

ویلیام جیمز در سال ۱۸۹۲ نوشت :

کل زندگی ما مجموعه ای از عادت ها ست. ممکن است این طور به نظر برسد که بیشتر انتخاب هایی که هر روز می کنیم محصول تصمیم گیری های ماست که کاملاً با دقت انجام شده ولی این واقعیت ندارد.

مقاله منتشر شده محققى از دانشگاه دوک در سال ۲۰۰۶ نشان داد که بیش از چهل درصد کارهایی که افراد در طی روز انجام می دهند در واقع تصمیم نبوده بلکه عادت بوده است.

دانشمندان می گویند عادت ها به این دلیل به وجود می آیند که مغز مرتب به دنبال راه هایی است که تا سعی و تلاش را کم و در انرژی مصرفی صرفه جویی کند. اگر تمام کارها به خود مغز واگذار شود ، مغز سعی می کند تقریباً هر کار روتین و معمولی را به شکل عادت در بیاورد ، چون عادت ها به ذهن ما اجازه می دهند تا اغلب اوقات تجزیه و تحلیل ها را کاهش دهد. این غریزه صرفه جویی یک مزیت بزرگ است.

یک مغز کار آمد به فضای کمتری نیاز دارد که باعث می شود مغز کوچکتر باشد و در نتیجه تولد نوزاد آسانتر و در نهایت مرگ و میر مادر و نوزاد کمتر شود. همچنین یک مغز کار آمدتر به ما این امکان را می دهد تا فکر کردن مداوم در مورد رفتار های ابتدایی نظیر پیاده روی ، انتخاب غذا و ... را کنار بگذاریم در نتیجه می توانیم آن انرژی را صرف اختراع ، ابداع و سرگرمی بکنیم. صرفه جویی در انرژی ذهنی شمشیر دو لبه است. چون اگر نیروی مغز ما در زمانی نامناسب کم شود ، متوجه چیز های مهمی همچون شکارچی پشت بوته ها ، اتومبیلی که با سرعت در حال حرکت است و ... بشویم. گانگالیون های پایه ای ما سیستمی هوشمند تعبیه کرده اند تا مشخص کند چه موقع عادت ها کنترل اوضاع را بدست بگیرند.

فرآیند شکل گیری عادت درون مغز ما یک چرخه سه مرحله ای است:

۱. یک سرنخ وجود دارد ، عاملی که به مغز ما می گوید در حالت خودکار قرار بگیرد و از کدام عادت ها استفاده کند.
۲. بعد از آن روتین است که می تواند فیزیکی ، ذهنی یا احساسی باشد.

۳. در نهایت پاداشی قرار دارد که به مغزتان کمک می کند تا بفهمد آیا چرخه خاصی ارزش آن را دارد که برای آینده به خاطر سپرده شود یا خیر.

به مرور زمان این چرخه سرنخ - روتین - پاداش بیشتر خودکار می شود. سرنخ و پاداش با هم عجین می شوند تا اینکه در نهایت یک حس قوی پیش بینی و تمایل به وجود می آید و نهایتاً در محل کار ، زندگی ، مسیر رفت و آمد و عادت متولد می شود.

عادت ها سرنوشت ما نیستند، همان طور که در ادامه خواهید دید ، عادت ها می توانند نادیده گرفته شوند ، تغییر کنند یا حتی جایگزین شوند. ولی دلیل اینکه کشف چرخه عادت این قدر مهم است این است که این چرخه حقیقتی اساسی را آشکار می کند. هنگامی که عادتِ بروز می کند ، مغز مشارکت کامل در تصمیم گیری را متوقف می کند و از کار و فعالیت شدید دست می کشد یا اینکه

روی وظایف دیگری تمرکز کند ، این الگو به طور خودکار آشکار می شود ، مگر اینکه شما عمداً با عادت مبارزه کنید یا روتین های جدید پیدا کنید.

با این حال صرفاً درک اینکه عادت ها چگونه کار می کنند ، یعنی یادگرفتن چرخه عادت کنترل آن ها را ساده تر می کند.

عادت ها هیچ گاه واقعاً ناپدید نمی شوند ، آنها در ساختار های مغزی ما رمز گذاری می شوند و این مزیتی بزرگ برای ما است.

