystkich godzin przepracowanych przez każdego zatrudnionego w studio Disneya, łączny czas pracy wyniósł dwieście lat. Co więcej, film, którego początkowy budżet wynosił 250 tys. dolarów, przekroczył go ponad sześciokrotnie. Studio było winne bankowi milion dolarów, co było niewiarygodną sumą w samym sercu Wielkiego Kryzysu.

Ale dla Walta czas nie miał znaczenia. Pieniądze nie miały znaczenia. Jediną rzeczą, która się liczyła, było to, że parł naprzód, a dzięki sile woli osiągnął to nieuchwytnie uczucie, że efekt pracy jest „w sam raz”. Gdyby w kościach czuł, że film nie jest dobry, to nie tylko film by zawiódł, ale także on sam. Stanowił jedność ze swoimi filmami.

Pogoń za tym uczuciem była intensywna i męcząca, nie tylko dla Walta, ale także dla wszystkich wokół niego. Ponieważ Walt nie mógł sam narysować każdej klatki, musiał zrezygnować z absolutnej kontroli, ale nie potrafił zmusić się do zaufania światowej klasie zespołowi, który tak starannie wybrał. Już po rozpoczęciu prac Walt przetestował do roli Królowy Śnieżki ponad 150 młodych kobiet, co było czasochłonnym maratonem wyczerpujących porównań. Kiedy przyszedł czas na malowanie, Walt kazał studiu zmielić własne pigmenty, a następnie skrupulatnie zmierzyć każdy z nich za pomocą spektrometru – jednego z zaledwie 20 dostępnych na świecie w owym czasie – tworząc obszerną bibliotekę 1200 różnych kolorów, które i tak nie mogły zostać oddane dokładnie na ekranie ze względu na ograniczenia ówczesnej technologii Technicoloru. Niezrażony Walt kazał pracownikom stworzyć wysoki na siedem stóp wykres pokazujący dokładnie, jak każdy pigment przełoży się na kolor na ekranie.

Nawet w ostatnich dniach poprzedzających premierę filmu Walt nie potrafił powstrzymać się od mikrozarządzania. „Niech koliber wzniesie się do góry cztery razy zamiast sześciu” – poprawił. Komentarz na temat jednego z krasnoludków: „jego wachlarz w drugiej połowie sceny jest zbyt wysoko”. Brwi królowej były zbyt przesadne. Jeden z palców Grumpy’ego był za duży. Walt martwił się na głos, że ciągle poprawki wyssą spontaniczność z filmu, ale ironia tej sytuacji dostrzegana była tylko przez jego zirytowanych pracowników. Daleko od biura Walta, na innym piętrze studia reżyser rzucał deskami kreślarskimi po całym pokoju, krzycząc: „Musimy wreszcie wypuścić ten film!”.

Kiedy film został ukończony, Walt widział tylko wady. W rozmowie z reporterem przyznał: „Widziałem tyle, że jestem świadomy jedynie tych miejsc, w których można by film poprawić. Widzi pan, wiele się nauczyliśmy od czasu, gdy to zaczęliśmy! Chciałbym móc cofnąć czas i zrobić wszystko od nowa”.

Ostatecznie kolosalny sukces *Królowny Śnieżki* ugruntował miejsce Walta w historii kina. Przez pewien czas był to najbardziej dochodowy film amerykański w historii, który zarobił, w przeliczeniu na dzisiejsze dolary, prawie 92 miliony podczas pierwszego wejścia do kin. Jednak z dala od światła reflektorów film jedynie umocnił wieczne niezadowolenie Walta. Jego triumf tylko podniósł poprzeczkę. Pomimo starannie wykreowanego przez Walta publicznego wizerunku „wujka Walta”, dziennikarz odwiedzający studio zauważył, że Walt „wydawał się opętany jakimś osobistym demonem”.

