



Πρόγραμμα Εκπαίδευσης Health και Medical Coaching

2η Ενότητα-Διαδικασία

Περιεχόμενα:

▶ Τα 4 στάδια του μοντέλου Health και Medical Coaching	4
▶ Καθορισμός ενός οράματος ζωής και Health & Medical Coaching στόχων	6
▶ Κατανόηση της Διαδικασίας Αλλαγής	12
○ Από την Ασθένεια στην Ευεξία (illness Wellness Continuum)	13
○ Κοινωνικογνωστική Θεωρία- Social Cognitive Theory (SCT)	13
○ Έξι Λογικά Επίπεδα Αλλαγής	15
○ Θεωρία Αυτοπροσδιορισμού -The Self-Determination Theory (SDT)	17
▶ Η νευρολογική πτυχή της Συμπεριφοράς και της Αλλαγής	19
○ Συστήματα Αναπαράστασης	20
○ Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των αισθήσεων	23
○ Αλλάζοντας το «ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ» σε «ΔΕΝ ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ»	23
○ ΜΕΤΑ-Προγράμματα	25
▶ Εργασία με πόρους	26
○ Δημιουργώντας Άγκυρες (Αγκύρωση)	28
○ Αγκυρώνοντας έναν Στόχο στο μέλλον του πελάτη	29
○ Κύκλος Αριστείας	31
▶ Εργασία με αξίες	32
○ Αναπλαισιώνοντας τις Αξίες	36
▶ Δουλεύοντας με πεποιθήσεις και συστήματα πεποιθήσεων	38
○ Placebo και η δύναμη των πεποιθήσεων	42
○ Δευτερογενές Κέρδος	43
○ Ο στόχος των περιοριστικών πεποιθήσεων	44
○ Το μοντέλο πεποιθήσεων για την Υγεία-Health Belief Model (HBM)	46
○ Η Θεωρία της προσχεδιασμένης συμπεριφοράς - The Theory of Planned Behaviour	47
○ Το μοντέλο της κοινής λογικής για την Αυτορρύθμιση- The Common Sense Model of Self-Regulatory (CSM)	48
○ Αντικαθιστώντας μια Πεποίθηση	51
○ Πυρηνικές (Θεμελιώδεις)Πεποιθήσεις	53

▶ Βασικές Οδηγίες του Υποσυνείδητου Νου	54
○ Χαλάρωση – 1 έως 4	55
▶ Δημιουργία Εσωτερικής Συμφωνίας και Συνοχή – Εργασία με Εσωτερικά μέρη/Αναπαραστάσεις	56
○ ‘Συζήτηση με Μέρη’ – Βασική Τεχνική	56
○ Πάρτι Μερών	58
▶ Σχέσεις	59
○ Μετατόπιση μεταξύ Αντιληπτικών Θέσεων – Επίλυση μιας Σχέσης με ένα άλλο Ατομο	62
○ Μετατόπιση μεταξύ Αντιληπτικών Θέσεων – Εκκαθάριση της Σχέσης με το Σώμα /Οργανο/Ασθένεια	63
▶ Προσκόλληση(Adherence) στην Αλλαγή	64
○ Το Διαθεωρητικό Μοντέλο Αλλαγής Συμπεριφοράς-The Transtheoretical Model (TTM)	65
○ Το Μοντέλο πρόληψης υποτροπών- The Relapse Prevention (RP) Model	69

Πρόγραμμα Εκπαίδευσης Health και Medical Coaching

2^η Ενότητα-Διαδικασία

© copyright 2025

by Shiri Ben Arzi & HMCI – the Health and Medical Coaching Institute

All rights reserved.

Κανένα μέρος αυτού του υλικού δεν μπορεί να αναπαραχθεί ή να μεταδοθεί με οποιαδήποτε μορφή ή με οποιοδήποτε μέσο, ηλεκτρονικό ή μηχανικό, συμπεριλαμβανομένης της αντιγραφής, της εγγραφής από οποιοδήποτε σύστημα αποθήκευσης και ανάκτησης πληροφοριών, χωρίς γραπτή άδεια του ιδιοκτήτη.

Στοιχεία επικοινωνίας:

Mail : office@h-mci.com

Tel : +972-522421045

Καλώς ήρθατε στη δεύτερη ενότητα του εκπαιδευτικού προγράμματος Health και Medical Coaching.

Σε αυτή την ενότητα, εστιάζουμε στην διαδικασία της Αλλαγής.

Στο μοντέλο Health και Medical Coaching του HMCI, η διαδικασία της αλλαγής ξεκινά την στιγμή που ο πελάτης αποφασίζει να δεσμευθεί στην διαδικασία coaching.

Τα 4 στάδια του μοντέλου Health και Medical Coaching :

1. Εσωτερική Πυξίδα
2. Δέσμευση
3. Ταξίδι Υγείας
4. Επιστροφή στο σπίτι και Ενσωμάτωση

1. Η Εσωτερική Πυξίδα

Η Εσωτερική Πυξίδα είναι η φωνή της ψυχής του πελάτη μας. Είναι ένα εσωτερικό κάλεσμα που δεν μπορεί να ακουστεί, να παραβλεφθεί ή να αγνοηθεί.

Είναι ένα κάλεσμα για αλλαγή, μάθηση, ανάπτυξη και σκοπό.

Ως Health και Medical Coaches, βοηθάμε τους πελάτες μας να μετατρέψουν την εσωτερική τους πυξίδα σε ένα σαφές όραμα ζωής και να θέσουν τους στόχους για την επίτευξή του.

2. Δέσμευση

Το ξεκίνημα ενός εσωτερικού ταξιδιού απαιτεί την έξοδο από τη ζώνη άνεσης, είτε το ταξίδι είναι σωματικό είτε πνευματικό.

Αυτό μπορεί να είναι κάτι τρομακτικό και απαιτητικό και απαιτεί μια ισχυρή δέσμευση.

Η δέσμευση για αλλαγή σημαίνει διαφορετικά πράγματα για διαφορετικούς ανθρώπους.

Όσον αφορά τη διαδικασία coaching, αυτή είναι μια δέσμευση που κάνει ο πελάτης τόσο στο όραμά του όσο και στο coaching.

Εργαλεία που χρησιμοποιούμε για να υποστηρίξουμε την ενέργεια της δέσμευσης:

1. Το Συμφωνητικό Coaching
2. Καθορισμός προσδοκιών
3. Διευθέτηση αμοιβής
4. Αντιμετώπιση της Υπευθυνότητας στο Coaching
5. Μια “κλίμακα δέσμευσης”

3. Ταξίδι Υγείας

Κατά τη διάρκεια αυτού του ταξιδιού οι πελάτες μας συναντούν συμμάχους, δημιουργούν και ανακαλύπτουν πόρους, συνειδητοποιούν δυνατά σημεία, ξεπερνούν προκλήσεις, αποκτούν γνώσεις και διδάγματα.

Το Ταξίδι περιλαμβάνει 3 κύριες δυναμικές που αλληλοεπιδρούν:

1. Ξεπερνώντας προκλήσεις

- Τοξικές σχέσεις
- Περιοριστικές πεποιθήσεις
- Συγκρούσεις
- Αγχος
- Στρες
- Απώλεια
- Τραύμα
- κλπ.

2. Σύνδεση με πόρους και συμμάχους

- Σχέσεις ενδυνάμωσης
- Ενδυναμωτικές πεποιθήσεις
- Modelling(Δημιουργία Μοντέλων)
- Εμπνευση
- Σύνδεση Σώματος-Νού
- Διαίσθηση
- Πρότυπα ρόλων
- Κλπ.

3. Επιτρέποντας τον μετασχηματισμό

Προκειμένου να δημιουργηθεί μια βιώσιμη διαδικασία, ο πελάτης (και κυρίως ο εγκέφαλος του) χρειάζεται χρόνο για να μπορέσει να αφομοιώσει όλες τις αλλαγές - αυτό ονομάζεται: χρόνος μετασχηματισμού.

Ο μετασχηματισμός γίνεται όταν επιτρέπουμε στον εαυτό μας να μαθαίνει και να αναπτύσσεται από κάθε κατάσταση.

4.Επιστροφή στο Σπίτι και Ενσωμάτωση

Το ταξίδι της αλλαγής, όπως και το «Ταξίδι του Ήρωα», μετασχηματίζει όσους επιλέγουν να το ξεκινήσουν ενώ ταυτόχρονα αλλάζει τον τρόπο που αντιλαμβάνονται το σπίτι στο οποίο επιστρέφουν

Όταν πλησιάζουμε στην ολοκλήρωση της διαδικασίας coaching , είναι σημαντικό να αναφερθούμε σε ορισμένα σημεία:

- Τι διδάγματα και γνώσεις αποκόμισε ο πελάτης από το ταξίδι;
- Ποια επιτεύγματα πρέπει να γιορτάζονται;
- Ποιες προκλήσεις παραμένουν και πώς διαφέρουν;
- Υπάρχει ένα νέο κάλεσμα;

Καθορίζοντας ένα Οραμα Ζωής και στόχους Health και Medical Coaching

Οι πελάτες στο Health και Medical Coaching μπαίνουν στην διαδικασία του coaching από διάφορα σημεία:

- Θέλουν να αντιμετωπίσουν μια υπάρχουσα κρίση υγείας/ιατρική
- Θέλουν να προλάβουν μια κρίση υγείας/ιατρική
- Θέλουν να διαχειριστούν το χρόνιο στρες/εργασιακή εξουθένωση, προκειμένου να αποτρέψουν την επιδείνωση που θα προκαλέσει μια κρίση υγείας/ιατρική
- Θέλουν να συμβιβαστούν και να διαχειριστούν προκλήσεις που σχετίζονται με το τέλος της ζωής.

Αυτό σημαίνει ότι οι πελάτες συχνά εισέρχονται στη συνεδρία του Health και Medical Coaching εστιάζοντας περισσότερο σε αυτό που δεν θέλουν, που δεν είναι σε θέση να κάνουν ή/και που δεν μπορούν να έχουν, παρά σε αυτό που θέλουν να κάνουν, να έχουν ή/και να επιτύχουν.

Κατά τη διάρκεια της πρώτης συνεδρίας, ο πελάτης θα φέρει τις προκλήσεις και τις επιθυμίες του στον χώρο του coaching.

Η δουλειά μας είναι να διατηρήσουμε έναν ασφαλή χώρο για αυτό το περιεχόμενο και να το ακούσουμε με σεβασμό.

Δεν κάνουμε coaching , επειδή στην τρέχουσα μορφή του, ΔΕΝ είναι επιδεκτικό coaching.

Μόλις ο πελάτης μοιραστεί τις προκλήσεις και τις επιθυμίες του, προχωράμε στην εξερεύνηση του **Οράματος Ζωής**.

Οραμα Ζωής

Το Όραμα Ζωής είναι μια κατάσταση ύπαρξης που ευθυγραμμίζεται με την εκπλήρωση και τον σκοπό του πελάτη.

Είναι το μόνο πράγμα που, μόλις ευθυγραμμιστούμε με αυτό και ζήσουμε σύμφωνα με αυτό, μας επιτρέπει να γίνουμε ο αληθινός μας εαυτός, αυτό που πραγματικά είμαστε («Είμαι ο εαυτός μου»), κάνοντας τη ζωή μας άξια να τη ζούμε.