یک مسئله ای وجود دارد و آن این که مغز نمی تواند فرق بین عادت خوب و عادت بد را تشخیص دهد ، بنابراین اگر عادت بدی داشته باشیم ، این عادت برای همیشه برای سرنخ و پاداش های مناسب در کمین خواهد بود. این مورد توضیح می دهد چرا مثلاً ایجاد عادت ورزشی یا تغییر آنچه می خوریم این قدر سخت است.

اگر ما یاد بگیریم که کنترل چرخه عادت را بدست بگیریم می توانیم تمایلات بد را به پس زمینه برانیم.

بدون چرخه عادت مغز ما تحت فشار کارهای ظریف روزانه مغلوب و خاموش می شود.

عادت ها قدرتمند، اما ظریف هستند. آنها می توانند خارج از آگاهی ما ظاهر یا اینکه به طور عمدی طراحی شوند آنها اغلب بدون اجازه رخ می دهند ولی با دست کاری قسمت هایی از آن امکان تغییر شکل شان وجود دارد ، آنها به زندگی خیلی بیشتر از آنکه متوجه اش باشیم ، شکل می دهند. در حقیقت آنها آن قدر قوی هستند که باعث می شوند مغز ما برای دفع هر چیز دیگری از جمله عقل سلیم به آنها متکی باشد.

غذا ها در برخی رستوران های زنجیره ای به طور ویژه ای مهندسی می شوند تا پادا های فوری بدهند ، برای مثال سیب زمینی سرخ شده طوری طراحی شده که وقتی به زبان تان می خورد شروع به تجزیه شدن می کند تا اینکه با سرعت هر چه بیشتر مقداری نمک و چربی را به بدنتان برساند (منتقل کند) و این امر باعث فعال شدن هر چه بیشتر مراکز لذت شما و قفل شدن مغزتان در این الگو شود ، همه این ها برای محکم شدن چرخه عادت بهترین هستند.

تمایل

- تمایل باعث می شود سرخ ها و پاداش ها موثر واقع شوند.
- تمایل همان چیزی است که چرخه عادت را قدرتمند می کند.
- تمایل همان چیزی است که باعث تحریک عادت ها می شود.

وقتی بفهمیم که چگونه می شود باعث به وجود آمدن یک تمایل شد ، ایجاد عادت جدید ساده تر می شود.

عادت ها اشتیاق و تمایل عصب شناختی ایجاد می کنند. بیشتر اوقات این تمایلات آن قدر تدریجی ظاهر می شوند که از وجودشان بی اطلاعیم. بنابراین

اغلب از تاثیر شان نا آگاه هستیم. ولی وقتی سرخ ها را به پاداش هایی معین ارتباط می دهیم ، اشتیاق و تمایلی ناخودآگاه در مغزمان ظاهر می شود که باعث حرکت و چرخش چرخه عادت می گردد.

هیچ چیز برنامه ریزی شده ای در مغز ما وجود ندارد که ما را وادار کند جعبه دوناتی را ببینیم و به طور خودکار یک خوراکی قند دار بخواهیم ، ولی زمانی که مغز ما یاد میگیرد یک جعبه دونات حاوی شکر خوشمزه و دیگر کربوهیدرات هاست ، پیش بینی می کند قند زیادی وجود دارد. مغزمان ما را به سمت جعبه هل می دهد. بعد اگر دونات نخوریم احساس نا امیدی می کنیم.

اگر شما از همان سرخ استفاده کنید و همان پاداش را فراهم کنید ، می توانید روتین را تغییر دهید و عادت را عوض کنید. اگر سرخ و پاداش همان موارد قبلی بمانند تقریبا هر رفتاری را می توان عوض کرد.

این قانون طلایی درمان چاقی – الکل – اختلالات وسواسی و صد ها رفتار مخرب دیگر را تحت تاثیر قرار داده و فهم آن می تواند به هر فردی کمک کند تا عادت هایش را عوض کند.

فوتبال آمریکایی از همان قدیم ها بازی تظاهر و تقلب ، حقه و گمراه کردن است. معمولا مربیانی که قطور ترین کتاب های بازی و پیچیده ترین نقشه ها را دارند برنده می شوند.

