Presja kultury samorozwoju i bycie (nie)wystarczającym

Paulina Domańska, Agata Dukaczewska, Jagoda Federowska, Darya Henash, Julia Iwon, Krystian Ilczuk, Antonina Kobzei

Plan konspektu

1.Podstawowe koncepcje i pojęcia

2. Wyniki badań dotyczące problematyki badań podejmowanych w pracy

3. Założenia metodologiczne badań

3.1. Przedmiot i cel badań

3.2. Pytania badawcze

3.3. Zmienne i wskaźniki

3.4. Metoda, technika badań, narzędzie badań (wraz z definicjami)

3.5. Strategia doboru próby

3.5. Realizacja badań

3.6. Strategie analizy danych

4. Analiza wyników badań

5. Bibliografia

PODSTAWOWE POJĘCIA SOCJOLOGICZNE STOSOWANE W PRACY

- **Presja społeczna** - wpływ grupy lub społeczeństwa na jednostkę, który skłania ją do podporządkowania się obowiązującym normom i oczekiwaniom. Jest formą kontroli społecznej utrzymującą ład, ale może ograniczać indywidualność.

- **Kultura samorozwoju** - system wartości promujący nieustanne doskonalenie jednostki – jej kompetencji, ciała i emocji – jako moralny i społeczny obowiązek. W społeczeństwach późnonowoczesnych jest warunkiem sukcesu i akceptacji (Jacyno, 2007).

- **Bycie wystarczającym** (ang. "being enough") - psychologiczne pojęcie związane z poczuciem wewnętrznej wartości (ang. "self-worth") i samoakceptacją, oznaczające subiektywne przekonanie, że jest się osobą wartościową, zdolną i zasługującą na miłość oraz szacunek, niezależnie od zewnętrznych osiągnięć czy opinii innych (UNCW).

WYNIKI BADAŃ DOTYCZĄCE PROBLEMATYKI BADAŃ PODEJMOWANYCH W PRACY

1. Presja kultury samorozwoju i doskonałości prowadzi do obniżenia samooceny i poczucia niewystarczalności, szczególnie wśród młodych ludzi.
2. Media społecznościowe są głównym nośnikiem tej presji, promując nierealne wzorce sukcesu, wyglądu i stylu życia.
3. Płeć i czas korzystania z sieci mają istotny wpływ na poziom odczuwanej presji – kobiety i osoby częściej korzystające z mediów są bardziej narażone.
4. Nadmierna ekspozycja na idealizowane treści wiąże się z obniżeniem nastroju, zaburzeniami koncentracji i problemami emocjonalnymi.
5. Autentyczność i samoakceptacja są coraz częściej deklarowanymi wartościami, lecz nadal pozostają pod silnym wpływem trendów medialnych.

PRZEDMIOT I CEL BADAŃ

Przedmiotem badania jest zjawisko presji i kultury samorozwoju oraz poczucie (nie)wystarczalności młodych dorosłych we współczesnym społeczeństwie.

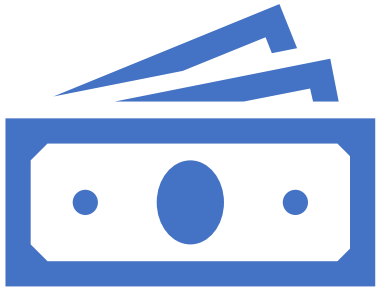
Celem badania jest poznanie i opisanie, presji wynikającej z kultury samorozwoju u młodych dorosłych dotyczącej własnej wartości i poczucia (nie)wystarczalności.

PYTANIA BADAWCZE

W ramach głównego problemu badawczego sformułowano następujące pytania szczegółowe:

- W jakim stopniu media społecznościowe są identyfikowane przez badanych jako źródło presji na samorozwój?
- Który z modeli postrzegania samorozwoju – jako autonomicznej samorealizacji czy jako wymogu społecznego – dominuje w deklaracjach badanych osób?
- Jak presja samorozwoju prezentowana w mediach społecznościowych wpływa na codzienne życie młodych dorosłych?
- Jakie znaczenie ma dorastanie w kulturze samorozwoju na samoocenę?

METODA, TECHNIKA I NARZĘDZIE BADAŃ



Projekt zrealizowany był z wykorzystaniem strategii ilościowej, a wybraną techniką badawczą była technika CAWI (jest to forma wywiadu online, gdzie respondent wypełnia kwestionariusz za pomocą strony WWW), czyli komputerowo wspomagany wywiad internetowy. W tej metodzie respondent wypełnia go w formie elektronicznej.

Narzędziem badawczym był kwestionariusz ankiety składający się z 25 pytań.

OPERACJONALIZACJA

Zmienna: Bycie (nie)wystarczającym

Wartości zmiennej:

- Wystarczalność (zadowolenie z siebie) – oznacza akceptację własnych ograniczeń, poczucie równowagi między rozwojem a odpoczynkiem oraz przekonanie, że „jestem wystarczający taki, jaki jestem”.
- Niewystarczalność (niezadowolenie z siebie) – przejawia się poczuciem braku, niską samooceną, potrzebą ciągłego udowadniania swojej wartości i porównywania się z innymi.

STRATEGIA DOBORU PRÓBY

W badaniach zastosowany został nielosowy celowy dobór próby (purposive sampling). Dobór celowy to metoda nielosowego doboru próby badanej, do której jednostki wybierane są na podstawie arbitralnej decyzji badaczy. Kryterium doboru celowego jest wyłącznie to, że uczestnik badania spełnia określone kryterium (płeć, wiek, miejsce zamieszkania, wykształcenie, wykonywany zawód itp.)

REALIZACJA BADAŃ

Badania realizowane były w okresie listopad - grudzień 2025 , wykorzystując wywiad online. Zostały one udostępnione przez media społecznościowe takie jak Facebook, Instagram oraz Messenger.

STRATEGIE ANALIZY DANYCH

Strategią była analiza opisowa danych, zajmująca się metodami opisu statystycznego danych uzyskanych w trakcie badania. Dzięki temu możemy opisać zebrane dane, wyciągnąć podstawowe wnioski oraz odpowiedzieć sobie na pytanie w jaki sposób ma wyglądać ich dalsza analiza.

Analiza i interpretacja badań

ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Łącznie w badaniu udział wzięło 101 osób, w tym 68,3% kobiet, 28,7% mężczyzn, 1% osób niebinarnych i 2% osób, które zadeklarowały opcję „Wolę nie podawać”.