Po wojnie, w obliczu realiów budżetowych i pożyczek bankowych, przez studio przetoczyła się fala zwolnień i cięć finansowych. Zniechęcony Walt zaczął tracić zapał do pracy. Obawiał się, że jego przyszłe filmy nigdy nie będą takimi arcydziełami – starannie opracowanymi, wspaniałymi, niemal duchowymi przeżyciami – jak wcześniejsze. Zamiast jak najlepiej wykorzystać to, co miał, lub spojrzeć na nowe ograniczenia jako wyzwanie, popadł w przygnębienie: jeśli filmy nie mogły być doskonałe, to jaki był sens ich tworzenia?

Walt próbował zająć się starą pasją: modelarstwem kolejowym. „To tylko hobby, by oderwać myśli od problemów” – powiedział, ale czuł się jak w potrzasku nawet w czasie wolnym. Co znamienne, Walt napisał do znajomego miłośnika kolei, który zbudował model linii kolejowej wystarczająco duży, by jeździć na nim po swoim podwórku: „Zazdroszczę ci odwagi, by robić to, na co masz ochotę”.

Przytłoczony wyobrażeniem, że wybór istnieje tylko między absolutną doskonałością a całkowitą porażką, sparaliżowany zarówno przez wyznaczone sobie standardy, jak i narzucony przez bank budżet, Walt wycofał się w głąb siebie. Marka Disneya może i kojarzyła się ze szczęściem i budowaniem społeczności, ale Walt coraz częściej czuł się samotny i odizolowany, głównie z własnej winy. Kiedy otrzymywał zaproszenie na oficjalną kolację, odpisywał czerwoną kredką: „NIE!” i podkreślał wyraz dla emfazy. Podczas gdy w studiu wszyscy pracowali w ferworze, Walt garbił się na krześle i narzekał: „Czuję się tu taki samotny. Chciałbym tylko z kimś porozmawiać”. Kiedy ktoś znalazł czas, by go wysłuchać, Walt głośno rozmyślał o swoim trudnym dzieciństwie, jednak gdy przychodziła kolej na jego rozmówcę, zostawiał go w zawieszeniu: „Muszę lecieć!”.

Świat, który stworzył Walt Disney – świat fantazji, niewinności i spełniania marzeń – stał w jaskrawym kontraście do świata, w którym żył, w którym czuł się zbyt niepewnie, aby poluzować uścisk, czerpać przyjemność z hobby i być przyjacielem, a nie kierownikiem. Reporter „New York Timesa” po wizycie w studiach Disneya zauważył: „Odszedłem smutny”, gdy odkrył, że geniusz, który zachwycił świat, był teraz przygnębionym, nieznoszącym jakichkolwiek kompromisów, pragnącym akceptacji człowiekiem, który jednocześnie czuł się rozpaczliwie samotny i unikał swoich problemów, szukając odskoczni w zabawkowych pociągach.

Maszyna do popcornu wypełniona była zbyt dużą liczbą ziaren. Gdy kamery kręciły program telewizyjny *The Children's Corner*, pokrywa otworzyła się, a świeżo uprażony popcorn eksplodował na boki. Po

zakończeniu zdjęć współtwórca programu, trzydziestotrzyletni Fred Rogers, powiedział: „Teraz musimy powtórzyć ujęcie”.

Gwiazda programu, młoda kobieta o imieniu Josie Carey, była zaskoczona. „Dlaczego? To było zabawne! Dzieciom się to spodoba”. Ale Rogers obawiał się, że dla młodszych dzieci eksplozja popcornu i wynikający z tego bałagan mogą być niepokojące. Carey rozłożyła ręce. Był taki szczegółowy, taki wymagający. Dla Carey rozsypujący się popcorn był ekscytujący – to było dokładnie to, co sprawiało, że telewizja była zabawna.

Ale Fred Rogers nie zaczął pracować w telewizji, aby być zabawnym. Według biografy Maxwella Kinga misją Rogersa było „uczywanie telewizji lepszą, bardziej odpowiednią i edukacyjną dla małych dzieci. Slapstickowa natura wczesnej telewizji była właśnie tym, co chciał zmienić”. Rogers miał wysokie standardy, głębokie zaangażowanie, ale także jasną wizję. Zwracał uwagę na szczegóły – widział rzeczy i myślał o niuansach, których nikt inny nie dostrzegał.

