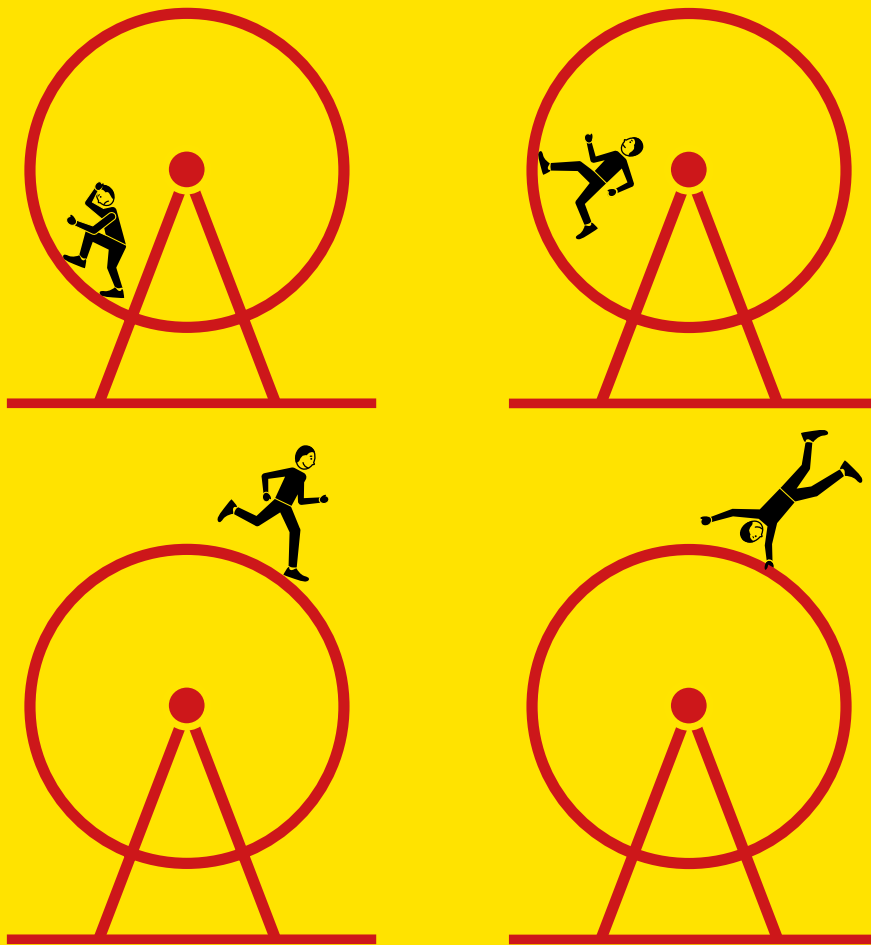


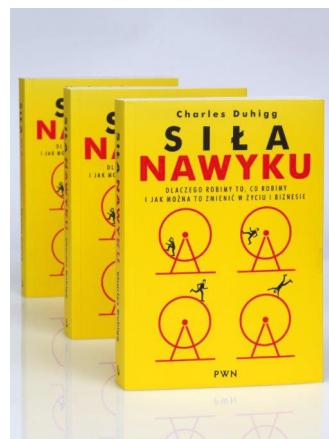
Charles Duhigg
SIŁA NAWYKU

MATERIAŁY PRASOWE



WYRWIJMY SIĘ Z PĘTLI ZŁYCH NAWYKÓW

Bestseller Charlesa Duhigga „Siła nawyku” już
w Polsce! Premiera 3 kwietnia 2013 r.



Do sklepu amerykańskiej sieci Target w Minnesocie wpadł zdenerwowany mężczyzna. Oburzony wymachiwał reklamą, którą jego córka dostała pocztą. „Ona wciąż jest w liceum, a wysyłacie jej kupony na odzież ciążową i łóżeczka? Chcecie ją zachęcić do zajścia w ciążę?”. Kilka dni później zadzwonił z przeprosinami. Okazało się, że sieć supermarketów wiedziała wcześniej niż ojciec, że dziewczyna jest w ciąży! Spece od marketingu i statystyki wywnioskowali to na podstawie analizy jej nawyków zakupowych. Nastolatka nagle zaczęła kupować m.in. duże ilości witamin i balsamów nawilżających do ciała.