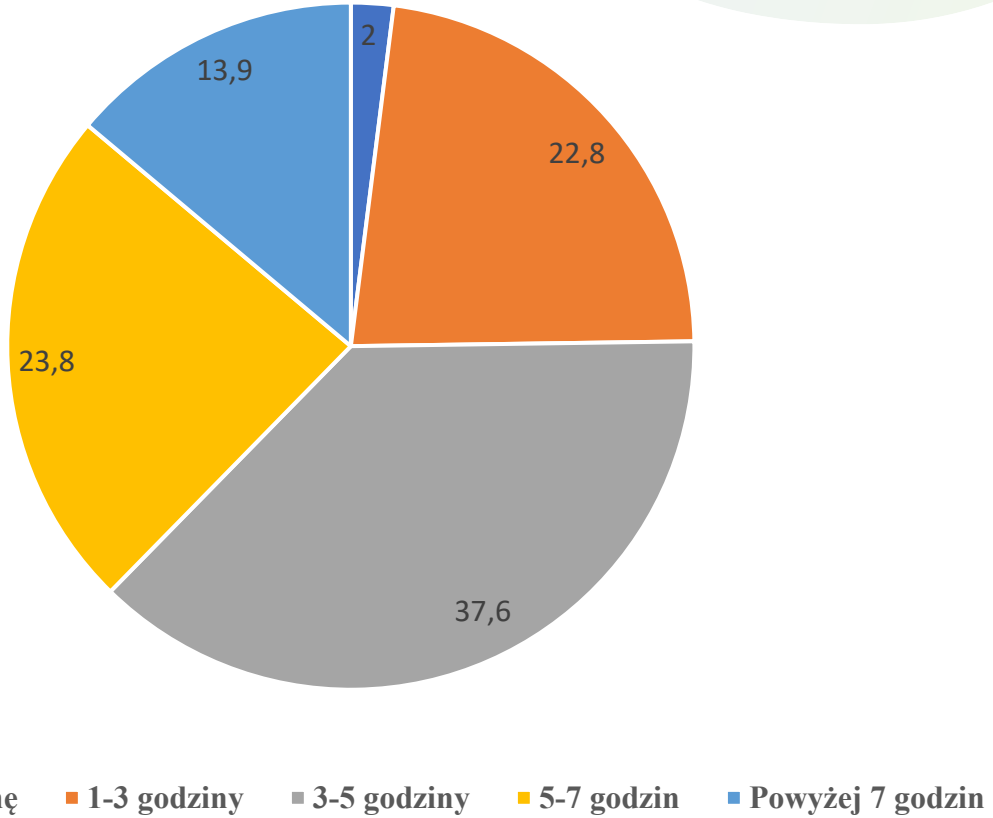
Docelową grupą badawczą byli młodzi dorośli w wieku 18-30 lat, korzystający z mediów społecznościowych.

Przeważającą grupę wiekową stanowiły osoby w wieku 18-22 (75,2%). Pozostałe grupy wiekowe były to kolejno:

23-26 lat (17,8%), 27-30 lat (5,9%) oraz 31 lat i więcej (1%).

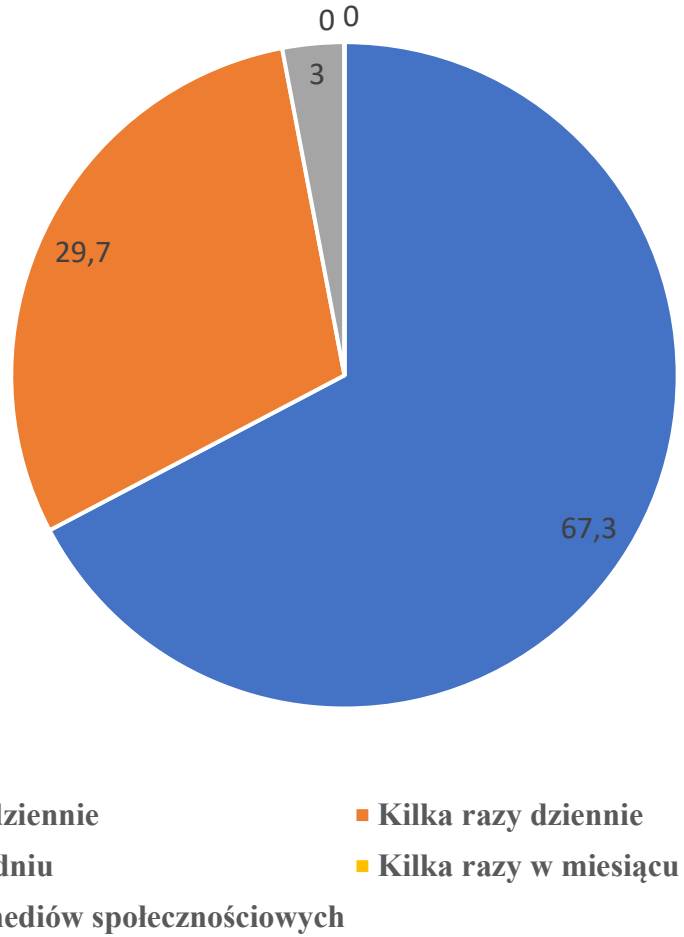
ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 1: Ile czasu średnio spędzasz dziennie w internecie?



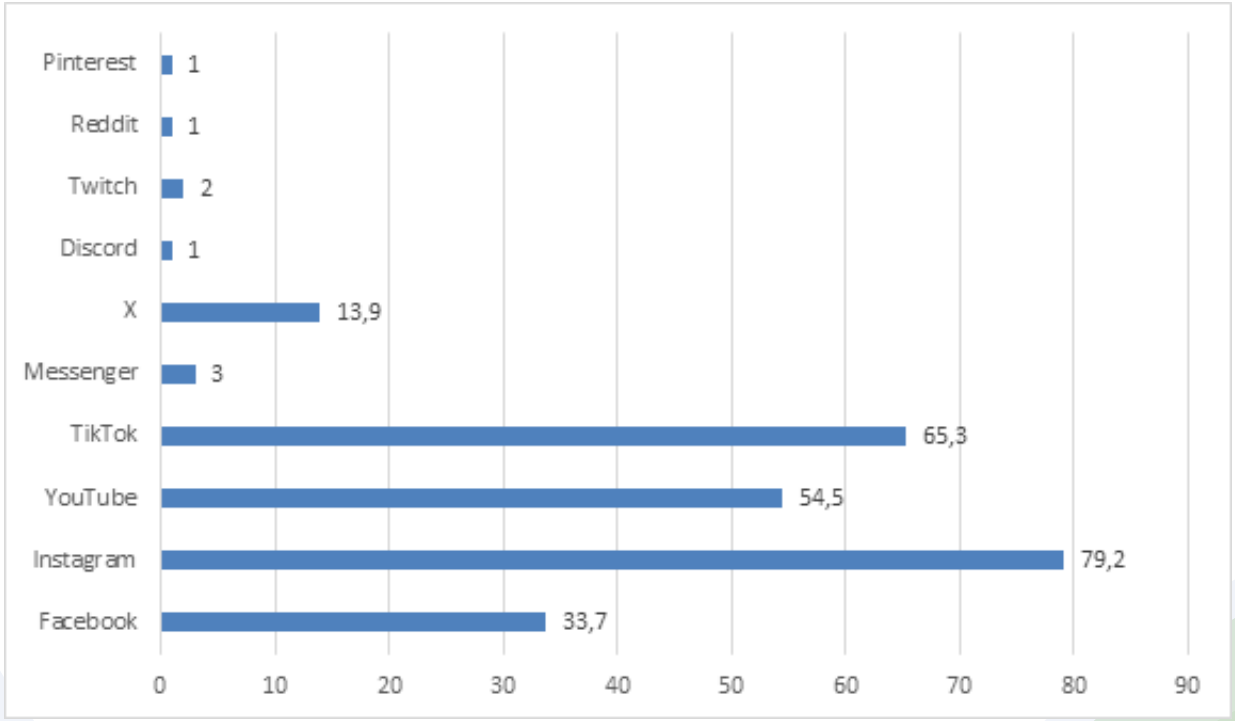
ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 2: „Jak często korzystasz z mediów społecznościowych?”