W 1961 roku szef telewizji dziecięcej w Canadian Broadcasting Corporation uznał, że te cechy sprawiają, że Fred Rogers jest właściwą osobą do przeprowadzenia cichej rewolucji w edukacji dzieci. „Widziałem, jak rozmawiasz z dziećmi” – powiedział dyrektor. „Chcę, żebyś spojrzał w obiektyw i udawał, że to dziecko”.

I tak rozpoczął się program, który został nazwany *Mister Rogers' Neighborhood*. W ciągu trzydziestu jeden sezonów, czyli 895 odcinków, byliśmy świadkami, jak na początku każdego programu Rogers zamienia marynarkę i eleganckie buty na kardigan i trampki. Charakterystyczny gest, który niósł ze sobą pocieszenie i stabilizację.

Każdy odcinek był intensywnie analizowany i rozważany. Doskonałość była jedynym akceptowalnym standardem. Każdy scenariusz przechodził przez wiele poziomów inspekcji dokonywanych przez samego Rogersa, producentów serialu oraz mentorkę i konsultantkę Rogersa, dr Margaret McFarland, psycholożkę dziecięcą z Uniwersytetu w Pittsburghu.

Pewnego razu, w trakcie kręcenia odcinka, Rogers poczuł, że scenariusz nie jest odpowiedni, nawet po wszystkich rewizjach. Zrobił więc coś nie do pomyślenia. Przerwał produkcję, zostawił wysoko opłacaną, w większości zrzeszoną w związkach zawodowych ekipę na planie i poszedł na kampus uniwersytecki, aby skonsultować się z dr McFarland. Po około godzinie wrócił, a pracę wznowiono. Ale ten incydent świetnie obrazuje podejście Rogersa. Jeśli kręcono coś dla dzieci, to wszystko musiało być w porządku.

Przy tak rygorystycznych standardach można by pomyśleć, że Rogers był trudnym, nierozsądnym autokratą lub przynajmniej śmiertelnym nudziarzem. Ale to nieprawda. W magiczny sposób łączył wysokie standardy z elastycznością, odpowiedzialność z kreatywnością. Wyświęcony na prezbiteriańskiego pastora, poświęcił się służbie, zręcznie łącząc prawość z przystępnością i pokorą. Mentor Rogersa w Seminarium Teologicznym w Pittsburghu i nałogowy palacz dr William Orr nauczył go zasady „kontrolowanego dryfu”: trzymania kursu według swoich zasad przy jednoczesnej akceptacji nurtu życia. Po zostań prawy i uczciwy, ale podejmuj ryzyko. Bądź otwarty na zmiany i przypadki, zamiast ograniczać się sztywnym zestawem zasad.

Takie podejście widać zarówno w programie, jak i w życiu Rogersa. Na przykład podczas jednego z nagrań Rogers zaczął jak zwykle od zdjęcia marynarki i włożenia kardiganu. Po zapięciu swetra zdał sobie sprawę, że pomylił guziki – poniedziałkowy guzik znajdował się we wtorkowej dziurce. Zaznajomiona ze standardami Rogersa ekipa spodziewała się, że zawoła „Cięcie!” i zacznie od nowa, ale zamiast tego wypowiedział swoją kwestię i ponownie zapiał sweter, zauważając, że błędy się zdarzają, a co więcej, można je naprawić.