To jedna z mnóstwa historii opisanych przez Charlesa Duhigga w książce „Siła nawyku”. Autor udowadnia, że nawyki są wszechobecne. Poranne bieganie, palenie papierosów, obgryzanie paznokci, oglądanie telewizji, ścielenie łóżka, wybór tego, co zjemy na obiad oraz decyzja o tym, czy wieczorem będziemy uprawiali seks – wszystko zależy od nawyków. One rządzą naszym życiem. Wyznaczają reguły działania firm, biurokracji państwowej i całych społeczeństw.

„Siła nawyku” sprzedała się na świecie w ponad milionie egzemplarzy. Przetłumaczona została na 31 języków. Od ponad 40 tygodni znajduje się na wierzchołku listy bestsellerów „The New York Times”. „The Wall Street Journal” i „Financial Times” zaliczyły ją do najlepszych książek minionego roku. Łączy elementy analizy naukowej, poradnika i reportażu. Dostarcza szerokiej wiedzy, praktycznych wskazówek, a przede wszystkim jest wciągającą lekturą.

Spektrum tematów i zakres zainteresowań Duhigga są imponujące. Pisze o niemal każdej dziedzinie życia – od sposobu parkowania samochodu po schematy funkcjonowania wielkich międzynarodowych korporacji. Wśród bohaterów jest gospodyni domowa, która próbując zagłuszyć samotność i nudę wpada w nałóg hazardu i przegrywa wszystko. W książce znajdziemy trzymającą w napięciu, relacjonowaną minuta po minucie historię olimpijskiego startu Michaela Phelpsa, supermistrza zaprogramowanego na sukces. Wrażenie robi opowieść o filarze amerykańskiego przemysłu firmie Alcoa, która za sprawą niekonwencjonalnego podejścia nowego dyrektora generalnego do kwestii bezpieczeństwa diametralnie zmieniła nawyki pracowników doprowadzając do pięciokrotnego wzrostu wartości akcji. Wiele o nawykach uczy przerażająca historia pożaru na londyńskiej stacji metra King’s Cross w 1987 roku, kiedy brak odpowiednich procedur doprowadził do śmierci 31 osób.

Żywym, obrazowym językiem Charles Duhigg zmienia miejsca akcji i bohaterów. Utrzymuje niesłabnącą uwagę czytelnika. Z drugiej strony dogłębnie bada mechanizmy tworzenia i zmiany nawyków. Jego książka powstała na bazie solidnej wiedzy: setkach badań naukowych, wywiadach z ponad trzystoma naukowcami i menedżerami, analizach działalności kilkudziesięciu firm i organizacji.

Ci, którzy w „Sile nawyku” szukać będą przede wszystkim podpowiedzi, jak zmienić swoje życie, porzucić nałogi i zacząć regularnie uprawiać sport znajdą w opowieściach Duhigga wiele trafnych wskazówek i inspiracji. A na końcu książki – praktyczny przewodnik.

Podstawowe informacje o książce:

Charles Duhigg

Siła nawyku. Dlaczego robimy to, co robimy i jak można to zmienić w życiu i biznesie