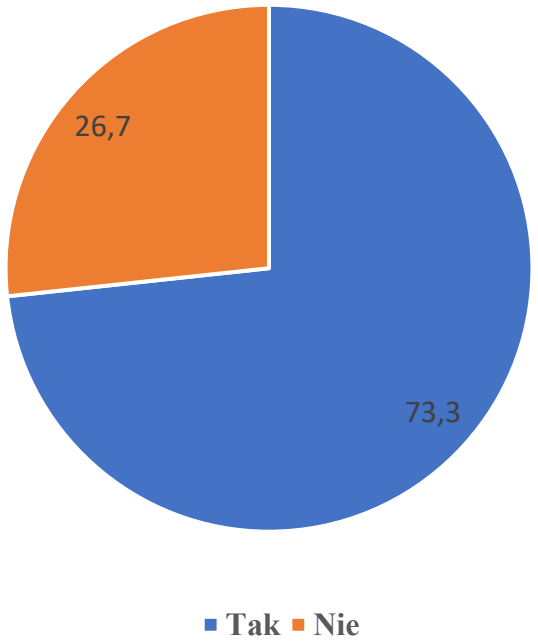
ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 3: Z jakich platform korzystasz najczęściej?

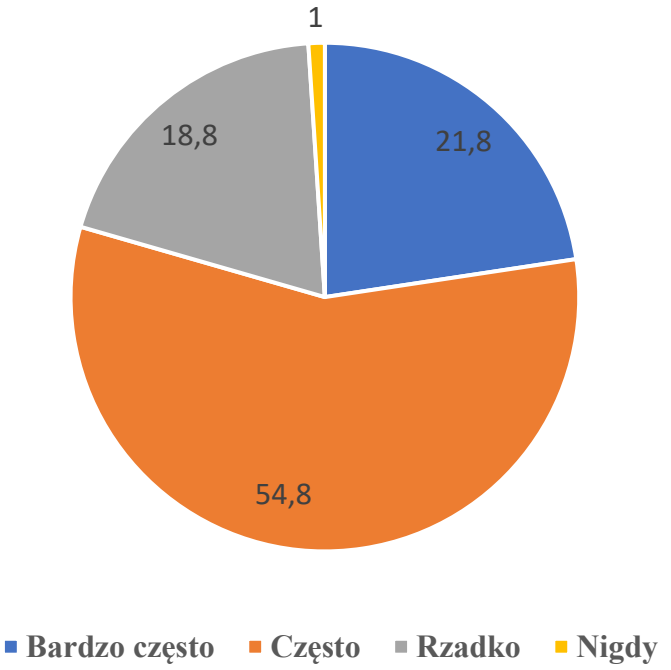


ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 4: Czy obserwujesz konta lub twórców związanych z tematyką samorozwoju / produktywności?

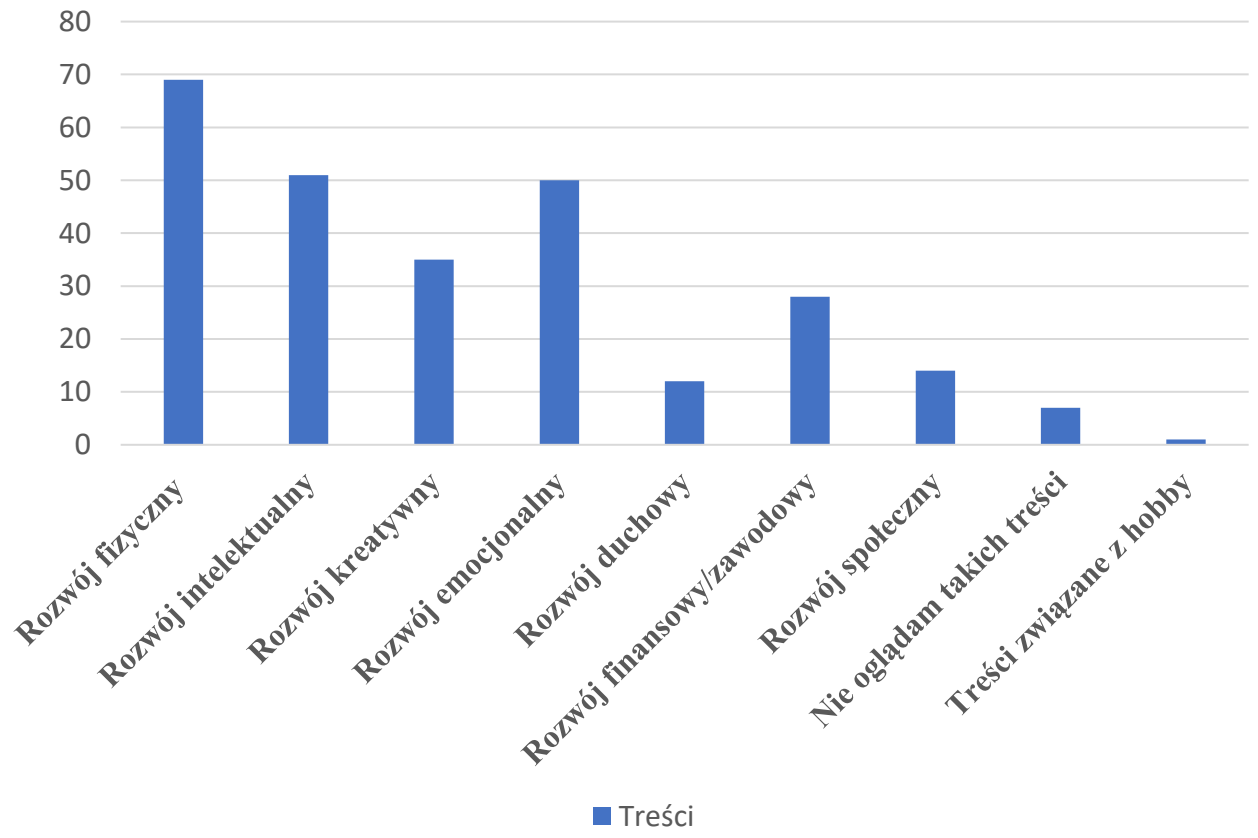


Pytanie 5: Jak często trafiasz na treści dotyczące samorozwoju?



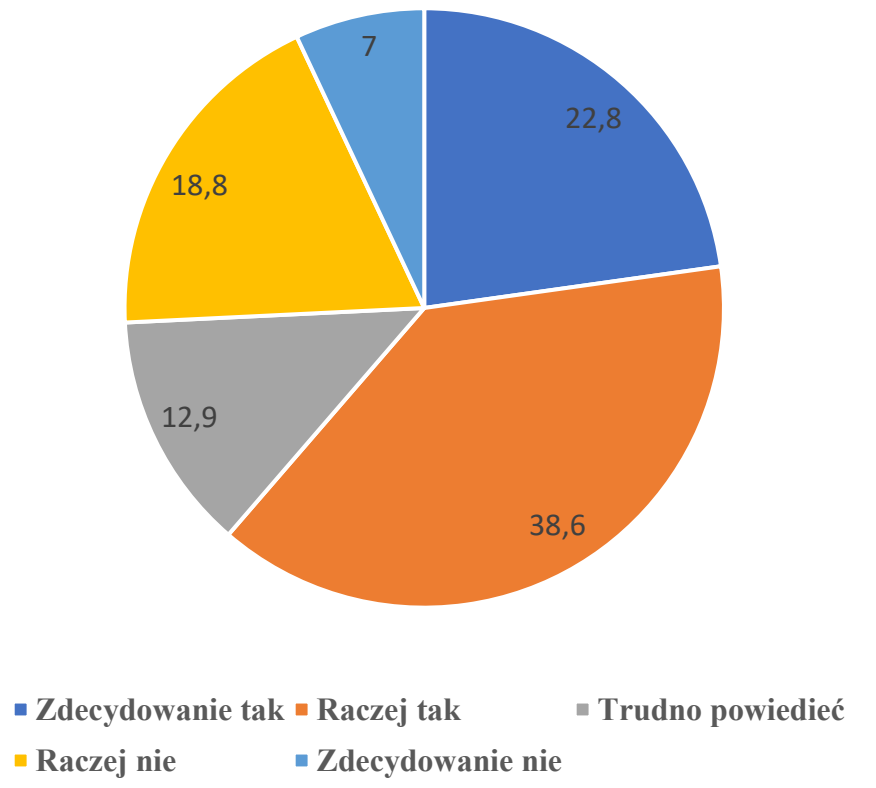
ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 6: Jakie treści związane z samorozwojem oglądasz najczęściej?