Το Όραμα Ζωής είναι μια σύντομη μονολεκτική δήλωση

Παραδείγματα Οράματος Ζωής:

- Χαρά
- Ηρεμία
- Ειρήνη
- Γείωση
- Αρτιος (Whole)
- Ολοκληρωμένος
- Γαλήνη
- Αγάπη

Εκμαιεύοντας ένα Οραμα Ζωής:

Μερικές φορές ο πελάτης μας για να περιγράψει το Οραμα Ζωής του θα χρησιμοποιήσει μεταφορές.

Ενώ η μεταφορά είναι ένα καλό βήμα δεν είναι το όραμα ζωής που ψάχνουμε.

Αυτές είναι ερωτήσεις που μπορεί να βοηθήσουν τον πελάτη σας να περιορίσει την μεταφορά που θα διατυπώσει σε ένα μονολεκτικό όραμα ζωής

(Μην χρησιμοποιείται όλες τις ερωτήσεις. Διαλέξτε 1-2 που σας αρέσουν, ή πιστεύετε ότι ταιριάζουν στον πελάτη σας)

- Ποιος θα γίνεις στον κόσμο όταν πετύχεις τις επιθυμίες/προκλήσεις σου;
- Ποια είναι η αίσθηση της ύπαρξής σου;
- Αν αυτή ήταν η τελευταία χρονιά που ζούσες, πώς θα ήθελες να σε θυμούνται;
- Αν αυτή ήταν η τελευταία χρονιά που ζούσες, ποια είναι η λέξη που θα ήθελες να συνδέσουν μαζί σου οι άνθρωποι που θα σε τιμούσαν/θα σε εκπροσωπούσαν;
- Τι θα ήθελες να δώσεις στον κόσμο μέσα από τον τρόπο που ζεις τη ζωή σου;
- Πώς θα μοιάζει όταν πετύχεις την επιθυμία/πρόκλησή σου;
- Πώς θα νιώθεις όταν πετύχεις τις επιθυμίες/προκλήσεις σου;

Μόλις καταλήξετε σε ένα μονολεκτικό Όραμα Ζωής, κάντε στον πελάτη σας αυτές τις δύο ερωτήσεις για να βεβαιωθείτε 100% ότι το Όραμα Ζωής είναι αυτό ΚΑΙ αφορά τον εαυτό του (όχι τους άλλους):

- Για χάρη ποιού πράγματος είναι σημαντικό για εσάς αυτό το όραμα;
- Πώς θα επιδράσει σε εσάς ή θα σας επηρεάσει αυτό το όραμα;

Να θυμάστε ότι η συζήτηση για ένα Όραμα Ζωής εν μέσω μιας ιατρικής κρίσης είναι μια ριζοσπαστική επιλογή.

Επιθυμίες και Προκλήσεις του Πελάτη

Οι προκλήσεις και οι επιθυμίες του πελάτη μας είναι το περιεχόμενο που φέρνει μαζί του στον χώρο του coaching στην πρώτη συνεδρία. Ως Health και Medical coaches, συναντάμε τον πελάτη εκεί που βρίσκεται και ακούμε τις προκλήσεις και τις επιθυμίες του με ενσυναίσθηση, σεβασμό και μια νοοτροπία χωρίς επικρίσεις.

Παραδείγματα προκλήσεων /ευχών:

- Να αντιμετωπίσω καλύτερα την ασθένειά μου
- Να μειώσω το άγχος μου και το στρες
- Να αλλάξω τον τρόπο που σκέφτομαι έτσι ώστε να προσελκύσω περισσότερο αισιόδοξα/θετικά αποτελέσματα στην ζωή μου
- Να βρω τρόπους να νοιώθω πιο θετικά και χαλαρά
- Να έχω συναισθηματική σταθερότητα
- Να ανακαλύψω και να ξεπεράσω σωματικές αισθήσεις που μου συμβαίνουν μετά από ιατρικές θεραπείες.
- Να αποκτήσω ένα καλό εργασιακό ρυθμό
- Να είμαι χαρούμενος/η
- Να χάσω βάρος
- Να αποδεχθώ την κατάστασή μου και να αντιμετωπίσω την ασθένειά μου
- Να σταματήσω να νιώθω στρες
- Να είμαι υγιής

Σε πολλούς άλλους κλάδους του coaching, αυτοί θα θεωρούνταν στόχοι και το coaching θα μετατρέποταν σε μια διαδικασία «πράττειν», με πιθανό εκτροχιασμό προς την επιδιόρθωση, την επίλυση προβλημάτων και την παροχή συμβουλών.

Στο Health και Medical Coaching, αυτό το περιεχόμενο, αν και αυθεντικό, πραγματικό και επώδυνο, **δεν είναι** επιδεκτικό coaching στην τρέχουσα μορφή του. Πρέπει να μετατραπεί σε στόχους health και medical coaching.

Το πρώτο βήμα στην επεξεργασία του είναι να διευκρινιστούν οι προκλήσεις που φέρνει ο πελάτης στον χώρο του coaching.

Για το σκοπό αυτό, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε ένα εργαλείο που ονομάζεται Κύκλοι Σαφήνειας.

Κύκλοι Σαφήνειας:

Ζητήστε από τον πελάτη σας να πάρει μολύβι και χαρτί και να ονομάσει τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει.

Ζητήστε από τον πελάτη σας να δημιουργήσει ένα κύκλο για κάθε περιοχή/πρόκληση και μέσα στον κύκλο να γράψει όλες τις πτυχές αυτής της περιοχής.

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε μία ή μερικές από τις παρακάτω ερωτήσεις για να βοηθήσετε τον πελάτη σας:

- Με τι θα θέλατε να δουλέψουμε στις συνεδρίες μας;
- Ποιες είναι οι προκλήσεις που αντιμετωπίζετε αυτή τη στιγμή;
- Ποιες είναι οι προκλήσεις που θέλετε να δουλέψουμε;
- Ποια συναισθήματα νιώθετε;
- Ποια είναι τα τρία κορυφαία πράγματα στα οποία θα θέλατε να εστιάσετε στο coaching;

The image shows two large, empty ovals side-by-side. Each oval has the word "Πρόκληση" (Challenge) written in blue text at the top center. Below the text in each oval are seven horizontal lines for writing, providing a space for the client to list and describe their challenges.

Μόλις ο πελάτης μας δημιουργήσει Κύκλους Σαφήνειας για κάθε πρόκληση, του ζητάμε να αξιολογήσει τους κύκλους ανάλογα με τη σημασία τους και να επιλέξει 1 ή 2 κύκλους που θα αποτελέσουν το επίκεντρο της διαδικασίας coaching.

Μόλις ο πελάτης επιλέξει, του ζητάμε να αναλύσει κάθε πρόκληση.

Καθρεφτίζουμε αυτά που ακούμε και επιβεβαιώνουμε ότι καταλαβαίνουμε σωστά.

Μόλις αναλύσουμε τις επιλεγμένες προκλήσεις, προχωράμε στον προσδιορισμό των Θεμάτων.

Θέματα

Τα Θέματα είναι τα πράγματα/εμπόδια που εμποδίζουν τον πελάτη να εργαστεί και να επιλύσει τις προκλήσεις.

Η δουλειά του coach είναι να ακούσει τα θέματα που προκύπτουν και να τα καθρεφτίσει στον πελάτη.

Τα Θέματα μπορεί να είναι:

- Μετα-θεωρήσεις(Αναστοχασμοί)
- Υποθέσεις
- Προσδοκίες
- Περιοριστικές Πεποιθήσεις
- Γενικεύσεις
- Συγκεκριμένες Αξίες
- Προσδοκίες/Υποθέσεις
- Εξωτερικοί Παράγοντες
- Συναισθήματα
- Συγκρούσεις
- Έλλειψη δεξιοτήτων
- Σχέσεις

Παρακάτω μερικές ερωτήσεις που μπορούν να αναδείξουν τα Θέματα:

(Επιλέξτε 1-2 που σας αρέσουν ή που πιστεύετε ότι ταιριάζουν στον πελάτη σας)

- Τι εμποδίζει την επίτευξη αυτής της επιθυμίας;
- Τι εμποδίζει την υπερνίκηση αυτής της πρόκλησης;
- Τι σας εμποδίζει;
- Ποιο είναι το εμπόδιο;
- Τι πιστεύετε για αυτό;
- Πώς τιμά αυτό τις αξίες σας;

Τώρα, είστε έτοιμοι να ξεκινήσετε να εκμαιεύετε τους στόχους Health και Medical Coaching.

Στόχοι Health and Medical Coaching

Οι στόχοι Health και Medical Coaching δημιουργούνται από τα ΘΕΜΑΤΑ του πελάτη μας. Οι στόχοι εστιάζουν στο να βοηθήσουν τον πελάτη μας να επιστρέψει σε μια κατάσταση γεμάτη επινοητικότητα (πόρους) που θα του επιτρέψει να ξεκαθαρίσει τα Θέματά του. Για να βρει ένας πελάτης λύσεις στις προκλήσεις του, πρέπει πρώτα να επεξεργαστεί τα αναδυόμενα θέματα. Με αυτόν τον τρόπο, θα είναι σε θέση να κάνει αλλαγές που έχουν αντίκτυπο μακροπρόθεσμα, αντί για προσωρινές, άσκοπες λύσεις που καταστρέφουν ή δημιουργούν περισσότερες προκλήσεις.

Οι στόχοι Health και Medical Coaching είναι συνδεδεμένοι (άμεσα ή έμμεσα) με την πρόκληση υγείας/ιατρικό πρόβλημα που έχει φέρει ο πελάτης στην συνεδρία coaching. Οι στόχοι του Health και Medical Coaching έχουν τις ίδιες αρχές με τους στόχους της «κανονικής» συνεδρίας coaching (που γνωρίζετε ήδη πώς να καθορίσετε με πελάτες).

Πρέπει να είναι **SMART**:

1. **Συγκεκριμένοι(Specific)**

Να αντιμετωπίζουν το συγκεκριμένο πράγμα που εμποδίζει να ξεπεράσουμε την πρόκληση.

2. **Μετρήσιμοι(Measurable)**

Προσδιορίστε ή δημιουργήστε συγκεκριμένα στοιχεία που μπορούν να μετρήσουν την πρόοδο του πελάτη καθώς εργάζεται προς την επίτευξη του στόχου.

3. **Διατυπωμένοι σε θετική γλώσσα (Articulated in a positive language)**

Δεν μπορούμε να κάνουμε coaching σε πελάτες σε σχέση με το τι δεν θέλουν. Αναδιατυπώστε τις δηλώσεις που περιλαμβάνουν τις λέξεις “Δεν”, “Δεν θέλω» ή «Οχι». Αναδιατυπώστε το «Δεν θα κάνω το Χ» σε «Θα κάνω το Ψ».

Όταν εμφανίζεται αρνητική γλώσσα, είναι απαραίτητο να ακούσετε τι λέει ο πελάτης και να κάνετε calibration (βλέπε Ενότητα 1). Να είστε περίεργοι για το τι ψάχνουν αντί για αυτό που δεν θέλουν. Εδώ μπορείτε να ακούσετε πολλά θέματα με τη μορφή πεποιθήσεων, αξιών και συναισθημάτων.

4. **Υπεύθυνοι(Responsible)**

Να λαμβάνουν υπόψη την τρέχουσα ιατρική κατάσταση, τους περιορισμούς, τις πιθανές απαγορεύσεις.