Tłumaczenie: Małgorzata Guzowska

Format: 145 x 205 mm

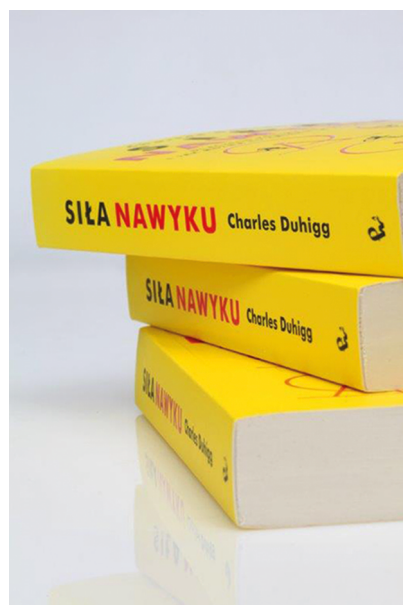
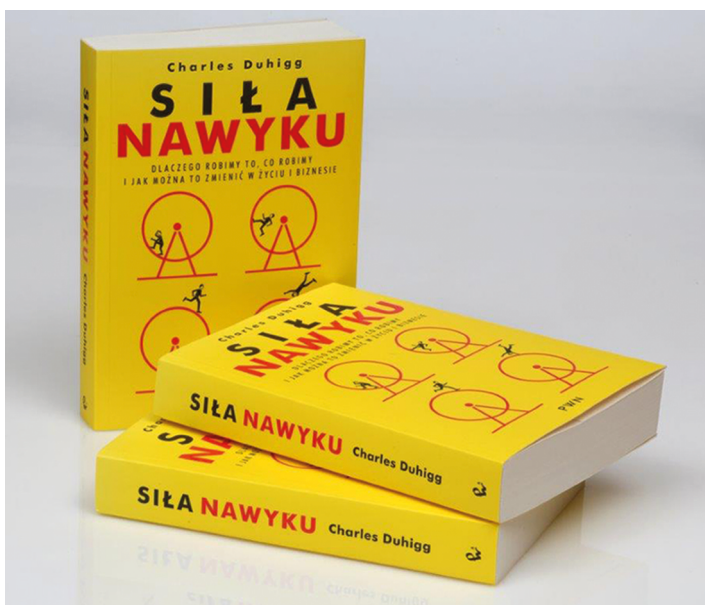
Strony: 424

PWN Dom Wydawniczy PWN

ISBN: 978-83-7705-270-9 (oprawa miękka)

ISBN: 978-83-7705-273-0 (oprawa twarda)

Data polskiej premiery: 3 kwietnia 2013



CHARLES DUHIGG



Charles Duhigg przyznaje, że praca nad książką miała praktyczne zastosowanie – chciał zmienić swoje życie. – Czułem się sfrustrowany – wspomina. – Z jednej strony wiedziałem, że jestem inteligentnym, odnoszącym sukcesy człowiekiem. Z drugiej strony były rzeczy, których nie potrafiłem kontrolować.

Duhigg miał słabość do podjadania. Postanowił zmienić nawyki żywieniowe i te dotyczące ćwiczeń fizycznych, postępował wg zasad, które później opisał w książce. Schudł 16 kilogramów. Odkrył m.in., że popołudniu w pracy sięga po ciastka nie z głodu, lecz dlatego, że na stolówce ma okazję pogawędzić z kolegami. Zrezygnował z wypraw po słodczyce zastępując je rozmową ze współpracownikami.

Ma 39 lat. Mieszka na Brooklynie z żoną i dwoma synami. Od dziecka stara się wpajać chłopcom pozytywne nawyki. Wie, że 5-latek, który nauczy się ścielić łóżko, w przyszłości będzie pilnym uczniem i wyrośnie na dobrze zorganizowanego człowieka.

Duhigg jest cenionym dziennikarzem śledczym. Pracuje w biznesowej sekcji „The New York Timesa”. Nagrodzono go m.in. za serię artykułów „Toxic Waters” (2009) o zanieczyszczeniu środowiska w USA, był członkiem zespołu nominowanego do Pulitzera za cykl „Reckoning” (2008) opowiadający o przyczynach i skutkach kryzysu finansowego. Ostatnio wspólnie z kolegami wziął pod lupę firmę Apple i publikując teksty zebrane pod hasłem „The iEconomy”.