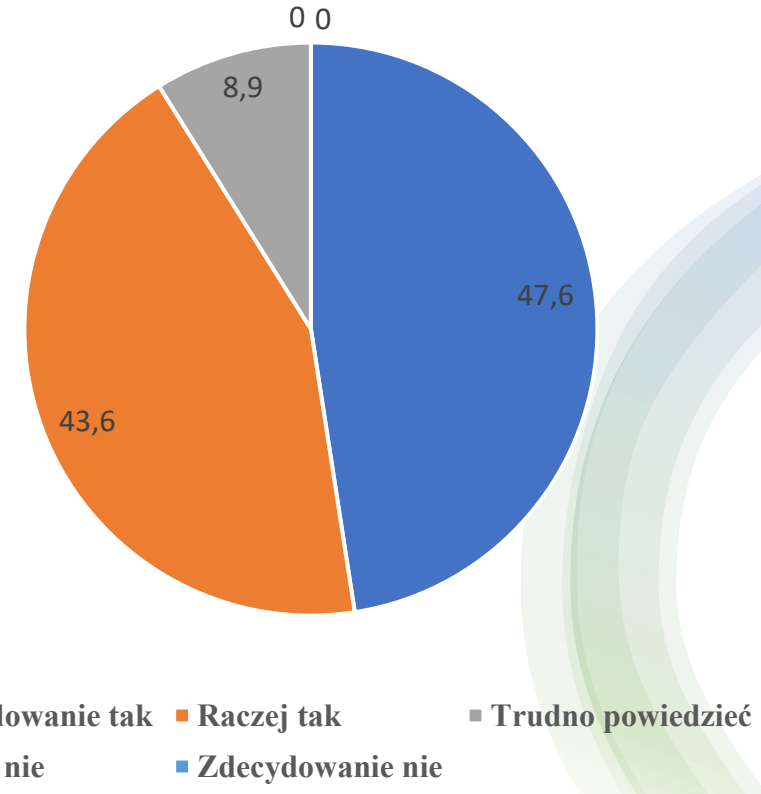


ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 7: Czy czujesz, że powinieneś się rozwijać w więcej niż jednym kierunku?

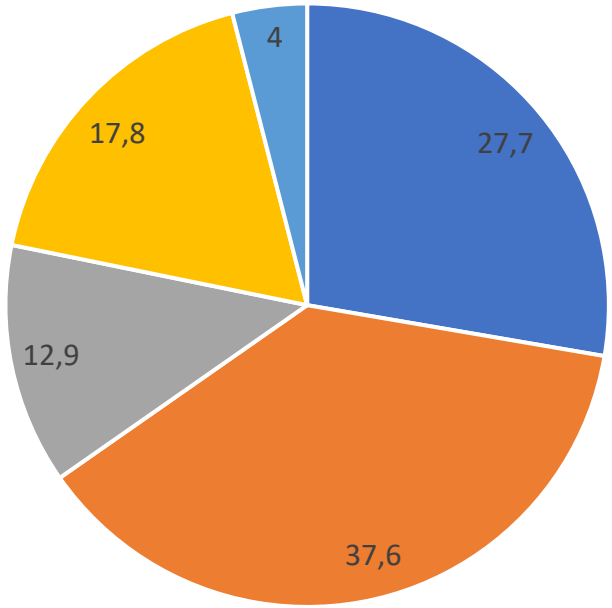


Pytanie 8: Czy samorozwój daje Ci poczucie satysfakcji?

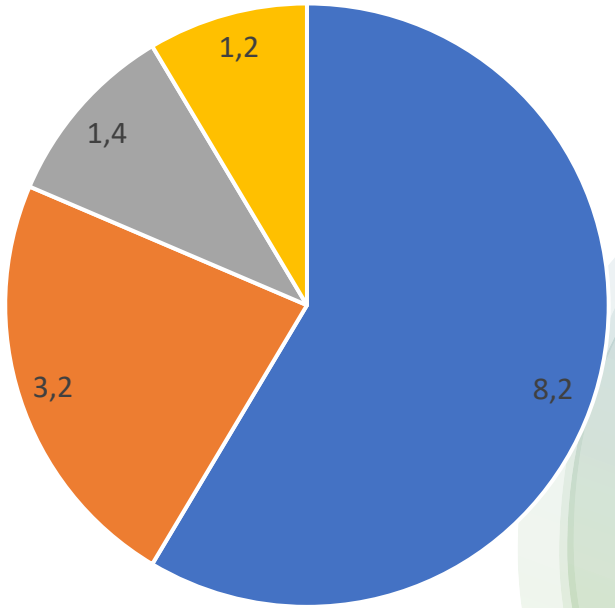


ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 9: Czy poczucie, że należy nieustannie się rozwijać jest dla ciebie źródłem stresu?

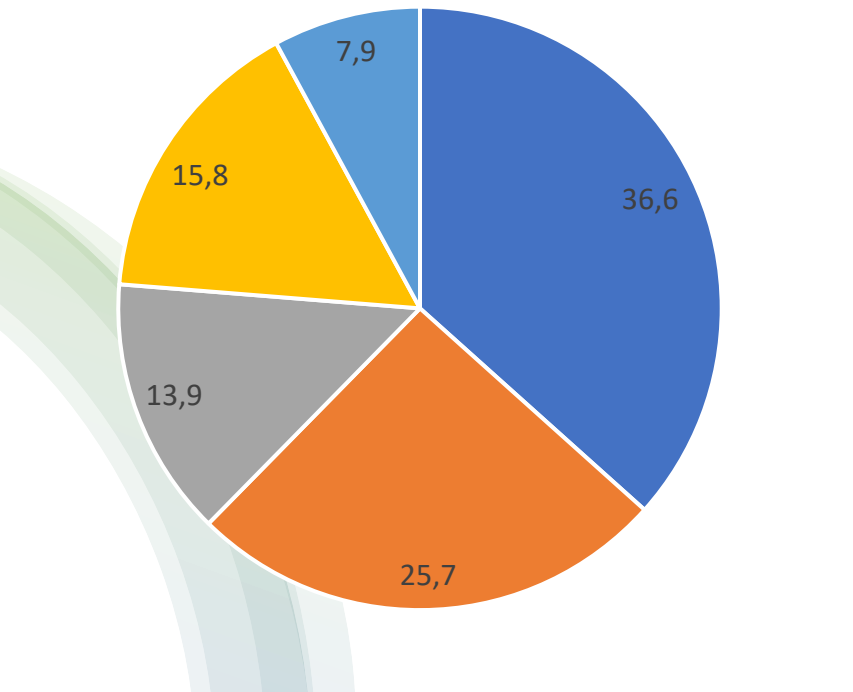


Pytanie 10: Czy masz wrażenie, że nieustanne dążenie do bycia „lepszym” oddala Cię od akceptacji siebie takiego, jakim jesteś?