5. **Χρονικά προσδιορισμένοι(Timely)**

Βάλτε μια συγκεκριμένη ημερομηνία στο ημερολόγιο ή ανάμεσα στις συνεδρίες coaching

Επιπρόσθετα πρέπει να είναι **PREAR**.

1. **Ενεργητικοί/Προορατικοί (Pro-active)**

Ο στόχος αφορά το τι μπορεί να κάνει ο πελάτης μας αντί το τι μπορούν να κάνουν οι άλλοι για αυτόν.

2. **Ρεαλιστικός(Realistic)**

Να λαμβάνει την τρέχουσα πραγματικότητα του πελάτη μας.

3. **Ηθικός και Νόμιμος (Ethical and legal)**

Οι στόχοι coaching δεν μπορεί κατά την άποψη του πελάτη να είναι παράνομοι ή ανήθικοι.

4. **Ευθυγραμμισμένοι με το σύστημα πεποιθήσεων και τις αξίες του πελάτη**
(Aligned with the client's belief system and values)

Οι στόχοι πρέπει να προωθούν ενέργειες και αποτελέσματα που ευθυγραμμίζονται με το σύστημα πεποιθήσεων και τις αξίες του πελάτη.

5. **Συντονισμένοι(Resonant)**

Να αντανακλούν αυτό που πραγματικά είναι σημαντικό για τον πελάτη μας .

Λέξεις όπως μάθηση, κατανόηση, συνειδητοποίηση, ανάλυση δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην διατύπωση στόχων Health και Medical coaching . Αυτές οι λέξεις αναφέρονται σε πόρους και στρατηγικές που μπορεί να χρησιμοποιήσει ο πελάτης για να επιτύχει τον στόχο του.

Η Γλωσσική Δομή ενός Στόχου Health και Medical Coaching

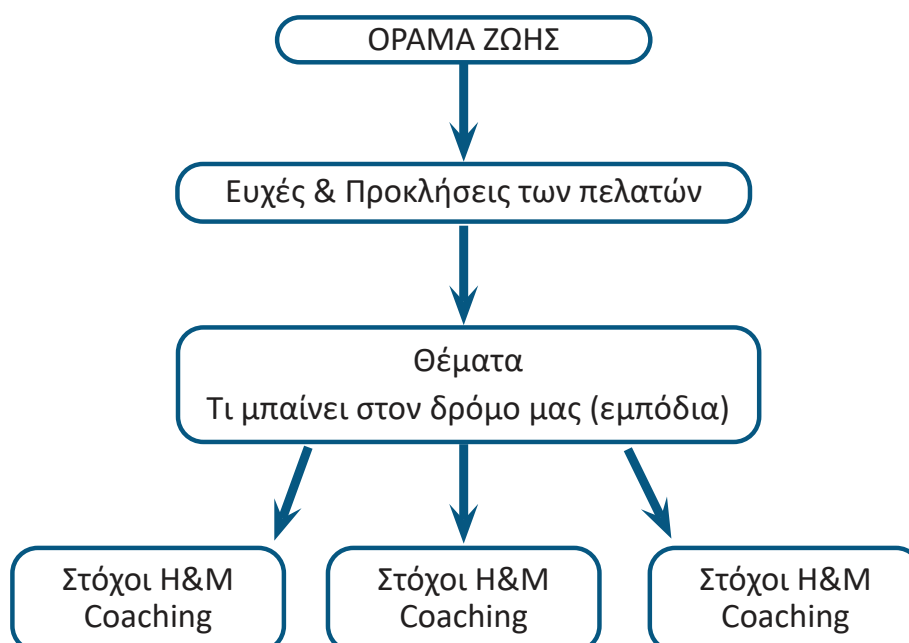
Στο Health και Medical Coaching, δημιουργούμε πρώτα εσωτερικούς στόχους για τον εαυτό.

Αυτό είναι σημαντικό επειδή όταν οι αλλαγές επικεντρώνονται στον εαυτό, διατηρούν βιώσιμα άλλες αλλαγές που θέλει να κάνει ο πελάτης σε εξωτερικό επίπεδο (δράσεις, σχέσεις, επικοινωνία, στρατηγικές κ.λπ.)

Παραδείγματα:

1. Μετατόπιση της περιοριστικής πεποίθησης του «Δεν είμαι αρκετά καλός» σε μια ενδυναμωτική πεποίθηση που με τιμά έως τις 2 Νοεμβρίου.
2. Να κτίσω αυτοπεποίθηση από 4 σε 8, σε μια κλίμακα 1-10, μέσα σε τέσσερις συνεδρίες, για να μπορέσω να μιλήσω με αυτοπεποίθηση όταν χρειάζεται να μεταφέρω το επιχείρημά μου ή να θέσω μια ερώτηση.
3. Να αυξήσω την αυτοεκτίμησή μου από 5 σε 7, σε μια κλίμακα 1-10, μέσα σε έξι συνεδρίες έως τις 7 Ιανουαρίου.
4. Να μειώσω την συναισθηματική ένταση της ντροπής, κάτω από το 4, σε μια κλίμακα 1-10, με μετατόπιση σε μια ενδυναμωτική οπτική γωνία μέσα σε έξι συνεδρίες.

Συνοπτικά:



Κατανόηση της Διαδικασίας Αλλαγής

Σε αυτό το κεφάλαιο, θα εξετάσουμε σε βάθος τι χρειάζεται για να βοηθήσουμε τους πελάτες να δημιουργήσουν οικολογική και βιώσιμη αλλαγή καθώς εργάζονται για την επίτευξη των στόχων και του οράματός τους.

Για να κατανοήσουμε πλήρως την πολυπλοκότητα της αλλαγής, θα διερευνήσουμε τη διαδικασία από τις ακόλουθες οπτικές γωνίες:

- Το πλαίσιο της αλλαγής στο health και medical coaching
- Το πλαίσιο της αλλαγής
- Τρέχουσες επαγγελματικές θεωρίες σχετικά με την αλλαγή
- Οι νευρολογικές και γλωσσικές πτυχές της συμπεριφοράς και της αλλαγής
- Εργασία με πόρους
- Ευθυγράμμιση αξιών
- Κατανόηση και προσαρμογή του συστήματος πεποιθήσεων
- Δημιουργία εσωτερικής συμφωνίας και συνοχής – εργασία με τα εσωτερικά μέρη
- Κατανόηση και καθιέρωση μακροπρόθεσμης προσήλωσης

Το πλαίσιο της Αλλαγής στο Health και Medical Coaching

Στο Health και Medical Coaching, η διαδικασία της αλλαγής λαμβάνει χώρα σε ένα συνεχές/ φάσμα, που κυμαίνεται από την υγεία έως τον πρόωρο θάνατο.

Αυτό το συνεχές/φάσμα ονομάζεται «Συνεχές ασθένειας-ευεξίας» (The Illness-Wellness Continuum-ο όρος επινοήθηκε από τον Dr. John Travis το 1972).

Το συνεχές ασθένειας-ευεξίας, που αναφέρεται επίσης ως συνεχές υγείας-ασθένειας, είναι ένα μοντέλο που εξετάζει την ευεξία ως μια συνέχεια και όχι ως μια δυαδική κατάσταση (ασθενής έναντι υγιούς).

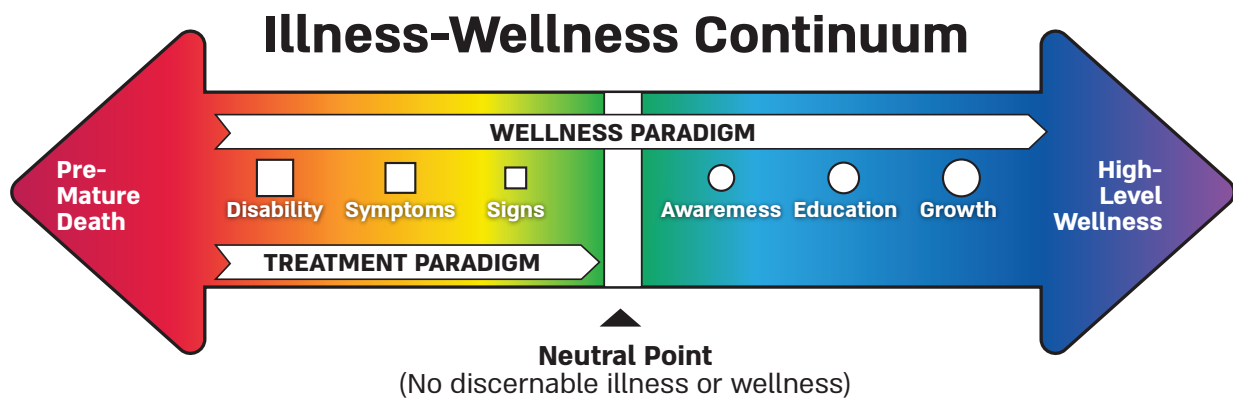
Μετατοπίζει την εστίαση από μια συζήτηση σχετικά με την απουσία ασθένειας και νόσου σε ένα ενεργό ταξίδι αναζήτησης της ευεξίας και της ευημερίας.

Το μοντέλο δίνει έμφαση στη δύναμη και την επιλογή να κινηθούμε ενεργά προς μια καλύτερη υγεία.

Η οπτική αναπαράσταση του μοντέλου απεικονίζει δύο βέλη που βρίσκονται το ένα πίσω από το άλλο: το ένα δείχνει προς την υψηλή ευεξία μέσω της ευαισθητοποίησης, της εκπαίδευσης και της ανάπτυξης, ενώ το άλλο δείχνει προς τον πρόωρο θάνατο μέσω σημείων, συμπτωμάτων και αναπηρίας.

Στη μέση βρίσκεται το Ουδέτερο Σημείο, το οποίο υποδεικνύει ένα σημείο όπου καμία από τις δύο καταστάσεις δεν επικρατεί (δηλ. ορατή απουσία ασθένειας, πόνου ή τραυματισμού).

Συνεχές Ασθένειας-Ευεξίας (The Illness – Wellness Continuum)



Το μοντέλο παρουσιάζει δύο μοτίβα σκέψης:

- Το Μοτίβο της Θεραπείας – υποστηρίζει ότι η ευθύνη της ιατρικής και της υγειονομικής περίθαλψης είναι να βοηθήσει τους ανθρώπους να φτάσουν στο ουδέτερο σημείο όπου δεν υπάρχουν ορατά σημάδια ασθένειας.
- Το Μοτίβο της Ευεξίας – υποστηρίζει ότι η ευθύνη της ιατρικής και της υγειονομικής περίθαλψης εκτείνεται πέρα από το ουδέτερο σημείο. Αυτό το μοτίβο τονίζει τον ρόλο της συναισθηματικής και ψυχικής ευεξίας στην επίτευξη υψηλού επιπέδου ευεξίας.

Κοινωνικογνωστική Θεωρία (Social Cognitive Theory -SCT)

Η αλλαγή δεν συμβαίνει ποτέ στο κενό, αλλά σε ένα πεδίο που περιλαμβάνει την προσωπική ιστορία, τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, τα συναισθήματα, τις σχέσεις, τις συμπεριφορές, τις πεποιθήσεις και τις εμπειρίες. Όλα αυτά έχουν μια δυναμική αλληλεπίδραση με οποιαδήποτε διαδικασία αλλαγής που επιθυμούμε να ξεκινήσουμε και να εφαρμόσουμε στη ζωή μας.