Przed przeprowadzką do Nowego Jorku pracował w „The Los Angeles Times”. Dziennikarstwo to jego pasja i zawód. Skąd fascynacja nawykami i pomysł napisania książki? Jak wspomina Duhigg bezpośrednio inspiracją stało się spotkanie z pewnym amerykańskim majorem, którego poznał w Bagdadzie. Wojskowy godzinami, metodycznie analizował nagrania wideo z zamieszek w miejscowości Kufa i odkrył, że zawsze przebiegały według podobnego scenariusza. Okazało się, że wystarczyło zmienić jeden element schematu, by zapobiec rozruchom - zakazać sprzedawcom żywności pojawiania się na placach, gdzie zbierali się ludzie. Jeśli po kilku godzinach protestujący nie mieli co zjeść rozchodzili się do domów. - Tak mnie zafascynowała ta historia, że po powrocie do Stanów zacząłem przeglądać wszystkie dostępne opracowania naukowe na temat nawyków – opowiadał Duhigg w wywiadzie dla National Public Radio. - Odkryłem, że ostatnia dekada była złotym okresem w badaniach neurologicznych nad przyczynami formowania się nawyków.

Duhigg wyposażony w świetny dziennikarski warsztat podszedł do tematu z zawodową dociekliwością. Przeprowadził setki wywiadów z ekspertami, naukowcami i menedżerami. Dotarł do gwiazd sportu i zwykłych ludzi, którzy stali się niewolnikami nawyków. Przeanalizował dziesiątki badań. Na ich podstawie napisał pasjonujący przewodnik po świecie nawyków.

Jest absolwentem historii na Yale i studiów MBA w Harvard Business School.

DOBRE I ZŁE NAWYKI

RZĄDZĄ ŚWIATEM

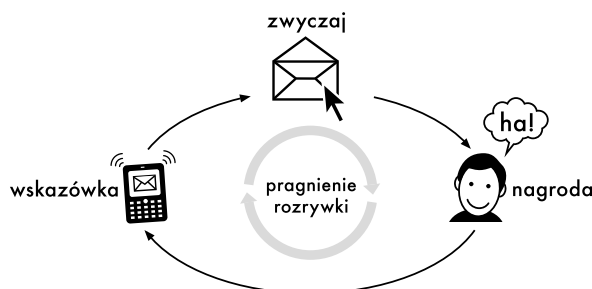
„Całe nasze życie, tak dalece, jak dalece ma ono określoną postać, nie jest niczym ponad zbiorem nawyków” – William James, 1892 r.

„Przegrywanie meczów przez naszych piłkarzy, mierne wskaźniki ekonomiczne naszych przedsiębiorstw, niski poziom świadczeń naszej służby zdrowia, marne szkolnictwo, niedobra organizacja życia społecznego i ogólne niezadowolenie obywateli ze swojego państwa – to też nawyki. Z jednej strony, bo nawykowo źle działają poszczególne struktury, resorty i sektory, a z drugiej strony, bo ludzie nawykowo źle odnoszą się do tych struktur, resortów i sektorów.” – Ewa Woydyłło, 2013 r., fragment eksperckiej przedmowy do polskiego wydania „Siły nawyku”.

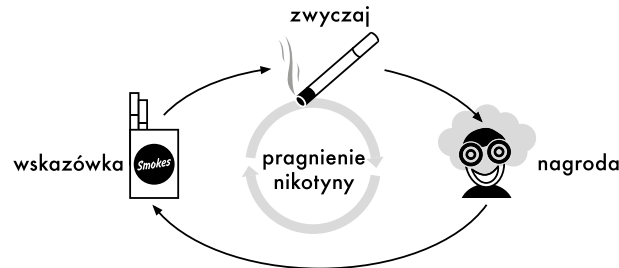
„Siła nawyku” odkrywa mechanizmy, z których istnienia często nie zdajemy sobie sprawy. Pokazuje, że przyzwyczajenia mogą mieć niszczyielską moc lub sprawiać, że życie staje się lepsze i łatwiejsze. Dzięki dziennikarskiemu podejściu Duhigg zręcznie wyważa proporcje między teorią a przykładami zaczerpniętymi z życia. Nie przytłacza nadmiarem definicji i naukowych terminów. Jasno tłumaczy na czym polega pętla nawyku i opisuje struktury mózgu odpowiedzialne za rutynowe działanie. Poniżej miniprzewodnik po najważniejszych pojęciach i wątkach pojawiających się w książce.