اما یک تیم فوتبال روش دیگری را اتخاذ کرد. مربی این تیم به پیچیدگی یا ابهام علاقه ای نداشت. وقتی بازیکنان مدافع این تیم به صف می ایستادند بر همه روشن و واضح بود آنها می خواستند از چه روشی استفاده کنند مربی به این دلیل این روش را انتخاب کرده است که به لحاظ تئوری به گمراه کردن نیازی نیست ، فقط لازم است تیم اش از همه سریع تر باشد. در فوتبال هزارم ثانیه ها اهمیت دارد. بنابراین به جای اینکه به بازیکنانش صدها آرایش یاد بدهد فقط چند تا از آنها را یاد داده ولی آنها را بارها و بارها تمرین کرده اند تا این رفتار ها خودکار شوند. وقتی استراتژی او موثر واقع شود ، بازیکنانش می توانند با چنان

سرعتی حرکت کنند که غلبه کردن بر آنها غیر ممکن است. ولی اگر بازیکنان بیش از حد فکر کنند یا تردید به خود راه دهند یا گزینه شان را تجزیه و تحلیل کنند این سیستم از هم می پاشد.

زمانی که افراد یاد می گرفتند چگونه به چیزی اعتقاد داشته باشند ، آن مهارت خودش را به دیگر بخش های زندگی تسری می داد تا وقتی که کم کم باور می کردند می توانند تغییر کنند. باور و اعتقاد مولفه ای بود که یک چرخه عادت بازسازی شده را به رفتاری دائمی تبدیل می کرد.

تانیاگان محقق نیومکزیکو گفت:

به نظر می رسد اعتقادات خیلی مهم و تعیین کننده است. لازم نیست که حتما به خدا اعتقاد داشته باشید. بلکه لازم است این ظرفیت را داشته باشید که باور کنید اوضاع بهتر خواهد شد.

حتی اگر به افراد عادت های بهتری بدهید باعث ترمیم علتی که در اصل آنها را واداشته تا کار خطا و اشتباهی (مثلا خوردن مشروب) بکنند ، نمی شود. بالاخره یک روز بد فرا می رسد و هیچ روتین جدیدی باعث نخواهد شد که همه چیز رو به راه به نظر برسد. چیزی که می تواند تفاوت ایجاد کند ، باور داشتن به این است که شما می توانید بدون الکل با تنش مقابله کنید.

می دانیم برای اینکه عادت ها به طور دائمی تغییر کنند افراد بایستی باور کنند که تغییر امکان پذیر است. وقتی افراد برای کمک کردن به یکدیگر متحد می شوند ، اتفاق می افتد، باور آسان تر خواهد بود ، اگر که در یک جمع اتفاق بیفتد.

بعضی عادت ها این قدرت را دارند که همان طور که در سازمان پیش می روند با تغییر دیگر عادت ها یک واکنش زنجیره ای را شروع کنند. به عبارت دیگر بعضی عادت ها در بازسازی کار و زندگی اهمیت بیشتری از بقیه دارند. اینها عادت های زیر بنایی هستند و می توانند نحوه کار ، غذا خوردن ، مبارزه کردن ،

زندگی ، پول خرج کردن و ارتباط برقرار کردن را تحت تاثیر قرار دهند. عادت های زیر بنایی فرآیندی را شروع می کنند که با گذشت زمان هر چیزی را تغییر می دهد.

عادت های زیر بنایی می گویند موفقیت به درست انجام دادن تک تک کارها بستگی ندارد بلکه در عوض به شناسایی چند اولویت کلیدی و تغییر دادن آنها متکی است.

عادت های زیر بنایی همان هایی هستند که وقتی شروع به تغییر می کنند از جای خود خارج می شوند و الگوهای دیگر را بازسازی می کنند.

محققان تقریباً در هر سازمان یا شرکتی که به دقت بررسی اش می کردند ، عادت های سازمانی را یافته اند. جفری هادسوت که یک استاد دانشگاه است و تمام مدت کاری اش ، الگوهای سازمانی را بررسی کرده ، نوشته است:

افراد عادت هایی دارند ، گروه ها روتین هایی دارند .روتین ها قیاس سازمانی عادت ها هستند.

اگر بخواهیم اقدامی در سازمانی نهادینه گردد بایستی مهم ترین اولویت را چیزی قرار دهیم که همه گروه ها و عوامل اجرایی ذینفع موافق باشند آن چیز مهم است. بایستی دنبال یک کانون باشیم که همه را دور هم جمع کند.