Η Κοινωνικογνωστική Θεωρία (SCT)-γνωστή και ως Κοινωνική Θεωρία της Μάθησης-που αναπτύχθηκε από τον Albert Bandura, εξετάζει τη σχέση και την αλληλεπίδραση μεταξύ προσωπικών παραγόντων (πεποιθήσεις και δεξιότητες), συμπεριφοράς και περιβαλλοντικών επιρροών. Η θεωρία υποδηλώνει ότι οι άνθρωποι μαθαίνουν όχι μόνο μέσω των εμπειριών τους, αλλά και παρατηρώντας τις συμπεριφορές των άλλων και τα αποτελέσματα αυτών των συμπεριφορών.

Το μοντέλο SCT περιλαμβάνει τέσσερα βασικά στοιχεία:

1. **Αυτοαποτελεσματικότητα:** Η πεποίθηση ενός ατόμου στην ικανότητά του να εκτελέσει με επιτυχία μια συγκεκριμένη συμπεριφορά ή εργασία. Η υψηλότερη αυτοαποτελεσματικότητα συνδέεται με αυξημένη κινητοποίηση, επιμονή και πιθανότητα επίτευξης ενός στόχου.
2. **Μάθηση μέσω παρατήρησης:** Η ικανότητα ενός ατόμου να αποκτά νέες συμπεριφορές, δεξιότητες ή γνώσεις παρατηρώντας τις ενέργειες των άλλων και τις συνέπειες αυτών των ενεργειών. Αυτή η μάθηση μπορεί να είναι άμεση (παρακολουθώντας κάποιον να εκτελεί μια εργασία) είτε έμμεση (παρακολουθώντας ένα βίντεο ή διαβάζοντας για μια εργασία).
3. **Προσδοκίες αποτελεσμάτων:** Οι πεποιθήσεις ενός ατόμου σχετικά με τις πιθανές συνέπειες των ενεργειών του. Οι θετικές προσδοκίες για τα αποτελέσματα μπορούν να παρακινήσουν την αλλαγή συμπεριφοράς, ενώ οι αρνητικές προσδοκίες μπορούν να την εμποδίσουν.
4. **Αμοιβαίος ντετερμινισμός:** Η κατανόηση ενός ατόμου για τον τρόπο με τον οποίο η συμπεριφορά του, οι προσωπικοί παράγοντες και οι περιβαλλοντικοί παράγοντες επηρεάζουν ο ένας τον άλλον.

Στο Health και Medical Coaching, οι αρχές της SCT χρησιμοποιούνται για τη διατήρηση της κινητοποίησης για αλλαγή συμπεριφοράς, ενισχύοντας την αυτοαποτελεσματικότητα των πελατών, δημιουργώντας μοντέλα στρατηγικής μέσω της παρατήρησης των εμπειριών των άλλων και αντιμετωπίζοντας τις προσδοκίες σχετικά με τα αποτελέσματα των ενεργειών τους.

Οι Health και Medical Coaches εφαρμόζουν την SCT ενισχύοντας την αυτοπεποίθηση των πελατών μέσω μικρών επιτυχιών, παρέχοντας ευκαιρίες για παρατήρηση και να μίμηση/ υιοθέτηση υγιεινών συμπεριφορών, βοηθώντας τους πελάτες να διαχειριστούν το περιβάλλον τους και καλλιεργώντας ένα υποστηρικτικό δίκτυο.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να το επιτύχουμε αυτό:

- Αυξήστε την ευαισθητοποίηση σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο το περιβάλλον του πελάτη (π.χ. υποστηρικτική οικογένεια) μπορεί να επηρεάσει τη συμπεριφορά του (π.χ. υγιεινή διατροφή) και αντίστροφα.
- Θέστε μικρούς, διαχειρίσιμους και εφικτούς στόχους.
- Δημιουργήστε «εμπειρίες κυριαρχίας» που ενισχύουν την πίστη του πελάτη στην ικανότητά του να αλλάξει.
- Ενθαρρύνετε τους πελάτες να αναγνωρίσουν τα δικά τους επιτεύγματα.
- Παρατηρήστε και μιμηθείτε άλλους που έχουν υιοθετήσει με επιτυχία παρόμοιες συμπεριφορές υγείας.
- Διευκρινίστε τα επιθυμητά αποτελέσματα και πώς αυτά μπορούν να οδηγήσουν σε θετικά αποτελέσματα.
- Αναπτύξτε εσωτερικούς πόρους και αυξήστε την επινοητικότητα.
- Βελτιώστε την πρόσβαση σε εξωτερικούς πόρους.
- Επεκτείνετε το σύνολο των δεξιοτήτων.
- Αναπτύξτε συμπεριφορές αυτορρύθμισης και αυτοπαρακολούθησης.
- Προσδιορίστε και αξιοποιήστε υποστηρικτικά περιβάλλοντα.
- Αναπλαισιώστε τις αρνητικές αντιλήψεις για τον εαυτό σας.
- Χρησιμοποιήστε την εργασία προοπτικής για να μάθετε από τις αποτυχίες του παρελθόντος και να αναπτύξετε πιο αποτελεσματικές στρατηγικές για την αλλαγή.

Υπάρχουν τρεις λόγοι για την αποτυχία ή την επιτυχία στην προσπάθεια δημιουργίας αλλαγής:

Είναι απαραίτητο να κατανοήσουμε και να αποδεχτούμε ότι η αλλαγή συμβαίνει σταδιακά, εντός ενός χρονοδιαγράμματος που διαφέρει από άτομο σε άτομο.

Εξι Λογικά Επίπεδα Αλλαγής

Επιτυχία	Αποτυχία
Να θέλω να δημιουργήσω την αλλαγή και να είμαι ικανός να δημιουργήσω μια εσωτερική αναπαράσταση γι' αυτήν.	Έλλειψη της ικανότητας να δημιουργήσω μια εσωτερική αναπαράσταση της αλλαγής και της μορφής που θα έχει η ζωή μετά από αυτήν.
Να γνωρίζω πώς να δημιουργήσω την αλλαγή.	Να μην γνωρίζω τι χρειάζεται για να δημιουργήσω την αλλαγή.
Να δώσω στον εαυτό μου την ευκαιρία, το χώρο και τα μέσα/πόρους για να κάνω την αλλαγή.	Να στερούμαι ευκαιριών και μέσων/πόρων για να πραγματοποιήσω την αλλαγή.

Τα «**Εξι Λογικά Επίπεδα Αλλαγής**» είναι ένα πλαίσιο που δημιουργήθηκε από τους Robert Dilts και George Bateson. Αυτό το πλαίσιο βασίζεται σε μια σχεσιακή έννοια, όπου ορισμένες διαδικασίες και συμπεριφορές δημιουργούνται μέσω των σχέσεών τους με άλλες διαδικασίες και συμπεριφορές.

Ο όρος «Λογικά Επίπεδα» αναφέρεται στα επίπεδα μάθησης και αλλαγής.

Σε αυτό το πλαίσιο, τα λογικά επίπεδα αναπαρίστανται σε μια ιεραρχική μορφή πυραμίδας, δείχνοντας πώς μπορεί να συμβεί η αλλαγή μέσα σε ένα άτομο.

Αυτά είναι τα έξι επίπεδα, από κάτω προς τα πάνω:

1. Περιβάλλον: το φυσικό και κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο υπάρχουμε και όλα όσα αλληλεπιδρούμε, συμπεριλαμβανομένων των περιβαλλόντων, των τόπων, των αντικειμένων, των χρημάτων, των σχέσεων, της καριέρας και του σώματός μας.

Παραδείγματα ερωτήσεων coaching που τίθενται σε αυτό το επίπεδο: Πού, πότε και με ποιον κάνω πράγματα;

Το επίπεδο του περιβάλλοντος είναι εκείνο στο οποίο οι περισσότεροι άνθρωποι θέλουν να δουν να συμβαίνουν οι αλλαγές.

2. Συμπεριφορές: οι ενέργειές μας σε ένα συγκεκριμένο περιβάλλον.

Αυτό περιλαμβάνει ενέργειες, αντιδράσεις, συμπεριφορές, γλώσσα (τόσο λεκτική όσο και μη λεκτική), απαντήσεις, ρουτίνες και συνήθειες.

Παραδείγματα ερωτήσεων coaching που τίθενται σε αυτό το επίπεδο: Τι πράγματα κάνω; Τι πρέπει να αρχίσω να κάνω; Τι πρέπει να σταματήσω να κάνω; Τι πρέπει να κάνω για να ξεκινήσω; Τι πρέπει να γίνει διαφορετικά;

3. Ικανότητες και δεξιότητες: οι ικανότητες, οι δεξιότητες, η επάρκεια, οι ιδιότητες και οι στρατηγικές που διαθέτουμε και μπορούμε να εφαρμόσουμε για να δημιουργήσουμε αλλαγή. Αυτές περιλαμβάνουν γνώσεις και εμπειρία, καθώς και γνωστικές, συναισθηματικές, τεχνικές, επικοινωνιακές και κοινωνικές δεξιότητες.

Παραδείγματα ερωτήσεων coaching που τίθενται σε αυτό το επίπεδο: Πώς κάνω αυτό που κάνω; Πώς μπορώ να το κάνω καλύτερα; Τι μπορώ να βελτιώσω; Τι πρέπει να κάνω διαφορετικά; Τι άλλο μπορώ να κάνω;

4. Αξίες και πεποιθήσεις: οι αξίες και οι πεποιθήσεις που διαμορφώνουν την αντίληψή μας για τα γεγονότα που βιώνουμε και τον κόσμο στον οποίο ζούμε. Αυτές περιλαμβάνουν τις εσωτερικές

μας φιλοσοφίες, υποθέσεις, κίνητρα, πεποιθήσεις, αρχές και στάσεις.

Παραδείγματα ερωτήσεων coaching που τίθενται σε αυτό το επίπεδο: Τι είναι σημαντικό για μένα; Τι είναι σημαντικό σε αυτό; Γιατί είναι σημαντικό; Γιατί κάνω αυτό που κάνω; Τι τιμώ;

5. Ταυτότητα: η βασική μας αντίληψη και αίσθηση του εαυτού και της ταυτότητάς μας. Αυτό περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο βλέπουμε τον εαυτό μας, τις φιλοδοξίες μας, την αυτοεκτίμησή μας και την αυτοπραγμάτωσή μας.

Παραδείγματα ερωτήσεων coaching που τίθενται σε αυτό το επίπεδο: Ποιος είμαι (ως άτομο/ επαγγελματίας/μέλος της οικογένειας/άνθρωπος); Τι μου αρέσει; Τι με κινητοποιεί; Τι σημαίνει για μένα το ταξίδι μου σε αυτή τη ζωή/σε αυτό το μέρος/σε αυτόν τον πλανήτη; Ποιος θέλω να γίνω σε αυτόν τον κόσμο;

6. Πνευματικότητα/Σκοπός: η σύνδεση με μια ανώτερη/μεγαλύτερη δύναμη, η αίσθηση του σκοπού ή το σύστημα του οποίου μπορεί να είμαστε μέρος. Αυτό περιλαμβάνει πνευματικές πεποιθήσεις και πρακτικές, δημιουργικότητα και νόημα.