NAWYKI są to „wybory, których wszyscy w pewnym momencie naszego życia dokonujemy w sposób celowy, ale nadchodzi taka chwila, kiedy przestajemy o nich myśleć, choć wciąż je robimy”. Istnieją badania pokazujące, że „ponad 40% działań podejmowanych każdego dnia przez ludzi nie było ich świadomymi decyzjami, a nawykami”. Zdaniem naukowców nawyki pojawiają się ponieważ mózg bezustannie szuka sposobów na ograniczenie wysiłku. Kiedy rodzi się nawyk, mózg przestaje w pełni uczestniczyć w podejmowaniu decyzji. Nawyki mogą być błogosławieństwem, ale i przekleństwem. Mogą powstawać poza naszą świadomością albo być kształtowane celowo.

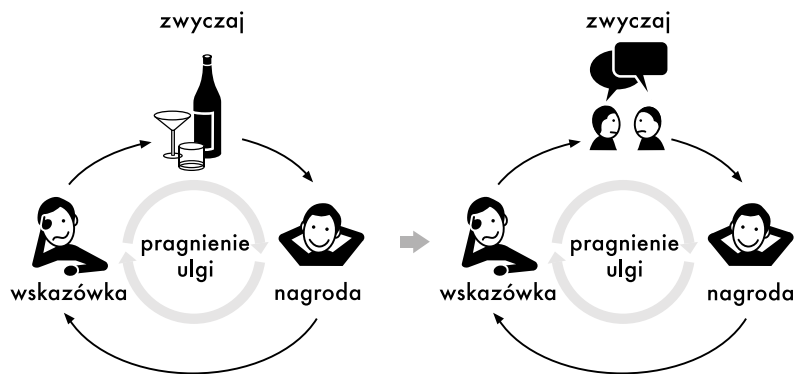
PĘTLA NAWYKU to proces zachodzący w mózgu i sterujący naszymi nawykowymi zachowaniami. Składa się z trzech elementów: wskazówka, zwyczaj, nagroda. Rolę wskazówki może pełnić wszystko od obrazu np. reklamy chipsów, aż po określone miejsce, porę dnia, emocje, sekwencję pojawiających się po sobie myśli. Wachlarz nagród sięga od jedzenia, czy narkotyków wywołujących doznania fizyczne po zyski emocjonalne, jak uczucie dumy. „Kiedy połączymy wskazówki z określonymi nagrodami, w naszych mózgach powstaje nieświadome pragnienie uruchamiające pętlę nawyku”. Na przykład widok butelki wina kojarzy nam się z odprężającą chwilą relaksu wywołującą nawyk sięgnięcia po kieliszek.



Nawyki kluczowe wzmocniają zmianę: tworząc struktury umożliwiające rozkwit także innych nawyków. Dla bohaterki książki Lisy Allen, nieatrakcyjnej, ciągle zmieniającej pracę kobiety z nadwagą, nawykiem kluczowym okazało się palenie. Kiedy zastąpiła niezdrowy nałóg bieganiem, zmienił się także „sposób w jaki jadła, pracowała, spała, oszczędzała pieniądze, organizowała sobie pracę, planowała przyszłość. Zaczęła biegać półmaratony, potem maraton, wróciła do szkoły, kupiła dom i zaręczyła się”. Badania wykazują, że rodziny w których „istnieje zwyczaj wspólnego jedzenia kolacji, wychowują dzieci z lepszymi kompetencjami w sferze prac domowych, lepszymi ocenami, większą kontrolą emocjonalną i większą pewnością siebie”.



ZMIANA NAWYKU jest możliwa choć wymaga wysiłku. Nawyki nigdy nie znikają całkowicie, są zakodowane w strukturach naszych mózgow, w tzw. jądrach podstawnych. Nie da się ich wykasować, ale można je modyfikować. Jeśli ktoś zastąpi np. jedzenie pączków bieganiem to nowy wzorzec po pewnym czasie stanie się automatyczny. Dlaczego trudno wykształcić w sobie nawyk regularnego uprawiania sportu? Ponieważ mamy już zakorzenione przekonanie, że przyjemność sprawia nam leżenie na kanapie.