Innym razem scenariusz wymagał ujęcia akwariowych ryb, jedzących swój pokarm. Asystent produkcji nakarmił ryby podczas próby, aby skalibrować kamerę i uniknąć odblasków na zbiorniku, więc kiedy nadszedł czas nagrywania, ryby były syte. Tylko wpatrywały się w jedzenie, które opadało na dno zbiornika. Wszyscy nastawili się na długi dzień w pracy, zakładając, że będą musieli poczekać, aż ryby

znów zgłodnieją, aby można było nakręcić scenę zgodnie ze scenariuszem. Ale, jak wspomina wieloletnia producentka Elizabeth Seamans, „Fred spojrział na akwarium. Potem spojrział w obiektyw kamery i powiedział: »Myślę, że ryby nie są teraz głodne; tak to już jest, czasami nie jesteśmy głodni«”. Było to absolutnie uzasadnione wyjaśnienie, a on wierzył, że jego młodzi widzowie zaakceptują okoliczności. Ten moment był jak mantra dla ekipy filmowców: „Czy ryby naprawdę muszą jeść?”. Uświadomiło im to, że płynięcie z nurtem wypadków dawało w efekcie lepszy program niż próby wciśnięcia ryb – a co za tym idzie, życia – w ramy z góry przyjętego scenariusza.

Pomimo swojej elastyczności wobec innych Rogers potrafił być surowy dla samego siebie. W 1979 roku, po ponad dekadzie na antenie, Rogers wkręcił papier w maszynę do pisania i wystukał swoje myśli płynące swobodnie w strumieniu świadomości: „Czy ja się oszukuję, że znów jestem w stanie napisać scenariusz?... Dlaczego sobie nie ufam?... PO TYLU LATACH JEST TAK SAMO ŹLE JAK ZAWSZE. Zastanawiam się, czy każdy kreatywny artysta przechodzi przez takie potępiénce tortury, gdy próbuje coś stworzyć? DO DZIEŁA, FRED!”.

Ale to, co naprawdę pchało Freda Rogersa do przodu, było czymś znacznie głębszym niż samokrytyka. Reporter Tom Junod stworzył profil Rogersa na potrzeby „Esquire” w 1998 roku. W trakcie tego procesu obserwował Rogersa w akcji na planie i skomentował: „Fred oczywiście był niesamowitym perfekcjonistą, który – nie powiedziałbym, że zmuszał tych ludzi, to niewłaściwe słowo – ale absolutnie wiedział, czego chce i kiedy, i nie odpuszczał, dopóki tego nie zobaczył”. Jego pracownicy również wyczuwali tę niezłomność i zawziętość. „W ciebie tego człowieka nie było ani krzty spontaniczności” – zauważył Seamans. „Nienawidził zabierać się do czegokolwiek nieprzygotowany”.

Ale zarówno Junod, jak i pracownicy *Neighborhood* rozumieli również, że służyło to czemuś większemu niż tylko nakręceniu dobrego programu. Napędzały go wysokie, choć elastyczne standardy, zaangażowanie w kontrolowane dryfowanie, niezachwiane oddanie służbie dzieciom, ale przede wszystkim jego energia skierowana była na jedną sprawę: więzi międzyludzkie.

Szybko nawiązywał głębokie relacje ze wszystkimi. Dziesięcioletni Jeff Erlanger pojawił się w programie, aby wyjaśnić, jak działa jego elektryczny wózek inwalidzki i dlaczego go używa. Prawie dwadzieścia lat później podczas ceremonii wprowadzenia Rogersa do Television Hall of Fame Jeff wjechał na scenę w smokingu, aby go przedstawić widzowi. Rogers, który pozostawał z nim w kontakcie, ale nie widział swojego starego przyjaciela od czasu oryginalnego nagrania, zerwała się na równe nogi i wspiął się prosto na scenę z szerokim uśmiechem na twarzy.

Rogers nawiązał głęboką więź z François Clemmonssem, czarnoskórym, homoseksualnym aktorem, który przez dwadzieścia pięć lat grał w programie oficera Clemmonsa; razem po cichu rozprawili się z dyskryminacją ze względu na kolor skóry, chłodząc stopy we wspólnym plastikowym brodziku – rewolucyjny akt w 1969 roku. W swojej książce Clemmons wspomina: „Było w nim coś poważnego, a jednocześnie pocieszającego i rozbijającego. Jego oczy przytulały mnie bez dotykania mnie”.