Παραδείγματα ερωτήσεων coaching που τίθενται σε αυτό το επίπεδο: Για ποιο λόγο; Ποιος είναι ο υψηλότερος σκοπός μου; Ποιος είναι ο σκοπός της ζωής μου/αυτού του ταξιδιού; Γιατί γίνονται όλα αυτά; Ποια είναι η ευρύτερη εικόνα/το ευρύτερο παιχνίδι;

Η ομορφιά αυτού του πλαισίου έγκειται στη σχέση μεταξύ των επιπέδων του.

Ενώ εργαζόμαστε σε κάθε επίπεδο ξεχωριστά για να εντοπίσουμε τα δυνατά και αδύνατα σημεία και να κατανοήσουμε πώς να κάνουμε τις απαραίτητες αλλαγές, χρησιμοποιούμε τη σχέση μεταξύ των επιπέδων για να δημιουργήσουμε μια πιο συστημική αλλαγή.

Κάθε επίπεδο επηρεάζει τα επίπεδα που βρίσκονται κάτω από αυτό.

Ο τελικός στόχος είναι να ευθυγραμμιστούν όλα τα επίπεδα. Όταν όλα τα επίπεδα ευθυγραμμιστούν, η αλλαγή είναι οικολογική για ολόκληρο το σύστημα, καθιστώντας το βιώσιμο.



Πρόσθετοι τρόποι εργασίας με αυτό το μοντέλο:

1. Δημιουργία πλάνου δράσης για την αλλαγή
2. Έλεγχος για ασυμφωνία συνδέοντας τον πελάτη μας με κάθε επίπεδο
3. Δημιουργία με την ενσωμάτωση κάθε επιτυχημένου επιπέδου του μοντέλου. Το μοντέλο μπορεί να εφαρμοστεί είτε από κάτω προς τα πάνω είτε από πάνω προς τα κάτω.
4. Αναστοχασμός πάνω σε μια διαδικασία ή ένα γεγονός
5. Δημιουργία μοντέλου από μια προηγούμενη επιτυχημένη αλλαγή

Η Θεωρία του Αυτοκαθορισμού (The Self-Determination Theory -SDT)

Η αυτοδιάθεση είναι ένας βασικός παράγοντας για την ικανότητά μας να ξεκινήσουμε και να εφαρμόσουμε την αλλαγή.

Η αυτοδιάθεση αναφέρεται στην ικανότητά μας να κάνουμε τις δικές μας επιλογές, να μάθουμε πώς να λύνουμε αποτελεσματικά τα προβλήματα, να ελέγχουμε τα πράγματα που βρίσκονται στη δύναμή μας και να αναλαμβάνουμε την ευθύνη για τις επιλογές, τις πράξεις και τη ζωή μας.

Η θεωρία της αυτοδιάθεσης (SDT) επιδιώκει να εξηγήσει τη σχέση μεταξύ αυτοδιάθεσης και κινήτρου. Βασίζεται στην παραδοχή ότι οι άνθρωποι αισθάνονται πιο κινητοποιημένοι να δράσουν όταν πιστεύουν ότι οι ενέργειές τους θα επηρεάσουν το αποτέλεσμα.

Η θεωρία της αυτοδιάθεσης υποδηλώνει ότι οι άνθρωποι μπορούν να γίνουν αυτοδιάθετοι όταν ικανοποιούνται αυτές οι τρεις θεμελιώδεις ψυχολογικές ανάγκες:

- **Αυτονομία:** να έχει κανείς τη δυνατότητα επιλογής και τον έλεγχο των δικών του ενεργειών και αποφάσεων.
- **Επάρκεια:** να είναι αποτελεσματικοί, ικανοί και σε θέση να επιτύχουν τα επιθυμητά αποτελέσματα.
- **Σύνδεση/Σχέση:** να αισθάνονται σύνδεση, να ανήκουν και να έχουν σημαντικές σχέσεις με τους άλλους.

Στο Health και Medical Coaching , οι αρχές της SDT χρησιμοποιούνται για να δημιουργήσουν ένα περιβάλλον που υποστηρίζει τους πελάτες στην καλλιέργεια αυτών των τριών καθολικών ψυχολογικών αναγκών. Αυτό οδηγεί σε πιο εγγενή και αυτοκινούμενη κινητοποίηση για τους πελάτες να επιτύχουν τους στόχους υγείας τους, να βελτιώσουν την ευημερία τους και να δημιουργήσουν βιώσιμες αλλαγές στη συμπεριφορά τους.

Αυτά είναι μερικά παραδείγματα των διάφορων τρόπων με τους οποίους μπορούν οι πελάτες μας μέσω του coaching να ικανοποιήσουν αυτές τις τρεις ανάγκες:

Αυτονομία:

- Προώθηση της αίσθησης ιδιοκτησίας.
- Εξάλειψη περιοριστικών πεποιθήσεων σχετικά με την αυτονομία.
- Εξερεύνηση των υφιστάμενων αξιών γύρω από την αυτονομία.
- Εξάλειψη εσωτερικών συγκρούσεων που αφορούν την αυτονομία.
- Εξερεύνηση σημαντικών επιλογών στο πλαίσιο των προγραμμάτων υγείας.
- Εξερεύνηση της λογικής πίσω από τις αποφάσεις.
- Δημιουργία πρωτοκόλλου λήψης αποφάσεων.
- Επέκταση των δεξιοτήτων ιατρικής παιδείας.

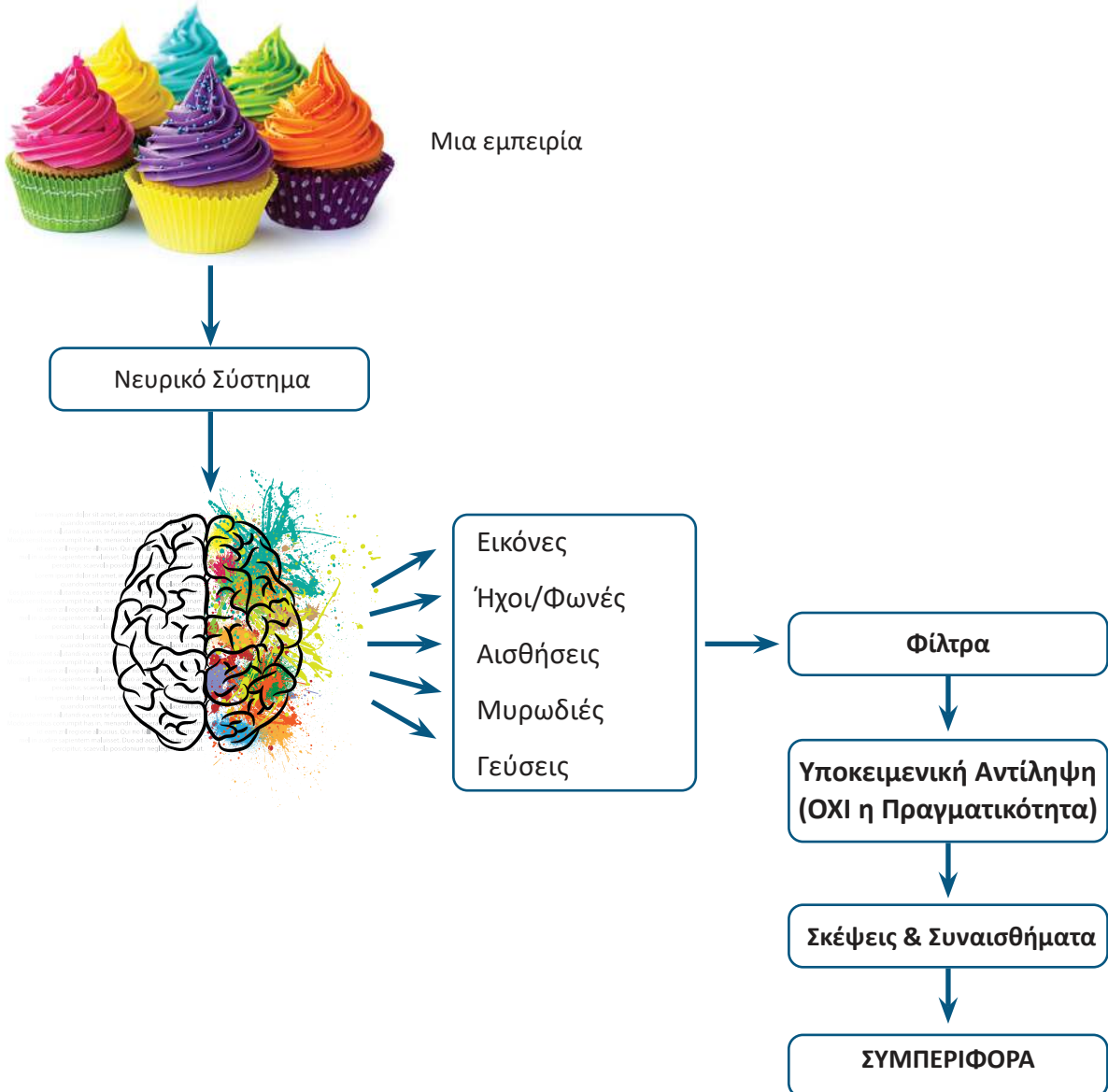
Επάρκεια:

- Παροχή θετικής επιβεβαίωσης και επικοδομητικής ανατροφοδότησης.
- Οικοδόμηση εμπιστοσύνης στις ικανότητες των πελατών να διαχειρίζονται την υγεία τους.
- Δημιουργία στρατηγικών και πρωτοκόλλων για την αντιμετώπιση διαφόρων προκλήσεων και αναγκών.
- Προσδιορισμός και σταθεροποίηση πόρων.
- Εξάλειψη περιοριστικών πεποιθήσεων σχετικά με την επάρκεια σε γενικές και συγκεκριμένες δεξιότητες.
- Επέκταση του συνόλου των δεξιοτήτων.

Σύνδεση/Σχέση:

- Προσδιορισμός, ενίσχυση και δημιουργία συστημάτων ιατρικής, κοινωνικής και συναισθηματικής υποστήριξης.
- Αντιμετώπιση των σχέσεων με τους επαγγελματίες και τους οικογενειακούς φροντιστές.
- Προώθηση του αισθήματος του ανήκειν.
- Αντιμετώπιση δεξιοτήτων επικοινωνίας.
- Εκκαθάριση περιοριστικών πεποιθήσεων σχετικά με τη σύνδεση, το ανήκειν και την εμπιστοσύνη.
- Αντιμετώπιση της αφήγησης σχετικά με οδυνηρές εμπειρίες του παρελθόντος που αφορούν τη σύνδεση, την αίσθηση του ανήκειν και την εμπιστοσύνη

Η Νευρολογική Πτυχή της Συμπεριφοράς και της Αλλαγής



Μέσω των αισθήσεών μας εκτιθέμεθα σε 2 εκατομμύρια bits πληροφοριών ανά δευτερόλεπτο. Για να μπορέσουμε να επεξεργαστούμε αυτές τις πληροφορίες, ο εγκέφαλός μας τις διοχετεύει μέσα από δύο τύπους φίλτρων:

Ελεγχόμενα Φίλτρα

- Χρόνος/Χώρος/Υψηλότητα/Ενέργεια
- Γλώσσα
- Αναμνήσεις
- Αποφάσεις
- META- προγράμματα
- Αξίες και Πεποιθήσεις
- Στάσεις

Αυτόματα Φίλτρα

- **Διαγραφή** – διαγραφή άσχετων πληροφοριών.
- **Παραμόρφωση** – διαστρέβλωση και αλλαγή αισθητηριακών πληροφοριών σχετικά με μια εμπειρία.
- **Γενίκευση** – γενίκευση από ένα γεγονός/εμπειρία σε μια γενική αντίληψη της πραγματικότητας.