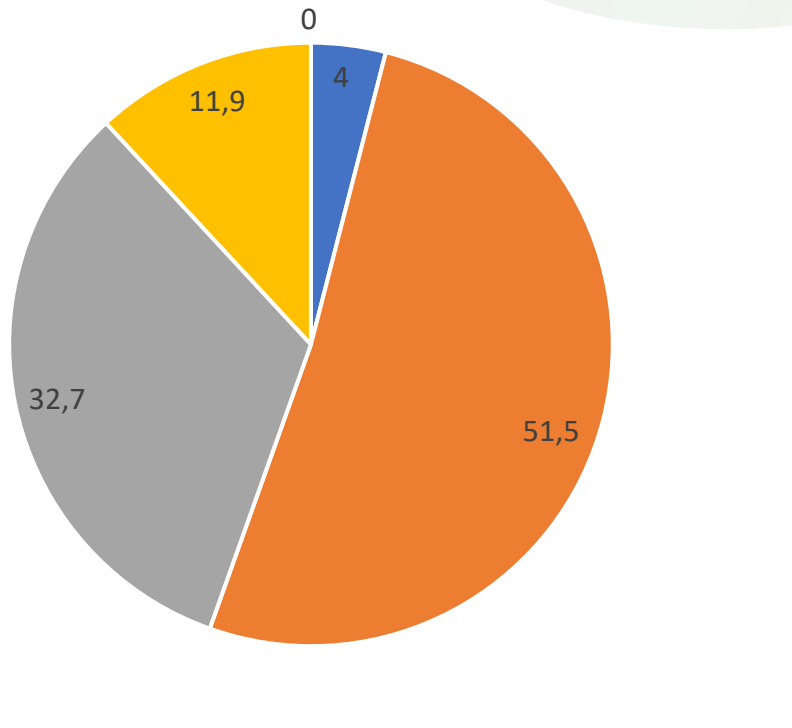


ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 11: Czy czujesz , że Twoja wartość zależy od odnoszonych sukcesów?

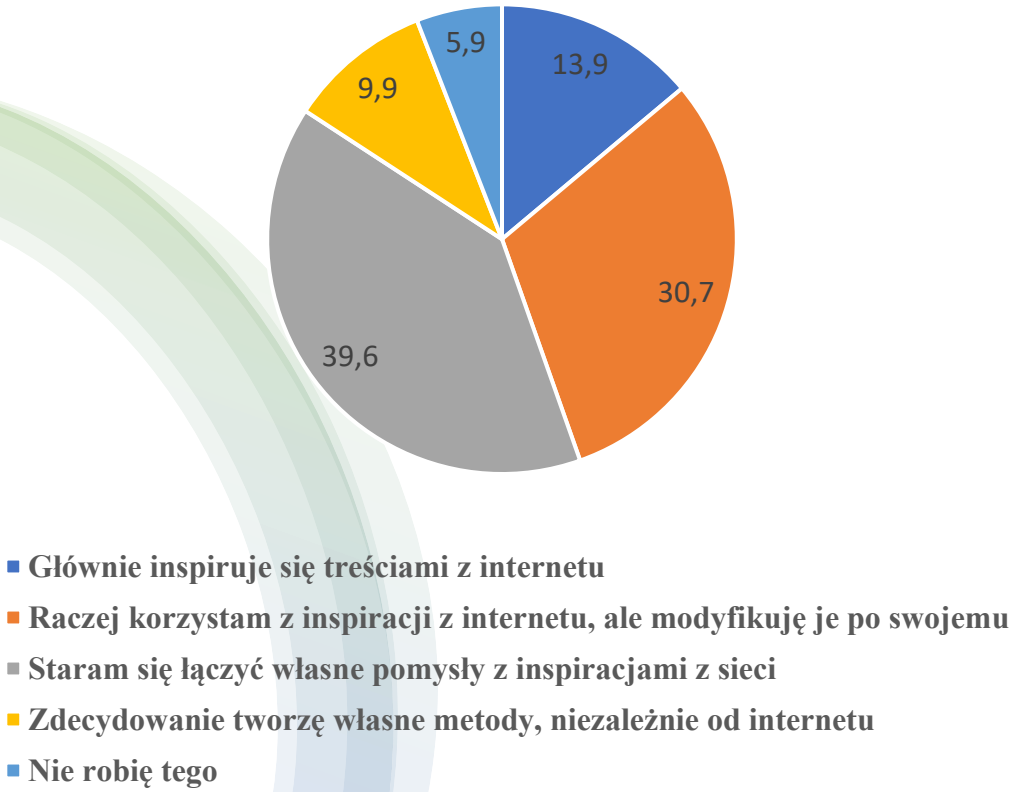


Pytanie 12: Jakie zmiany zauważasz w swoim nastroju psychicznym po obejrzeniu materiału zachęcającego do samorozwoju?

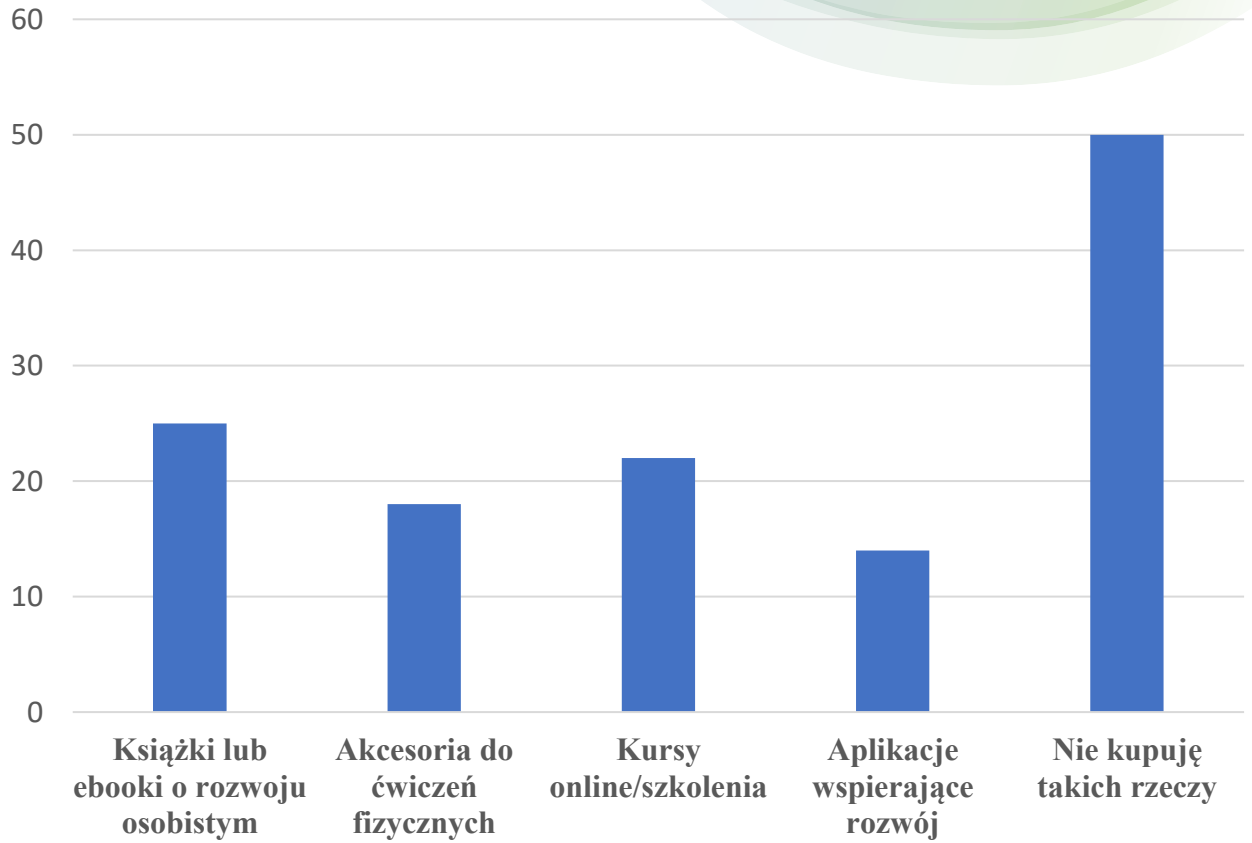


ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 13: Czy w kwestii motywacji i utrzymywania rutyny (np. ćwiczeń, nauki, hobby) częściej korzystasz z metod i inspiracji znalezionych w internecie, czy raczej tworzysz własne sposoby?