Pewnego dnia na Penn Station Rogers nawiązał kontakt z zawzięcie dzierżącym zabawkowy miecz chłopcem o oczach bez wyrazu, który został zmuszony do przywitania się przez swoją matkę uwielbiającą wszelkiego rodzaju celebrytów. Rogers pochylił się i wyszeptał: „Czy wiesz, że jesteś silny także w środku?”. Chłopiec, zaskoczony darem, o którym nawet nie wiedział, że go potrzebuje, skinął głową niemal niezauważalnie.

Rogers nawiązał nawet kontakt z Koko, gorylicą, która uczyła się amerykańskiego języka migowego. Okazało się, że była fanką serialu. Po spotkaniu przytuliła go i nie chciała puścić. Następnie, w hołdzie dla sekwencji otwierającej program, który uwielbiała, z miłością zdjęła mu buty.

W „Esquire” Tom Junod napisał o Rogersie: „Była w nim energia (...) nieustraszonność, pozbawiony hamulców nacisk na intymność”. Napisał też ten wiele mówiący fragment:

Pewnego razu mężczyzna o imieniu Fred Rogers zdecydował, że chce żyć w niebie. Niebo to miejsce, do którego idą dobrzy ludzie po śmierci, ale ten człowiek, Fred Rogers, nie chciał iść do nieba; chciał żyć w nim tu i teraz,

na tym świecie, więc pewnego dnia, kiedy opowiadał o wszystkich ludziach, których kochał w tym życiu, spojrział na mnie i powiedział: „Związki, które nawiązujemy w ciągu życia – może tym właśnie jest niebo, Tom. Nawiązujemy tak wiele kontaktów tutaj na ziemi. Spójrz na nas – dopiero cię poznałem, ale jestem zainteresowany tym, kim jesteś i kim będziesz, i nic na to nie poradzę”.

* * *

Disney i Rogers to tytani pracy, którzy ubarwili dzieciństwo wielu ludziom; ich dzieła są ubóstwiane i nieśmiertelne. Jako osobowości, obaj stanowią studium nad wysokimi standardami, determinacją, etyką pracy i skupianiem się na szczegółach, począwszy od wielkości palca Grumpy’ego, na prędkości wybuchającego popcornu skończywszy.

Ale mimo że każdy z nich korzystał z tego samego materiału, w ciągu swojego życia stworzyli bardzo różne ubrania. Jeden mężczyzna był sztywny, drugi elastyczny. Jeden miał coś do udowodnienia; drugi miał coś do przekazania. Jeden unikał możliwości popełnienia błędu; drugi robił miejsce na nieuniknione błędy i trudności, wierząc w służbę i misję większą niż on sam. Jeden odciął się od otaczających go ludzi; drugi zaangażował się w pełni w kontakty międzyludzkie. Jeden pragnął aprobaty, ale rozpaczliwie się izolował; drugi pragnął bliskości i stworzył życie oparte nie na kontroli, ale na więzi.

Pomimo tak różnych życiorysów, Disney i Rogers charakteryzowali się tym samym podejściem do życia – *perfekcjonizmem*, czyli inaczej tendencją do wymagania od siebie wydajności na poziomie wyższym niż konieczny w danej sytuacji. Perfekcjonizm może być zdrowy, kiedy to standardy są wysokie, ale rozsądne i elastyczne, jednak szybko staje się niezdrowy, gdy standardy stają się nierealistyczne i sztywne. Co najważniejsze, niezdrowy perfekcjonizm zmusza nas do osiągania wybitnych wyników tylko po to, byśmy poczuli, że jesteśmy wystarczająco dobrzy. Perfekcjonizm może się wahać od lekko uciążliwego do wręcz paraliżującego. Przyczyny należy upatrywać

zarówno wewnątrz, kiedy to perfekcjonizm jest przejawem osobowości, jak i w otoczeniu, kiedy jest reakcją na wymagające środowisko.