Οι πληροφορίες που είναι επεξεργασμένες μέσω των φίλτρων δημιουργούν μια υποκειμενική εσωτερική αναπαράσταση της εμπειρίας/γεγονότος - δηλαδή της **Υποκειμενικής** μας Αντίληψης, του τρόπου που βλέπουμε τον κόσμο.

Συστήματα Αναπαράστασης

Βιώνουμε τον κόσμο γύρω μας χρησιμοποιώντας τις πέντε κύριες αισθήσεις μας:

Οπτική (V)

Ακουστική (A)

Κινησθητική (K)

Γευστική (G)

Οσφρητική (O)

Τις χρησιμοποιούμε για να κωδικοποιήσουμε, να αποθηκεύσουμε και να δώσουμε νόημα στις εμπειρίες και στην γλώσσα (λεκτική και μη λεκτική).

Συνήθως, τείνουμε να χρησιμοποιούμε και να εργαζόμαστε με τρία συστήματα αναπαράστασης: οπτικό, ακουστικό και κινησθητικό (το γευστικό και το οσφρητικό συχνά περιλαμβάνονται στο κινησθητικό).

Φυσικά, χρησιμοποιούμε όλες τις αισθήσεις μας όλη την ώρα, αλλά ανάλογα με τις περιστάσεις και τις προτιμήσεις τείνουμε να εστιάζουμε σε ένα ή περισσότερα συστήματα αναπαράστασης για να γίνουμε πιο αποδοτικοί και να έχουμε καλύτερα αποτελέσματα.

Τα παρακάτω είναι γενικεύσεις σχετικά με τα χαρακτηριστικά των ατόμων/τύπων με προτίμηση σε οπτικά, ακουστικά ή κινησθητικά συστήματα αναπαράστασης.

Όπως συμβαίνει με όλες τις γενικεύσεις, υπάρχουν πάντα εξαιρέσεις.

Οι Οπτικοί (Visual) τύποι ατόμων συχνά στέκονται ή κάθονται με το κεφάλι ή/και το σώμα τους όρθιο και τα μάτια τους ψηλά. Αναπνέουν από το άνω μέρος των πνευμόνων τους. Συχνά κάθονται μπροστά στην καρέκλα τους και τείνουν να είναι οργανωμένοι, τακτοποιημένοι, περιποιημένοι και τακτικοί. Απομνημονεύουν βλέποντας εικόνες και οπτικοποιώντας. Αποσπώνται περισσότερο από την οπτική δραστηριότητα και λιγότερο από το θόρυβο. Συχνά δυσκολεύονται να θυμηθούν λεκτικές οδηγίες επειδή το μυαλό τους τείνει να περιπλανιέται. Οι οπτικοί άνθρωποι τείνουν να μιλούν πιο γρήγορα από τον γενικό πληθυσμό, θέλουν να δουν τη μεγάλη εικόνα για το πώς γίνονται τα πράγματα.

Ένα οπτικό άτομο θα ενδιαφερθεί για το πώς ΦΑΙΝΕΤΑΙ το πρόγραμμά σας.

Η εμφάνιση είναι σημαντική.

Οι Ακουστικοί (Auditory) τύποι ατόμων συχνά μετακινούν τα μάτια τους προς τα πλάγια. Θα αναπνέουν από το μέσον του στέρνου τους. Συνήθως μιλούν στον εαυτό τους και αποσπώνται εύκολα από το θόρυβο. Μπορούν εύκολα να επαναλάβουν πράγματα που έχουν ακούσει ή τους έχουν πει. Οι ακουστικοί άνθρωποι μαθαίνουν ακούγοντας και κάνοντας ερωτήσεις. Απομνημονεύουν σταδιακά, με διαδικασίες και ακολουθίες. Τείνουν να απολαμβάνουν τις συζητήσεις και προτιμούν να επικοινωνούν μέσω του προφορικού λόγου παρά μέσω του γραπτού λόγου. Οι ακουστικοί άνθρωποι πρέπει να ακούγονται και αποσπώνται εύκολα από το θόρυβο.

Σ' ένα ακουστικό άτομο αρέσει να του ΛΕΝΕ πώς τα πάει και να ανταποκρίνεται σε έναν συγκεκριμένο τόνο φωνής ή σύνολο λέξεων. Ενδιαφέρεται για το τι έχετε να ΠΕΙΤΕ για το πρόγραμμά σας.

Οι Κινησθητικοί (Kinesthetic) τύποι ατόμων, συνήθως αναπνέουν από το κάτω μέρος των πνευμόνων τους, οπότε το στομάχι τους μπαινοβγαίνει καθώς αναπνέουν. Συχνά κινούνται και μιλούν πολύ αργά. Είναι πιο ευαίσθητοι στο σώμα και στα συναισθήματά τους και ανταποκρίνονται στις σωματικές ανταμοιβές και την αφή. Μαθαίνουν και απομνημονεύουν κάνοντας, αγγίζοντας ή βάζοντας σ' εφαρμογή κάτι. Οι κινησθητικοί άνθρωποι τείνουν να ντύνονται και να περιποιούνται τον εαυτό τους περισσότερο για άνεση παρά για το πώς φαίνονται. Ένα κινησθητικό άτομο τείνει να αποφασίζει με βάση τα συναισθήματα. Στέκεται πιο κοντά σε άλλους ανθρώπους από ότι ένα οπτικό άτομο .

Οι κινησθητικοί άνθρωποι ενδιαφέρονται για το πρόγραμμά σας εάν "**ΑΙΣΘΑΝΟΝΤΑΙ πώς είναι σωστό**".

Οι Ακουστικοί Ψηφιακοί (AuditoryDigital) τύποι ατόμων έχουν την ανάγκη να κατανοήσουν τον κόσμο, να καταλάβουν τα πράγματα, να κατανοήσουν τη μήτρα, το καλούπι (matrix) των πραγμάτων. Ξοδεύουν αρκετό χρόνο μιλώντας στον εαυτό τους ή συνομιλώντας μαζί σας στο μυαλό τους. Μαθαίνουν δουλεύοντας πράγματα στο μυαλό τους και απομνημονεύουν σταδιακά, με διαδικασίες καιακολουθίες. Τείνουν να μην είναι αυθόρμητοι και πρέπει να έχουν λογική. Τα γεγονότα και οι αριθμοί διαδραματίζουν καίριο ρόλο στη λήψη των αποφάσεών τους. Το ακουστικό-ψηφιακό άτομο μπορεί να εκδηλώνει χαρακτηριστικά των άλλων κύριων συστημάτων αναπαράστασης.

Το λεξιλόγιο του Συστήματος Αναπαράστασης

Οπτικό	Ακουστικό	Κινησθητικό	Ακουστικό-Ψηφιακό/ Απροσδιόριστο
Κοιτάζω	Ακούω	Αισθάνομαι	Αισθάνομαι
Βλέπω	Ήχος (-οι)	Άγγιγμα	Βιώνω μια εμπειρία
Εξετάζω	Κάνω μουσική	Αντιλαμβάνομαι	Κατανοώ
Εμφανίζω	Εναρμονίζω	Επικοινωνώ	Σκέφτομαι
Δείχνω	Συντονίζομαι/ Αποσυντονίζομαι	Ξεγλιστρώ	Μαθαίνω
Συνειδητοποιώ	Είμαι όλος αυτιά	Πιάνω	Επεξεργάζομαι
Αποκαλύπτω	Κάτι μου θυμίζει- Ακούγεται γνωστό (rings a bell)	Αξιοποιώ	Αποφασίζω
Οραματίζομαι	Σιωπώ	Κάνω επαφή	Κινητοποιώ
Φωτίζω	Ακούγομαι	Πετάω	Εξετάζω
Φαντάζομαι	Αντηχώ	Επιστρέφω	Αλλάζω
Σαφής	Κουφός	Σκληρός	Οξυδερκής
Θολότητα	Παραφωνία	Χωρίς αίσθημα	Αναίσθητος
Συγκεντρωμένος	Ανήσυχος	Ξεκάθαρος	Ιδιαίτερος
Ομιχλώδης	Ανήκουστο	Ξύνω	Συλλαμβάνω
Κρυστάλλινος	Στέρεο (stereo)	Γραπώνω (get a handle)	Γνωρίζω
Εικόνα	Βόμβος	Στέρεος	

Κατάλογος φράσεων που υποδηλώνουν ένα Σύστημα Αναπαράστασης:

Οπτικό (V)	Ακουστικό (A)	Κινησθητικό (K)
<p>Μια ματιά Μου φαίνεται Πέρα από κάθε αμφιβολία Πανοραμική θέα Ρίξτε μια ματιά Καθαρή τομή Στραβοκοιτάζω (διαφωνώ) Ρίχνω φως Αποκτήστε μια προοπτική για... Θολή ιδέα Υπό το πρίσμα της... Αυτοπροσώπως Ενόψει Μοιάζει Κάνω σκηνή Νοητική εικόνα Τα μάτια του νου Με γυμνό μάτι Χρωματίστε μια εικόνα Δες σε αυτό Κοντόφθαλμος Επίδειξη Χάρμα οφθαλμών Κοιτάζοντας μακριά στο διάστημα Στενόμυαλος Κάτω από τη μύτη σου Εκ των προτέρων Καλά καθορισμένο</p> <p>Αν μπορούσα να σας ΔΕΙΞΩ... θα θέλατε να ΚΟΙΤΑΞΕΤΕ;</p> <p>Εάν αυτό φαίνεται καλό, θα συνεχίσουμε και θα ΕΣΤΙΑΣΟΥΜΕ στα έγγραφα.</p>	<p>Φαφλατάς - Πολυλογάς Καθαρός ήχος Σαφώς διατυπωμένο Καλέστε στο Περιγράψτε λεπτομερώς Του τα έψαλα (επίπληξη) Δώστε έναν απολογισμό Δώσε μου το αυτί σου Κράτα το ακροατήριο Καθαρές φωνές Κρυφό μήνυμα Αδρανής συζήτηση Ρωτήστε για Κεντρικός ομιλητής Δυνατά και καθαρά Τρόπος ομιλίας Δώστε προσοχή στο Δύναμη του λόγου Γουργουρίζει σαν γατάκι Δηλώστε τον σκοπό σας Για να λέμε την αλήθεια Γλωσσοδέτης Συντονισμένος / Αποσυντονισμένος Ανήκουστο Εντελώς Εξέφρασε τη γνώμη του Καλά ενημερωμένος Λέξη προς λέξη</p> <p>Αν μπορούσα να σας ΠΩ ... θα θέλατε να ΑΚΟΥΣΕΤΕ;</p> <p>Εάν αυτό ακούγεται καλό, θα συνεχίσουμε και θα ΣΥΖΗΤΗΣΟΥΜΕ για τα έγγραφα</p>	<p>Μια ματιά Μου φαίνεται Πέρα από κάθε αμφιβολία Πανοραμική θέα Ρίξτε μια ματιά Καθαρή τομή Στραβοκοιτάζω (διαφωνώ) Ρίχνω φως Αποκτήστε μια προοπτική για... Θολή ιδέα Υπό το πρίσμα της... Αυτοπροσώπως Ενόψει Μοιάζει Κάνω σκηνή Νοητική εικόνα Τα μάτια του νου Με γυμνό μάτι Χρωματίστε μια εικόνα Δες σε αυτό Κοντόφθαλμος Επίδειξη Χάρμα οφθαλμών Κοιτάζοντας μακριά στο διάστημα Στενόμυαλος Κάτω από τη μύτη σου Εκ των προτέρων Καλά καθορισμένο</p> <p>Αν μπορούσα να βρω έναν τρόπο ... θα θέλατε να ΕΧΕΤΕ ΜΙΑ ΑΙΣΘΗΣΗ ΓΙΑ ΑΥΤΟ;</p> <p>Αν αισθάνεστε καλά με αυτό , θα προχωρήσουμε και θα ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΟΥΜΕ ΤΑ ΕΓΓΡΑΦΑ.</p>

Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αισθήσεων (Submodalities)

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των αισθήσεων (υπο-αισθήσεις) είναι ο τρόπος με τον οποίο κωδικοποιούμε και δίνουμε νόημα στις Εσωτερικές μας Αναπαραστάσεις. Περιλαμβάνουν αισθητηριακά χαρακτηριστικά (Το Σύστημα Αναπαράστασης):

Οπτικά (V), Ακουστικά (A), Κινησθητικά (K), Γευστικά (G) και Οσφρητικά (O).