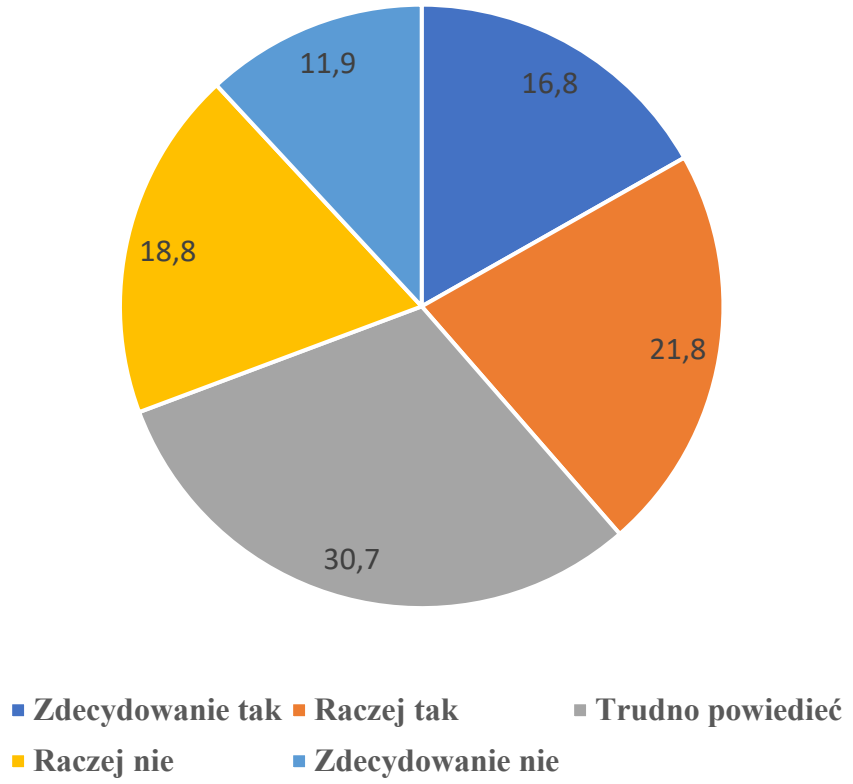


Pytanie 14:Jakie produkty związane z samorozwojem kupujesz najczęściej?

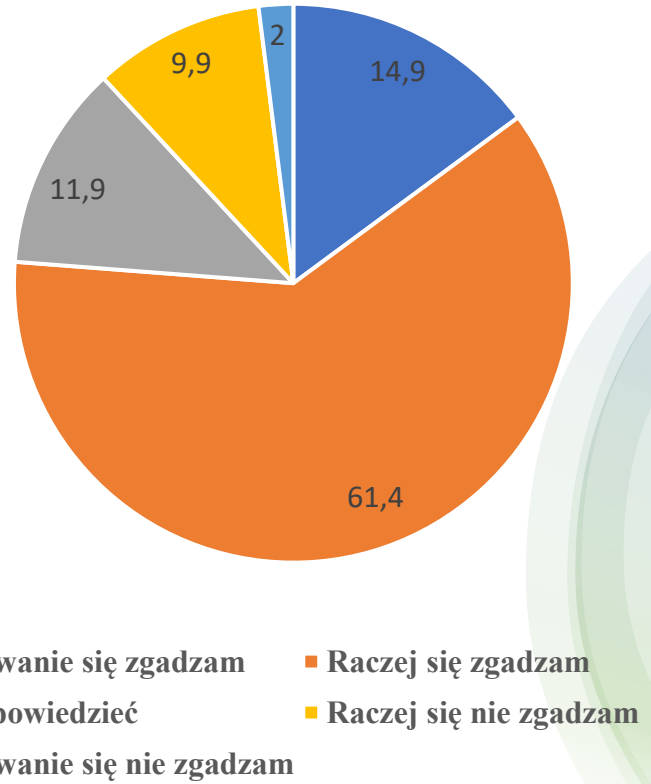


ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 15:Czy zakup takich produktów zwiększa Twoją motywację do rozpoczęcia lub kontynuowania aktywności?

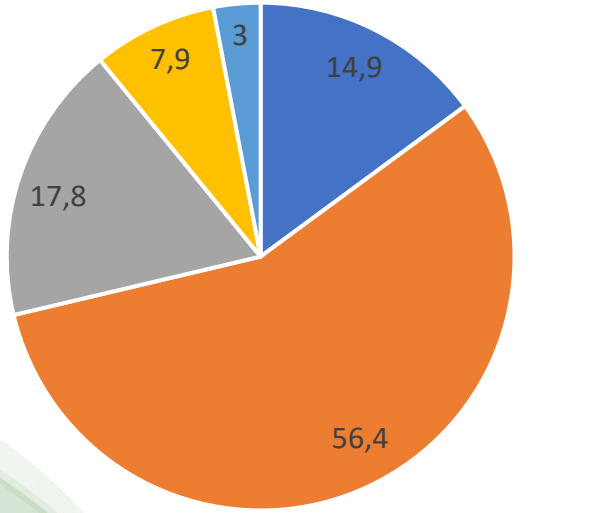


Pytanie 16: Kiedy oglądam materiały dotyczące samorozwoju czuję się zmotywowany/a do działania.

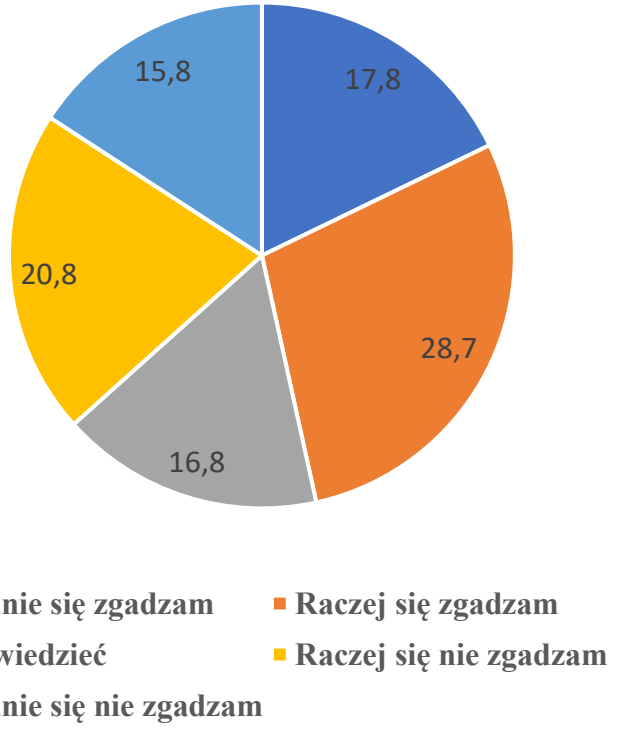


ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 17: Kiedy oglądam materiały dotyczące samorozwoju czuję się zainspirowany/a do szukania możliwości samorozwoju dostosowanych do mnie.