محققان مطالعاتی که تاثیرات ورزش بر کار روزانه را بررسی می کردند را انجام دادند ، نتایج بدین شرح بود که : وقتی افراد از روی عادت شروع به ورزش کردن می کنند حتی اگر گهگاهی مثلاً هفته ای یک بار آنها بدون اینک بدانند شروع به تغییر الگوی نامرتبط دیگر کنند مثلاً کم کم بهتر غذا می خورند و بازدهی کاری شان بالا می رود و در مقایسه با همکاران و خانواده صبر و حوصله بیشتری نشان می دهند. کاملاً مشخص نیست چرا ، ولی برای بسیاری از افراد ورزش عادت زیر بنایی است که باعث تحریک تغییر در سطحی گسترده تر می شود.

جیمز پراچسکا می گوید : ورزش بقیه بخش های زندگی را تحت تاثیر قرار می دهد. چیزی در مورد ورزش وجود دارد که باعث می شود عادت های دیگر آسان تر شوند.

مطالعات بر این امر دلالت دارد که خانواده ای که از روی عادت با هم شام می خورند ، بچه هایی با مهارت های انجام تکالیف بهتر ، نمرات بهتر ، کنترل هیجانی بهتر و اعتماد بنفس بیشتر تربیت می کنند.

مرتب کردن تخت در هر روز صبح با بازدهی کاری بالاتر ، حس رفاه بیشتر و مهارت های قوی تر کنترل بودجه ارتباط دارد. موضوع این نیست که ورزش کردن ، خوردن یک وعده غذا با خانواده ، مرتب کردن تخت و ... باعث گرفتن نمره خوب یا کاهش ولخرجی بیهوده می شود ، بلکه این تغییرات اولیه به نوعی باعث شروع واکنش های زنجیره ای می شود که به عادت های خوب دیگر کمک می کنند تا کنترل اوضاع را به دست بگیرند.

اگر شما روی تغییر یا ایجاد عادت های زیر بنایی تمرکز کنید می توانید باعث ایجاد تغییرات در سطحی گسترده شوید. با این حال شناسایی عادت های زیر بنایی می تواند فریب دهنده باشد. برای پیدا کردن آنها بایستی بدانید که کجا دنبالشان بگردید. شناسایی عادت های زیر بنایی به معنای جستجوی ویژگی های معین است. عادت های زیر بنایی چیزی را عرضه می کنند که در ادبیات دانشگاهی به عنوان پیروزی های کوچک شناخته می شوند. آنها به عادت های دیگر کمک می کنند تا از طریق ایجاد ساختار های جدید شکوفا شوند و فرهنگ هایی را پایه گذاری می کنند که در آن ها تغییر مسری می شود.

عبور از فاصله بین درک اصول و استفاده از آن ها مستلزم کمی قوه ابتکار است.

فرهنگ در هر سازمانی از دل عادت های زیر بنایی رشد می کند و بیرون می آیند ، چه رهبران از آن آگاه باشند چه نباشند.

چیز هایی که دیگران می گویند آسیبی به آدمی نخواهد رساند ، هر فردی همیشه همان قدر قوی خواهد بود که می خواهد باشد.

قدرت اراده مهمترین عادت زیر بنایی برای موفقیت فردی است. بهترین روش برای تقویت قدرت اراده این است که آن را به صورت عادت در آورید.

قدرت اراده فقط یک مهارت نیست ، یک ماهیچه است مثل ماهیچه های بازو و پای شما ، وقتی سخت تر کار کنید خسته می شود ، بنابراین نیروی کمتری برای کار های دیگر باقی می ماند.

محققان روی یافته های حاصل از بررسی های مختلف قدرت اراده کار کردند تا تمام انواع این پدیده را توضیح دهند. این کار کمک می کند مشخص کنیم چرا برخی از افراد موفق تسلیم روابط جنسی خارج از حیطه ازدواج می شوند (که احتمال شروع شدن شان در اواخر شب یا بعد از یک روز طولانی استفاده از

قدرت اراده در سرکار از همه بیشتر است) یا چرا پزشکان خوب اشتباهاتی احمقانه می کنند (که اغلب بعد از اینکه پزشک یک کار طولانی پیچیده را که مستلزم تمرکز خیلی زیاد است تمام کرده ، اتفاق می افتند) – اگر شما بخواهید کاری را انجام دهید که به قدرت اراده نیاز دارد – مثل دویدن بعد از کار – باید در مصرف قدرت اراده تان در طول روز صرفه جویی کنید – اگر شما خیلی زود از تمام آن برای کارهای خسته کننده مثل نوشتن نام الکترونیکی یا پرکردن فرم های پیچیده و کسل کننده مخارج استفاده کنید تا زمانی که به خانه برسید تمام نیروی تان تمام شده است.