Αλλάζοντας τα επιμέρους ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αλλάζει/μεταβάλλεται και η Εσωτερική Αναπαράσταση.

Εργασία με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των αισθήσεων - τις υπο-αισθήσεις

Καθώς εργαζόμαστε με τα επιμέρους χαρακτηριστικά των αισθήσεων είναι σημαντικό να χρησιμοποιούμε μια λίστα ελέγχου (checklist). Αυτό αυξάνει την ορθότητα και την ακρίβεια.

Καθώς εκμαιεύετε τις «υπο-αισθήσεις» ενός πελάτη, είναι σημαντικό να εργάζεστε γρήγορα!

Πρέπει να τις εκμαιεύσετε πιο γρήγορα από ό, τι μπορεί να συμβαδίσει ο συνειδητός νους.

Εάν είστε πολύ αργοί, ο πελάτης σας είναι πιθανό να βαρεθεί και να αρχίσει να αναλύει τι συμβαίνει.

Αλλάζοντας το «Μου αρέσει» σε «Δεν μου αρέσει» (LIKE to DISLIKE)

1. «Σκέψου κάτι που σου αρέσει αλλά εύχεσαι να μην σου άρεσε. Τι είναι; Καθώς το σκέφτεσαι, σου έρχεται κάποια εικόνα στο μυαλό;».
2. Εκμαιεύστε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά/υπο-αισθήσεις (sub-modalities) χρησιμοποιώντας το φύλλο εργασίας και σημειώστε τα στην 1η στήλη.
3. «Σκέψου κάτι που βρίσκεται σε παρόμοιο πλαίσιο, αλλά όμως δεν σου αρέσει καθόλου. Ωραία, τι είναι αυτό;
4. Καθώς το σκέφτεσαι, ποια είναι η εικόνα που έρχεται στο μυαλό σου;».
5. Εκμαιεύστε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά/υπο-αισθήσεις (sub-modalities) χρησιμοποιώντας το φύλλο εργασίας και σημειώστε τα στην 2η στήλη.

Αναζητήστε τις διαφορές (Πολικότητα). Αλλάξτε τα χαρακτηριστικά της στήλης 1 σε εκείνα της στήλης 2. (Σημείωση: Αλλάζουμε μόνον τα χαρακτηριστικά της πρώτης εικόνας, όχι το ίδιο το περιεχόμενο. Η δεύτερη εικόνα δεν είναι πλέον απαραίτητη. Χρειαζόταν μόνο σαν σημείο αναφοράς).

6. «Κλείδωσε το με ένα λουκέτο (Master Lock). Έτσι απλά.»
7. Δοκιμή: «Σκέψου αυτό το παλιό ζήτημα. Τώρα, τι είναι αυτό που σου έρχεται στο μυαλό; Πώς διαφέρει τώρα;»

Λίστα ελέγχου (Checklist) για τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των αισθήσεων /υπο-αισθήσεων (sub-modalities):

Οπτικά χαρακτηριστικά	1	2
A/M ή Χρώμα		
Κοντά ή Μακριά		
Φωτεινή ή Αχνή		
Τοποθεσία		
Μέγεθος εικόνας		
Ταύτιση/Αποστασιοποίηση		
Εστίαση		
Καδραρισμένη ή Πανοραμική		
Ταινία ή Στιγμιότυπο		
Ταχύτητα ταινίας		
3D ή 2D		
Γωνία θέασης		
Ακουστικά χαρακτηριστικά		
Τοποθεσία		
Κατεύθυνση		
Εσωτερική/Εξωτερική		
Ένταση		
Ταχύτητα		
Οξύτητα		
Τονικότητα		
Παύσεις		
Διάρκεια		
Μοναδικότητα		
Κιναισθητικά χαρακτηριστικά		
Τοποθεσία		
Μέγεθος		
Σχήμα		
Ένταση		
Σταθερότητα		
Κίνηση		
Δόνηση		
Πίεση/Θερμότητα		
Βάρος		

ΜΕΤΑ - Προγράμματα

Τα Μετα-Προγράμματα είναι τα νευρολογικά προγράμματα, που καθοδηγούν και κατευθύνουν τις διαδικασίες σκέψης μας. Καθορίζουν το πώς παρακινούμε τον εαυτό μας, το πώς παίρνουμε αποφάσεις, με ποιόν τρόπο αγοράζουμε πράγματα, τι μας ενδιαφέρει, το πώς διαχειριζόμαστε τον χρόνο, την αποτελεσματικότητα αναφορικά με τις εργασίες μας και το πώς λύνουμε προβλήματα.

Ένα άτομο μπορεί να έχει διαφορετικά Μετα-Προγράμματα που λειτουργούν ταυτόχρονα σε διαφορετικά νευρολογικά επίπεδα.

Τα Μετα -Προγράμματα είναι οι στρατηγικές που χρησιμοποιούμε και όχι το ποιοι είμαστε.

Τα "Βασικά" Μετα-Προγράμματα που χρησιμοποιούνται στο Health και Medical Coaching

1. **‘Κινούμαι προς ή Απομακρύνομαι από (Toward vs Away-From)**
(Καλύτερο έναντι χειρότερου σεναρίου)
Η προσοχή μας στρέφεται είτε προς την πλευρά αυτού που θέλουμε είτε μακριά από αυτό που δεν θέλουμε.
2. **Δυνατότητα ή Αναγκαιότητα (Possibility vs Necessity)**
Η προσοχή στρέφεται είτε σε αυτό που είναι δυνατόν (επέκταση δυνατοτήτων, εμπειριών, επιλογών, διαδρομών) είτε σε αυτό που είναι απαραίτητο διαθέσιμο.
3. **Μεγάλη εικόνα ή Λεπτομέρειες (Big Chunk vs Little Chunk)**
Η προσοχή στρέφεται είτε στη μεγάλη εικόνα (Μετα-θέαση) είτε στις λεπτομέρειες.
4. **Αυτοαναφορά ή Ετεροαναφορά (Self-Reference vs Other Reference)**
Η προσοχή στρέφεται είτε στον εαυτό μας είτε στους άλλους.
Αυτό-αναφορά - η επιλογή αποδεικτικών στοιχείων και κριτηρίων με βάση την προσωπική μας αντίληψη για τον κόσμο
Ετερο-αναφορά - η επιλογή αποδεικτικών στοιχείων και κριτηρίων με βάση την αντίληψη των άλλων για τον κόσμο.
(Μην συγχέετε την «εσωστρέφεια» ή την «εξωστρέφεια» με αυτό το META-Πρόγραμμα).
5. **Ταιριαστό ή Αταιρίαστο (Match vs Mismatch)**
Η προσοχή επικεντρώνεται είτε σε ό,τι είναι ίδιο ή σε ό,τι διαφέρει.
Όταν ένα άτομο παρατηρεί κοινά χαρακτηριστικά, ομοιότητες, ή διαφορές, αντιπάθειες και αντιθέσεις.

Εργασία με πόρους(Working with Resources)

Ο πόρος (resource) είναι ένα μέσο/παράγοντας που απαιτείται για την επίτευξη ενός επιθυμητού αποτελέσματος.

Οι πόροι μπορεί να είναι εξωτερικοί (όπως: χρήματα, χρόνος, εργασία, βοήθεια, φάρμακα, οικογένεια, αγαθά, εργαλεία κ.λπ.) και εσωτερικοί (όπως: δεξιότητες, πεποιθήσεις, συνήθειες, συμπεριφορές, προοπτικές, πίστη κ.λπ.).

Τα συναισθήματα δεν είναι πόροι, είναι το αποτέλεσμα μιας κατάστασης που είτε παρέχει πόρους, είτε όχι.

Η βοήθεια των πελατών να μεταβούν σε μια κατάσταση πλούσια σε πόρους είναι μια θεμελιώδης πτυχή του coaching γενικά και του Health and Medical Coaching ειδικότερα.

Το να ζεις με μια κατάσταση υγείας ή ιατρική πάθηση σημαίνει να βρίσκεις νέους τρόπους για να αντιμετωπίσεις τόσο νέες όσο και παλιές προκλήσεις.

Η αντιμετώπιση παλαιών προκλήσεων περιλαμβάνει:

1. Την αναγνώριση του χάσματος μεταξύ των υφιστάμενων προκλήσεων και του εύρους των ικανοτήτων.
2. Την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των υφιστάμενων πόρων και την απομάκρυνση εκείνων που δεν είναι αποτελεσματικοί ή σχετικοί.
3. Τον εντοπισμό των πόρων που λείπουν ή χρειάζονται αναβάθμιση.
4. Την αντιμετώπιση της απώλειας ικανοτήτων
5. Την αναβάθμιση της εσωτερικής αίσθησης αυτονομίας
6. Την εκμάθηση νέων τρόπων χρήσης των υφιστάμενων πόρων.
7. Την εκμάθηση της χρήσης νέων πόρων.

Η αντιμετώπιση των νέων προκλήσεων περιλαμβάνει:

1. Προσδιορισμό των νέων προκλήσεων
2. Αξιολόγηση των υφιστάμενων πόρων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως έχουν και αυτών που πρέπει να αναβαθμισθούν και να προσαρμοστούν.
3. Εκμάθηση της χρήσης νέων πόρων.
4. Αναβάθμιση της εσωτερικής αίσθησης αυτονομίας

Η ικανότητα αγκύρωσης πόρων βοηθά τον πελάτη να ενσωματώσει με βιώσιμο τρόπο τόσο τους πόρους όσο και τις καταστάσεις που προσφέρουν πόρους, εξασφαλίζοντας ότι παραμένουν διαθέσιμοι και εύκολα προσβάσιμοι.

Οι αρχές για την δημιουργία άγκυρας είναι οι εξής:

1. Προσδιορισμός του απαιτούμενου πόρου.
2. Ανάκληση μιας ζωντανής προηγούμενης εμπειρίας όπου ο πελάτης ήταν πλήρως συνδεδεμένος με τον συγκεκριμένο πόρο (μια κατάσταση που παρέχει πόρους).
3. «Εισαγωγή» του συγκεκριμένου πόρου από την προηγούμενη εμπειρία στην παρούσα κατάσταση που στερείται πόρων.
4. Δημιουργία ενός «Κουμπιού ενεργοποίησης» ώστε να γίνει ο πόρος προσβάσιμος / να μπορεί ο πελάτης να ανατρέξει σε αυτόν ανά πάσα στιγμή.