Jeśli kiwasz głową, bo wszystko brzmi znajomo, ta książka jest dla ciebie, niezależnie od tego, czy termin *perfekcjonizm* jest tym ostatnim, brakującym elementem układanki, czy też nie. W rzeczywistości większość z nas, która boryka się z tym niepotrzebnym, disneyowskim perfekcjonizmem, nie postrzega go jako głównego źródła naszych zmagania. Ja na przykład zupełnie nie identyfikowałam się z tą koncepcją, dopóki nie zaczęłam badać tej kwestii na potrzeby mojej ostatniej książki *Jak przestać się bać*^{*}, a przecież jestem psychologiem klinicznym, który podobno ma pewien stopień samoświadomości w takich sprawach.

Ale okazuje się, że ty i ja znajdujemy się w bardzo dużej łodzi. A łódź staje się coraz większa. Perfekcjonizm jest na fali wznoszącej. W odważnym badaniu z 2019 roku dr Thomas Curran, autor książki *The Perfection Trap: Embracing the Power of Good Enough*, i dr Andrew Hill zbadali perfekcjonizm u ponad czterdziestu tysięcy studentów na przestrzeni jednego pokolenia, od 1989 do 2016 roku, i odkryli, że perfekcjonizm stale rośnie. W ciągu dwudziestu siedmiu lat młodzi ludzie stali się bardziej wymagający wobec siebie, bardziej wymagający wobec innych, i zauważali, że inni są bardziej wymagający wobec nich.

Wysokie oczekiwania względem siebie prawdopodobnie doprowadziły cię do celu. Wiem, że ja wiele dzięki temu osiągnęłam. Skoro czytasz tę książkę, założę się, że tak samo jest w twoim przypadku. Ale takie wymagania niosą ze sobą również koszty. Perfekcjonizm może zaprowadzić nas tam, gdzie Walta Disneya – na końcu drogi czeka izolacja, wypalenie, chroniczne niezadowolenie. Na szczęście możemy też pójść ścieżką Freda Rogersa – wybrać doskonałość, elastyczność, wielkoduszność. I wiesz co? Możemy kształtować ścieżkę, którą podążamy. Możemy nauczyć się być dla siebie dobrzy, nawet jeśli jesteśmy dla siebie surowi. Gotowy? Przyjrzyjmy się temu.

^{*} E. Hendriksen, *Jak przestać się bać*, Wydawnictwo Ferria, 2020.

Czy masz wrażenie, że ciągle nie robisz wystarczająco dużo, mimo że dajesz z siebie wszystko? Że mimo sukcesów wciąż skupiasz się na niedociągnięciach? Być może krytyczny głos w twojej głowie nie pozwala ci w pełni cieszyć się tym, co masz. *How to Be Enough* pomoże ci uwolnić się od presji perfekcjonizmu i nauczy traktować siebie z życzliwością.

DZIĘKI TEJ KSIĄŻCE:

- uwolnisz się od wewnętrznego krytyka i spojrzysz na siebie z wyrozumiałością
- zaakceptujesz swoje błędy i potraktujesz je jako zdobywanie doświadczenia
- przestaniesz porównywać się z innymi i zaczniesz czerpać radość z tego, co tu i teraz
- znajdziesz równowagę między dążeniem do celów a poczuciem wewnętrznego spokoju
- przestaniesz definiować siebie przez oczekiwania innych.

Dr Ellen Hendriksen oferuje przydatne, oparte na badaniach wskazówki, które poprowadzą cię przez zmiany: od krytyki do życzliwości, od kontroli do autentyczności, od porównywania do zadowolenia.

To książka dla tych, którzy czują, że ich życie przypomina nieustanną pogoń za doskonałym rezultatem.

„ W świecie, który nieustannie wymaga więcej – produktywności, osiągnięć, perfekcji – *How to Be Enough* staje się niezbędnym przewodnikiem. To pełna empatii mapa dla tych, którzy utknęli w wyczerpującym cyklu samokrytyki i dążenia do ideału. ”

Natalia Czuba

autorka, założycielka społeczności
Kobieta Kobiecie

Cena 59,90 zł



Książka dostępna także jako e-book.

mtbiznes.pl

L24004