آیا ورزش دادن ماهیچه های قدرت اراده هم باعث قوی تر شدن آنها خواهد شد؟

از طریق انتخاب پیشاپیش یک رفتار خاص و سپس دنبال کردن آن روتین هنگامی که نقطه عطف فرا می رسد ، قدرت اراده تبدیل به عادت می شود.

ارتباط قدرت اراده و احساس کنترل و اختیار

وتی به افراد می گویند کاری را انجام دهند که نیاز به کنترل فردی دارد ، اگر فکر کند که این کار را به دلایل فردی انجام می دهند – اگر احساس کند که این کار یک گزینه است که می تواند انجام دهد یا خیر – یا چیزی است که می تواند از آن لذت ببرد چون به فرد دیگری کمک می کند. به تلاش و تقلای کمتری نیاز دارد و اگر احساس کند هیچ استقلالی ندارد، اگر فقط از دستورات پیروی کند، ماهیچه های قدرت اراده شان زودتر خسته می شود. در هر دو مورد ممکن است کار انجام شود اما نیاز به قدرت اراده بیشتری خواهد داشت ، اگر با افراد مثل چرخ دنده رفتار و برخورد شود.

در پژوهشی که در سال ۲۰۱۰ در یک کارخانه تولیدی در اوهایو انجام شد ، کارگران خط مونتاژ که به آن ها اجازه داده شده بود تصمیم های کوچکی در مورد برنامه ها و محیط کاری شان بگیرند به دقت بررسی کرد. آنها خودشان یونیفرم هایشان را طراحی کردند و اختیار تغییر شیفت را داشتند. هیچ چیز دیگری عوض نشد ، همه فرآیندهای تولید و میزان حقوق ثابت باقی ماند.

در عرض دو ماه بهره وری در کارخانه ۲۰ درصد افزایش یافت. کارگران زمان استراحت شان را کوتاه تر کرده بودند - مرتکب اشتباهات کمتری می شدند و دادن حس کنترل به کارگران میزان نظم فردی شان را در محل کار بهبود بخشید. امروزه شرکت ها بر روی این موضوع تمرکز کرده اند که به کارکنان حس اختیار بیشتری بدهند.

یک معاون ارشد در استارباکس می گوید:

ما به جای اینکه به شرکا بگوییم قهوه را از جعبه بیرون بیاور ، فنجان را اینجا بگذار ، از این قوانین پیروی کن ، از آنها خواسته ایم از هوش و خلاقیت شان استفاده کنند. مردم دوست دارند کنترل زندگی شان را در دست داشته باشند.

در نظر مردم نا آشنا به مباحث اقتصادی این طور به نظر می رسد که بیشتر سازمان ها بر پایه تصمیم گیری های عمدی ، انتخاب های منطقی صورت می دهند. ولی عملکرد کمپانی ها به هیچ وجه اینگونه نیست. بلکه شرکت ها از طریق عادت های سازمانی طولانی مدت هدایت می شوند. الگوهایی که اغلب از

میان تصمیم های مستقل هزاران کارمند ایجاد شده است و این عادت ها تاثیرات به مراتب عمیق تر از آنچه تا کنون دریافتیم ، دارند.

برای مثال ممکن است به نظر برسد که مدیر اجرایی یک کمپانی لباس با بررسی دقیق میزان فروش و اطلاعات بازار تصویر یک ژاکت قرمز رنگ را برای کاور کاتالوگ شرکت برگزیده است. اما در حقیقت آنچه در واقعیت رخ داده است این بوده که معاون او دائما در سایت های مد ژاپنی (که بهار سال گذشته رنگ قرمز در آنجا مد بوده) چرخ می زده است. بازاریابان شرکت به طور معمول از دوستان خود می پرسند که چه رنگی مد است و مدیران اجرایی شرکت در بازگشت از سفر سالانه خود از پاریس گزارش دادند که طراحان در شرکت رقیب از یک رنگ دانه قرمز جدید استفاده می کنند. تمام این ورودی های کوچک نتیجه الگوی ناهماهنگ موجود در میان شایعه پردازی های مدیران در رابطه با رقبا و صحبت هایشان با دوستان با تحقیقات رسمی تر کمپانی و روال توسعه آمیخته شد تا اینکه در نهایت یک اجماع پدید آمد ، رنگ قرمز امسال محبوب خواهد بود. هیچ کس تصمیم منفرد و عامدانه اتخاذ نکرده بود. بلکه یک دوجین عادت ، فرآیند و رفتار با هم ، هم سو شدند تا اینکه به نظر رسید رنگ قرمز انتخاب غیر قابل اجتناب است.