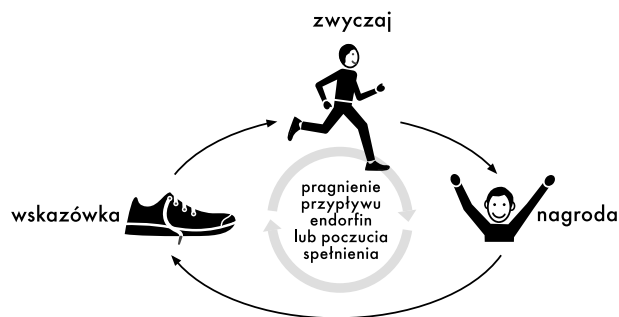
ZOSTAW WSKAZÓWKĘ,
DOSTARCZ TEJ SAMEJ NAGRODY, WPROWADŹ NOWY ZWYCZAJ

ZŁOTA ZASADA ZMIANY NAWYKU brzmi „jeśli weźmiesz tę samą wskazówkę i dostarczysz tej samej nagrody jesteś w stanie zmodyfikować zwyczaj i zmienić nawyk. Niemal każde zachowanie może zostać zmienione, jeżeli wskazówka i nagroda pozostaną niezmiennie”. Złota zasada wpłynęła na sposób leczenia m.in. alkoholizmu, otyłości i zaburzenia obsesyjno-kompulsyjnego.

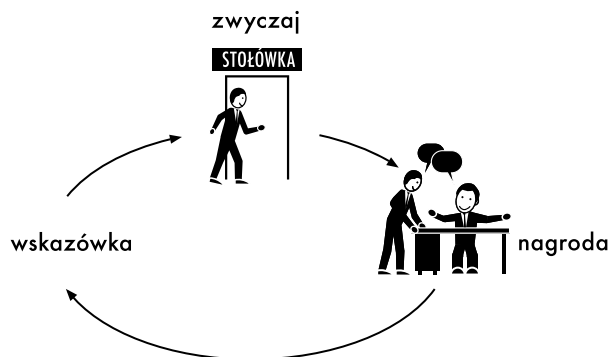
MYCIE ZĘBÓW na początku XX wieku było rzadkością. W czasie I wojny światowej amerykański rząd rozpoczął pobór do armii okazało się, że fatalny stan uzębienia mężczyzn zagraża bezpieczeństwu narodowemu. Ludzie z zasady nie myli zębów. Sytuacja zmieniła się dopiero, gdy reklamą pasty do zębów zajął się znany menedżer Claude C. Hopkins. Dzięki niemu pasta Pepsodent zmieniła się w jeden z najbardziej rozpoznawalnych produktów na świecie.

Reklamy zachęcały ludzi do prostego testu – przejechania językiem po zębach. Jeżeli czuli chropowaty nalot (wskazówka) powinni umyć zęby (nawyk). Nagrodą okazało się przyjemne doznanie chłodu i mrowienia w ustach wywołane przez pastę, które klienci zaczęli utożsamiać z poczuciem czystości.

REGULARNE UPRAWIANIE SPORTU łatwiej przychodzi ludziom, „jeśli wybiorą sobie specyficzną wskazówkę, jak bieganie natychmiast po powrocie do domu z pracy, i wyraźną nagrodę, jak choćby piwo czy wieczór przed telewizorem bez poczucia winy”.



ZMIANA NAWYKÓW ŻYWIENIOWYCH działa skuteczniej, jeśli wyobrazimy sobie określoną nagrodę za wytrwanie w diecie (wg naukowców National Weight Control Registry). Nagrodą może być marzenie o bikini, które chcemy założyć albo poczucie dumy pojawiające się wraz ze spadkiem wagi. W momentach pokusy trzeba przywoływać pragnienie związane z nagrodą, kultywować je, aż przybierze rozmiar łagodnej obsesji.



Wszystkie cytaty i informacje pochodzą z książki Charlesa Duhigga „Siła nawyku”, Dom Wydawniczy PWN, 2013

Istnieje możliwość przedruku po uprzednim ustaleniu fragmentów książki, a także eksperckiej przedmowy do polskiego wydania napisanej przez psycholog Ewę Woźny.