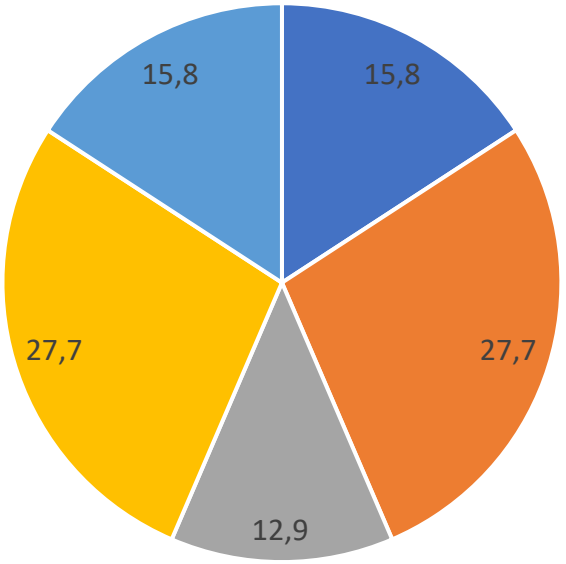


Pytanie 18: Kiedy oglądam materiały dotyczące samorozwoju czuję się gorszy/a od innych bardziej aktywnych osób ode mnie.



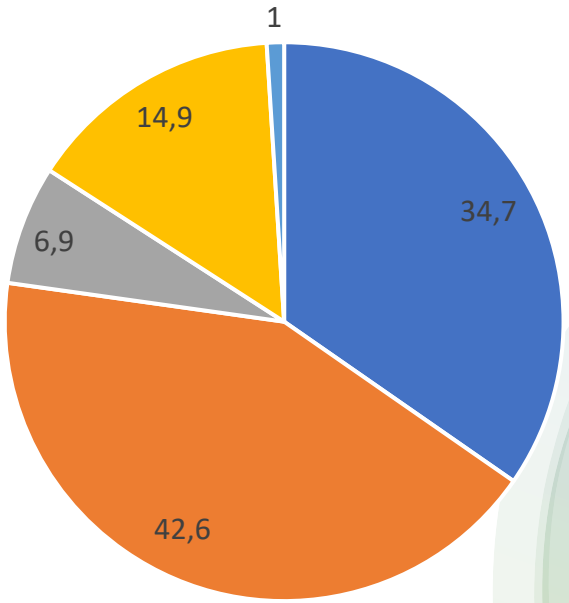
ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 19: Kiedy oglądam materiały dotyczące samorozwoju czuję się gorszy/a od tych, którzy robią coś lepiej ode mnie.



Zdecydowanie się zgadzam
Raczej się zgadzam
Trudno powiedzieć
Raczej się nie zgadzam
Zdecydowanie się nie zgadzam

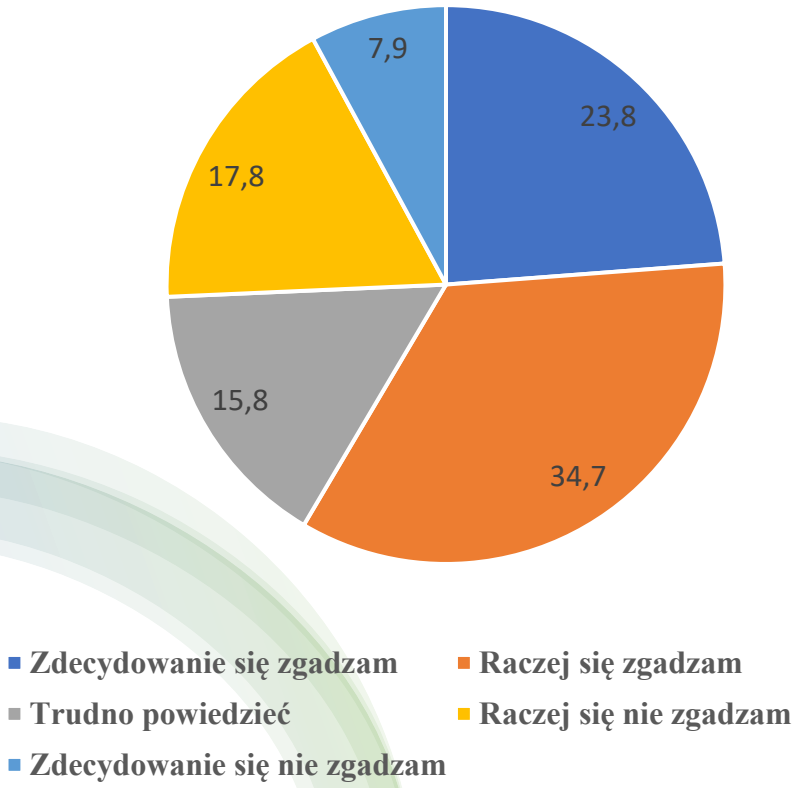
Pytanie 20: Zdarza mi się porównywać swoje osiągnięcia lub postępy z innymi ludźmi w internecie.



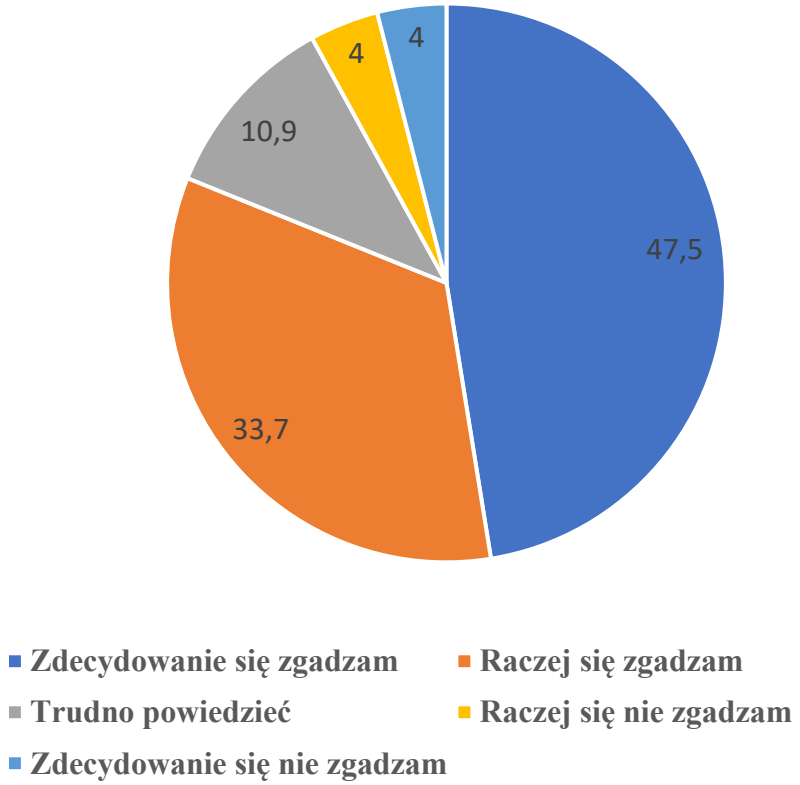
Zdecydowanie się zgadzam
Raczej się zgadzam
Trudno powiedzieć
Raczej się nie zgadzam
Zdecydowanie się nie zgadzam

ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 21: Media społecznościowe wywierają na mnie presję, by być bardziej aktywnym i produktywnym.