بیشتر اقتصاد دانان عادت دارند با کمپانی ها به مشابه مکان های شاعرانه رفتار کنند که در آن همگان خود را وقف هدفی مشترک کرده اند. تولید پول تا جایی که امکان دارد.

در دنیای واقعی به هیچ وجه این گونه نیست. کمپانی ها خانواده های بزرگ و خوشحالی نیستند که همه با هم به خوبی در آن کار کنند. بلکه بیشتر محیط های کاری متشکل از زمین های فئودالی است که در آنها مدیران بر سر کسب قدرت و اعتبار با هم رقابت می کنند. معمولا بین آنها کشمکشی پنهان در جریان است که عملکرد خود را برتر و عملکرد رقیبشان را بدتر جلوه دهند.

بخش های مختلف بر سر منابع با هم رقابت می کنند و در کار یکدیگر موش می دوانند تا افتخار را از هم بربایند. روسا افراد تحت فرمان خود را علیه یکدیگر به رقابت وا می دارند تا کسی نتواند علیه قدرت آنها دست به اقدامی بزند.

کمپانی ها خانواده نیستند ، آنها به مشابه عرصه های نبرد در یک جنگ داخلی هستند.

علی رغم وجود این ظرفیت برای درگیری داخلی بیشتر کمپانی در آرامش روزگار می گذرانند چون شرکت ها با گذشت زمان رویه (عادت ها) را به وجود

می آورند که ایجاد آتش بس می کنند و به همگی اجازه می دهند رقابت های شان را دست کم آن قدر که کار یک روز به انجام برسد ، کنار بگذارند.

عادت های سازمانی یک وعده اساسی می دهند اگر از الگوی وضع شده پیروی کنند و به آتش بس وفادار بمانند رقابت ها کمپانی را ویران نخواهد کرد ، سود دهی ادامه خواهد داشت و در نهایت همه ثروتمند خواهند شد.

در حقیقت بحران ها به قدری فرصت های ارزشمندی هستند که رهبران خردمند معمولاً عامدانه احساس شرایط اضطراری را طولانی می کنند.

یک کمپانی با عادت ناکارآمد نمی تواند خود را صرفاً با دستور یک رهبر تغییر دهد. به جای آن مدیران خردمند لحظات بحران را جست و جو می کنند (یا احساس بحران را به وجود می آورند) و این احساس را پرورش می دهند که

چیزی بایستی تغییر کند ، تا سرانجام همه آماده شوند در الگوهای که هر روز با آنها زندگی می کنند ، تجدید نظر کنند.

رام امانوئل در پی بحران جهانی اقتصاد در یک کنفرانس مدیران ارشد در سال ۲۰۰۸ گفت :

هرگز نباید اجازه دهیم یک بحران جدی به هدر برود. بحران فرصتی به ما می دهد تا کارهایی را انجام دهیم که قبلا نمی توانستیم.

برای تغییر رژیم غذایی مردم باید چیز هایی که در نظرشان عجیب و غریب اند آشنا کنیم و برای این کار باید آنها را در پوشش های روزمره استتار کنیم.

چه قصد تان فروش یک آهنگ جدید باشد چه غذایی جدید یا یک تخت کودک تازه ، درسی که باید بیاموزیم یکسان است ، اگر به هر چیز جدید لباس عادت کهنه را بپوشانی ، پذیرش آن برای عموم آسان تر خواهد بود.

یک جنبش به خاطر عادات اجتماعی دوستی و روابط محکم میان آشنایان شکل می گیرد. به خاطر عادات یک اجتماع و پیوند های ضعیف بین محله ها و قبیله ها رشد می کند. و به دلیل اینکه رهبران جنبش به شرکت کنندگان در آن عادت های جدید می دهند که به آنها حسی تازه از هویت و احساس مالکیت می بخشد ، ماندگار می شود.