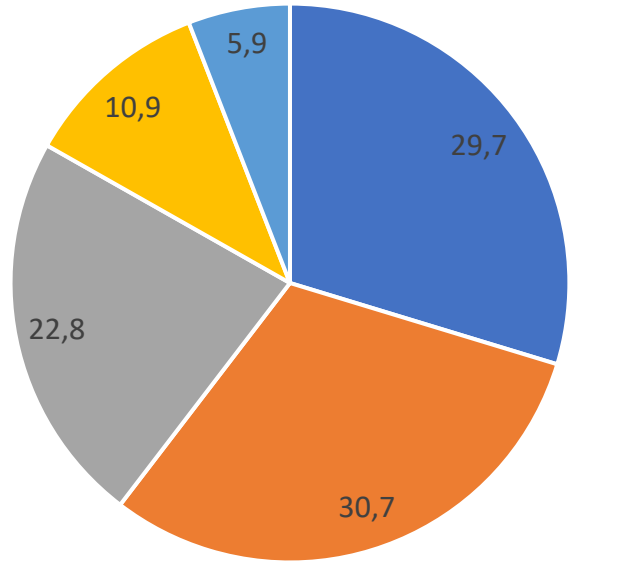


Pytanie 22: Presja samorozwoju częściej dotyczy młodych ludzi (np. studentów, osób na początku kariery).

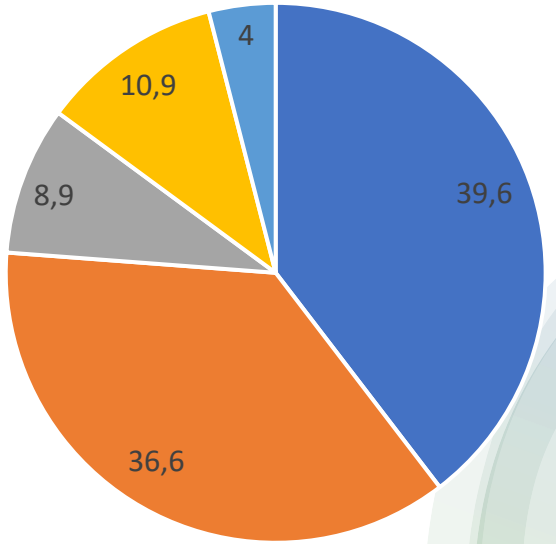


ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 23: Samorozwój stał się obowiązkiem społecznym, a nie wyborem.

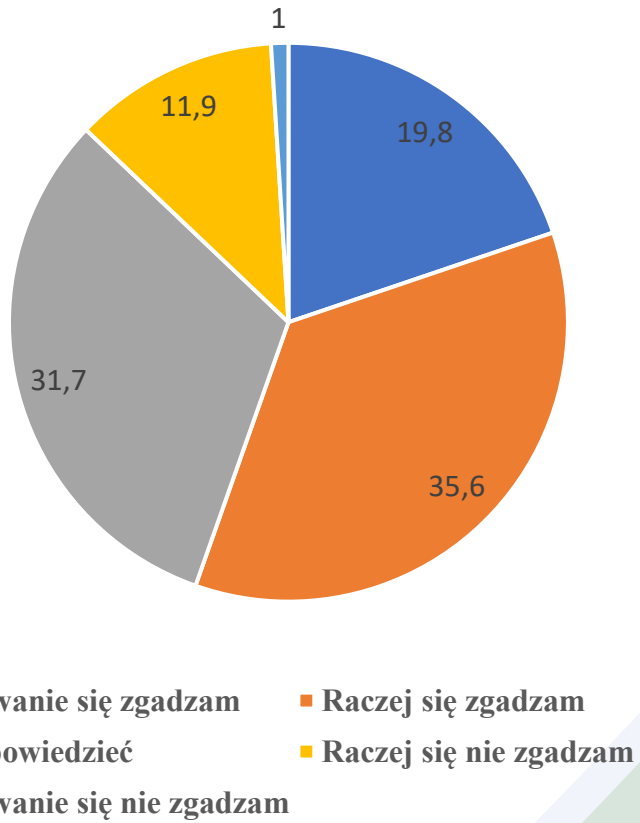


Pytanie 24: Czuję, że nie robię wystarczająco dużo, nawet jeśli jestem zmęczony.



ANALIZA WYNIKÓW BADAŃ

Pytanie 25:Samorozwój ma więcej pozytywnych niż negatywnych skutków dla zdrowia psychicznego ludzi.



WNIOSKI Z BADANIA

- Samorozwój przestał być przywilejem, a stał się **„opresyjnym obowiązkiem”**.
- Dla większości badanych praca nad sobą jest odczuwana jako zewnętrzny przymus.
- Brak ciągłego progresu jest interpretowany przez młodych ludzi jako życiowa porażka.
- Chwilowa motywacja szybko zamienia się w poczucie winy i wstydu.
- Ponad połowa badanych szuka „strzału motywacji” w sieci, co paradoksalnie pogłębia ich lęk przed byciem niewystarczającym.
- Rynek najpierw kreuje lęki, a następnie sprzedaje „gotowe rozwiązania” (kursy, aplikacje).
- Większość respondentów czuje, że robi za mało, nawet gdy są skrajnie zmęczeni. Uważają normalny odpoczynek jako czas stracony.
- Utrata zdolności do regeneracji bez poczucia winy prowadzi bezpośrednio do chronicznego stresu i wypalenia.
- Kobiety doświadczają presji wielowymiarowej (wygląd + intelekt + kariera), co czyni je grupą szczególnie wrażliwą.

BIBLIOGRAFIA

- Bujarska, P. (2023). "Wpływ mediów społecznościowych na mózg, zachowanie i sposób myślenia nastolatków." Edurada.pl. Dostęp 20.10.2025
- Fundacja Unaweza. (2024). "Dove i MŁODE GŁOWY łączą siły, aby zadbać o zdrowie psychiczne nastolatków w Polsce." Ngo.pl. Dostęp 20.10.2025
- Garwol, K. (2023). “Prawo do bycia sobą w mediach społecznościowych”. Polityka i Społeczeństwo, 21 (4). Dostęp 20.10.2025
- Janik, J. (2025). "Media społecznościowe degradują nasze samopoczucie." Termedia.pl. Dostęp: 20.10.2025
- Jarczyńska, J. (2021). " Tożsamość młodzieży w świecie mediów cyfrowych.", Bydgoszcz: Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, ISBN 978-83-8018-456-5. Dostęp: 20.10.2025
- Seul, S. (2004). "Rozwój tożsamości, a aktywność twórcza". Nauczyciel i Szkoła 3-4 (24-25), 266-277. Dostęp 20.10.2025
- Podniesiński, M., Pirogowicz, A., Mącik, D., (2024). "Perfekcjonizm a świadomość własnego wyglądu w mediach społecznościowych wśród osób w okresie wyłaniającej się dorosłości". Dostęp 20.10.2025
- Durkheim, É. (1999)." *Zasady metody socjologicznej"*. Warszawa: PWN.
- Giddens, A. (1991)." *Nowoczesność i tożsamość. „Ja” i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności"*. Warszawa: PWN.
- Bauman, Z. (2007). "*Konsumpcja, więc jestem"*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.