جنبش ها به این دلیل که همه مردم ناگهان تصمیم می گیرند فوری به یک سمت روی بیاورند شکل نمی گیرد. آنها بر الگوهای اجتماعی متکی هستند که به عنوان عادات دوستی آغاز می شوند از طریق عادات جوامع رشد می کنند و با عادات جدیدی که احساس شرکت کنندگان را درباره خودشان تغییر می دهند ، پایدار می شوند.

ارسطو در کتاب اخلاقیات نیکوماخوسی نوشت :

بعضی متفکران باور دارند که خوب بودن بعضی مردم از طبیعت آنهاست سایرین می گویند که از عادت است و بعضی دیگر می گویند ناشی از راهنمایی است.

برای ارسطو عادت ها مافوق دو مورد دیگر قرار می گیرند او گفت: رفتار هایی که بدون فکر رخ می دهند ، شاهد خود حقیقی ما هستند.

بنابراین همان طور که زمین برای آنکه دانه را تغذیه کند ، باید قبلاً آماده سازی شود ، عادت های ذهن شاگرد نیز باید آماده شود تا در خوشایند و تنفر پیرو امور صحیح باشد.

عادت ها آن طور که به نظر می رسد ساده نیستند. عادت ها قطعی و غیر قابل تغییر نیستند. ما می توانیم عادت هایمان را انتخاب کنیم. بایستی نحوه عملکرد عادت ها را درک کنیم. هر عادتی را می توانیم تغییر دهیم.

هر یک از عادت ها سرنخی متفاوت دارند و پاداشی منحصر به فرد هم می دهند. بعضی ساده اند و بعضی پیچیده اند. آنها بر محرک های احساسی تکیه دارند و پاداش های نور و شیمیایی زیرکانه ای می دهند. اما همه عادت ها صرف نظر از پیچیدگی شان قابل دستکاری هستند.

وابسته ترین الکلی ها می توانند به افرادی عاقل و متین تبدیل شوند. ناکارآمد ترین کمپانی ها می توانند خود را تغییر دهند.

یک دانش آموز اخراجی از دبیرستان می تواند تبدیل به مدیری موفق شود.

برای اصلاح یک عادت ابتدا باید تصمیم بگیرد که آن را تغییر دهید باید آگاهانه کار دشوار تشخیص سر نخ ها و پاداش هایی که روتین های عادت را ایجاد می کنند بپذیرید و جایگزین های آن ها را بیابید. باید بدانید که کنترل عادت به دست شماست و از خودآگاهی کافی برای استفاده از این قدرت کنترل بهره مند باشید.

ویلیام جیمز در مقدمه به ما می گوید :

تمام زندگی ما تا آنجا که صورتی مشخص دارد چیزی جز انبوهی از عادات عملی ، احساسی و فکری نیست که به طور نظامند برای سعادت یا به بدبختی ما سازمان دهی شده اند و هر چه بیشتر پیش بیاید آنها ما را بدون مقاومت به سوی سرنوشت پیش می برند.

اراده به باور مهمترین عنصر در ایجاد اراده به تغییر است و اینکه یکی از روش های بسیار مهم برای ایجاد آن باور به عادت است.

دو ماهی جوان با هم در حال شنا بودند ماهی مسن تری به سوی آنها سر تکان داد و گفت صبح بخیر پسر ها آب چطور است؟ دو ماهی جوان قدری دیگر شنا کردند و در نهایت یکی از آنها به دیگری نگاه کرد و گفت آب دیگر چه کوفتی است؟

آب همان عادت هاست انتخاب ای بدون فکر و تصمیمات نامرئی که هر روز آنها را انجام می دهیم و فقط وقتی به آنها نگاه می کنیم دوباره قابل رویت می شوند.

ویلیام جیمز در طول زندگی اش مطلبی در مورد عادت ها و نقش اصلی آن ها در ایجاد شادی و موفقیت نوشت. او نهایتاً یک فصل کامل از شاهکار خود ، اصول روانشناسی را به این موضوع اختصاص داد. او می گوید:

آب مناسب ترین قیاس برای نحوه کار یک عادت است آب جاری کانالی برای خود حفر می کند که پیوسته وسیع تر و عمیق تر می شود. اگر آب مجدد جریان یابد دوباره در همان مسیر حرکت خواهد کرد که قبلاً خودش ترسیم کرده. اکنون شما می دانید که چگونه مسیر را تغییر دهید ، اکنون قدرت شنا کردن در اختیار شماست.