Δημιουργώντας Αγκυρες (Αγκύρωση)-Anchoring

«Αγκύρωση» είναι η διαδικασία δημιουργίας ενός συνδέσμου μεταξύ ενός εξωτερικού ερεθίσματος και μιας εσωτερικής ανταπόκρισης.

Με άλλα λόγια: Δημιουργία μιας συσχέτισης μεταξύ μιας εξωτερικής ένδειξης/ερεθίσματος και μιας εσωτερικής εμπειρίας/κατάστασης.

... Ή με άλλα λόγια: εξαρτημένη μάθηση (όπως ο Παβλόφ και τα σκυλιά του...)

ΘΕΩΡΙΑ:

- A. Όταν ένα άτομο βιώνει ένα συγκεκριμένο ερέθισμα ενώ βρίσκεται σε έντονη συναισθηματική φόρτιση, το ερέθισμα και η συναισθηματική φόρτιση θα συνδεθούν νευρολογικά.
- B. Η αγκύρωση μπορεί να μας βοηθήσει να αποκτήσουμε πρόσβαση σε προηγούμενες καταστάσεις και να συνδέσουμε την κατάσταση του παρελθόντος με το παρόν και το μέλλον.

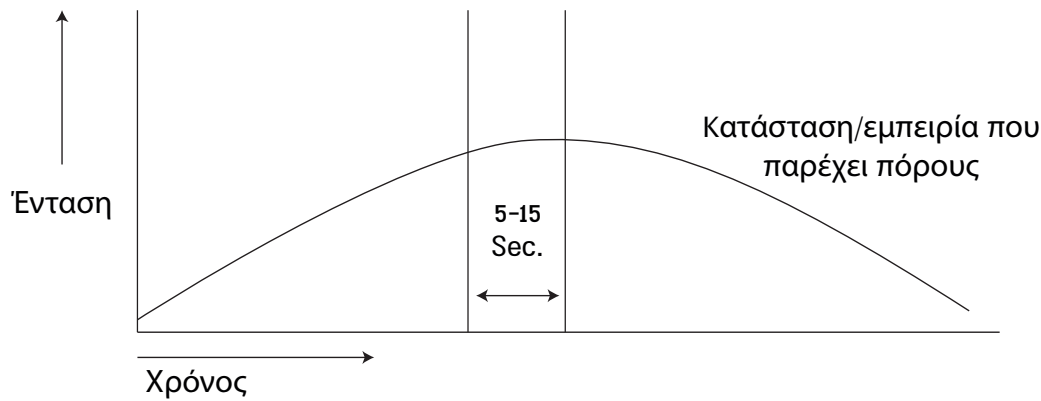
ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ:

Τα 4 βήματα για την Αγκύρωση:

1. Ζητήστε από τον πελάτη να θυμηθεί μια ζωντανή εμπειρία του παρελθόντος.
2. Δώστε ένα συγκεκριμένο ερέθισμα στην κορυφή (βλ. Διάγραμμα).
3. Αλλάξτε την κατάσταση στην οποία βρίσκεται ο πελάτης.
4. Εγκαταστήστε την άγκυρα και κάντε δοκιμή.

Τα 5 κλειδιά για μια σωστή αγκύρωση:

1. Η ένταση και η ακεραιότητα της εμπειρίας.
2. Η χρονική στιγμή εγκατάστασης της άγκυρας
3. Η μοναδικότητα της άγκυρας
4. Η αναπαραγωγή του ερεθίσματος
5. Ο αριθμός των επαναλήψεων(στοίβαξη)



Μια Χρονογραμμή - είναι μια γεωγραφική μεταφορά που αντιπροσωπεύει τα χρονολογικά γεγονότα στη ζωή ενός ατόμου.

Συμβουλές για την εργασία με χρονογραμμή

1. Διατηρήστε τον ψυχο-γεωγραφικό χώρο της Χρονογραμμής
2. Δώστε σαφείς οδηγίες
3. Κάντε χρήση της γεωγραφίας του χώρου
4. Ελέγξτε την οικολογία

Αγκυρώνοντας ένα Στόχο στο Μέλλον του πελάτη

1. Χαράξτε μια χρονογραμμή στο πάτωμα με τον πελάτη σας.
2. Ζητήστε από τον πελάτη σας να πατήσει στη Χρονογραμμή στο ΠΑΡΟΝ, κοιτάζοντας στο ΜΕΛΛΟΝ.
3. Ζητήστε από τον πελάτη σας να προσδιορίσει στην Χρονογραμμή, το σημείο, όπου ο στόχος θα επιτευχθεί.
4. Ζητήστε από τον πελάτη σας να βγει έξω από την Χρονογραμμή και να την πατήσει ξανά στο σημείο, στο μέλλον, όπου ο στόχος θα έχει επιτευχθεί.
5. Συνδέστε τον πελάτη σας με την εμπειρία του στόχου που έχει επιτευχθεί.
6. Ζητήστε από τον πελάτη σας να γυρίσει, προς το παρόν, και να δει τον «Εαυτό του στο Παρόν»
7. Ζητήστε από τον πελάτη σας να δώσει στον “Παρόντα Εαυτό” του μια σημαντική επίγνωση ή συμβουλή που θα προέρχεται από την σοφία της ΜΕΤΑ-θέασης.
8. Ζητήστε από τον πελάτη σας να βγει από την Χρονογραμμή, να επιστρέψει στο παρόν κοιτάζοντας προς το μέλλον.
9. Ζητήστε από τον πελάτη σας να δεχθεί την επίγνωση ή τη συμβουλή που έλαβε από τον “Μελλοντικό του Εαυτό”. Να έχετε περιέργεια για την εμπειρία του πελάτη.
10. Ρωτήστε τον πελάτη: «Ποιο είναι το επόμενο βήμα που πρέπει να γίνει ΤΩΡΑ, για την επίτευξη του Στόχου;»

Break State (Μετατόπιση της προσοχής)

Σημαίνει την αλλαγή της συναισθηματικής κατάστασης μέσω της μετατόπισης της προσοχής από ένα πράγμα σε κάποιο άλλο.

Το Break State χρησιμοποιείται επίσης για να διασπαστεί η συγκέντρωση και να ξεφύγουμε από καταστάσεις που στερούνται πόρων.

Future Pacing (Βηματισμός στο Μέλλον)

Δημιουργεί μια μελλοντική εσωτερική εικόνα ενός επιθυμητού αποτελέσματος που συμβαίνει στο μέλλον

Είναι μια τεχνική όπου ο πελάτης καλείται να φανταστεί τον εαυτό του στο μέλλον σε μια δεδομένη επιθυμητή κατάσταση.

Προκειμένου να προχωρήσουμε στο μέλλον, περιγράφουμε στον πελάτη μια αποστασιοποιημένη μελλοντική κατάσταση στην οποία το επιθυμητό αποτέλεσμα βιώνεται με επιτυχία.

Κύκλος Αριστείας

1. Προσδιορίστε τον επιθυμητό πόρο.
2. Σχεδιάστε μαζί με τον πελάτη, έναν φανταστικό κύκλο στο πάτωμα (αρκετά μεγάλο για να μπορέσει να μπει μέσα) που περιέχει τον πόρο.
3. Ρωτήστε τον πελάτη για τις υπο-αισθήσεις (τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των αισθήσεων) του πόρου μέσα στον κύκλο.
4. Ζητήστε από τον πελάτη να μπει στον κύκλο και να συνδεθεί με τον πόρο, κάνοντας χρήση των υπο-αισθήσεων. Κάντε calibration.
5. Ζητήστε από τον πελάτη να βγει από τον κύκλο και κάντε Break State .
6. Ζητήστε από τον πελάτη να μπει στον κύκλο για δεύτερη φορά, συσχετίστε τον πελάτη με την κατάσταση που παρέχει τους απαραίτητους πόρους. Κάνετε calibration.
7. Ζητήστε από τον πελάτη να βγει από τον κύκλο και κάντε Break State.
8. Ζητήστε από τον πελάτη σας να μπει στον κύκλο για τρίτη φορά και να παρατηρήσει πόσο γρήγορα μπορεί να αποκτήσει ξανά πρόσβαση σε εκείνη την κατάσταση που παρέχει τους απαραίτητους πόρους.
9. Ζητήστε από τον πελάτη σας να βγει από τον κύκλο και κάνετε Break State.
10. Ζητήστε από τον πελάτη σας να θυμηθεί μια στιγμή που χρειάστηκε αυτός ο πόρος.
11. Ζητήστε από τον πελάτη σας να μπει στον κύκλο (φέρνοντας τη μνήμη μέσα στον κύκλο) και να συνδεθεί με την κατάσταση που του παρέχει τους απαραίτητους πόρους.
12. Ζητήστε από τον πελάτη σας να βγει από τον κύκλο και κάντε Break State.
13. Ρωτήστε τον πελάτη σας : «Τι είναι διαφορετικό τώρα; Τι είναι πια εφικτό;» (Εάν υπάρχει αντίσταση, επιστρέψτε στο βήμα 1 και ανανεώστε τον πόρο).

Δημιουργήστε μια εσωτερική άγκυρα του πόρου με τον πελάτη.

- Ζητήστε από τον πελάτη σας να πάρει τον πόρο από τον κύκλο και να τον αφήσει να μετατραπεί σε ένα σύμβολο.
 - Ρωτήστε τον πελάτη σας: «Σε ποιο σημείο του σώματός σας θα θέλατε να διατηρήσετε τον πόρο;»
 - Εξασκηθείτε με τον πελάτη να τοποθετεί τον πόρο στο σώμα, να τον βγάζει, να τον απλώνει στο πάτωμα, να τον συγκεντρώνει στην παλάμη του χεριού και να τον βάζει πίσω στο σώμα.
14. Δοκιμή
 - Ζητήστε από τον πελάτη σας να σκεφτεί μια μελλοντική κατάσταση όπου θα χρειαστεί ο πόρος. Συνδέστε τον πελάτη με αυτήν την κατάσταση.
 - Ζητήστε από τον πελάτη να βγάλει το σύμβολο, να το απλώσει στο πάτωμα, να μπει στον κύκλο και να συνδεθεί με την κατάσταση που του παρέχει τους απαραίτητους πόρους.
 15. Ρωτήστε τον πελάτη: «Τι είναι τώρα εφικτό;»
 16. Ζητήστε από τον πελάτη σας να βγει έξω και να τοποθετήσει το σύμβολο πίσω στο σώμα.
 17. Future Pace – Βηματισμός στο Μέλλον.

Εργασία με Αξίες

Οι αξίες είναι οι θεμέλιοι λίθοι της ταυτότητάς μας. Είναι το DNA της προσωπικότητάς μας.

Οι αξίες αντιπροσωπεύουν όλα όσα είναι σημαντικά και απαραίτητα στη ζωή μας. Προκειμένου η αλλαγή να είναι βιώσιμη, πρέπει να ευθυγραμμίζεται με τις αξίες του ατόμου. Το σύνολο των αξιών κάθε ατόμου είναι τόσο μοναδικό όσο και τα δακτυλικά του αποτυπώματα.

Ο εγκέφαλος οργανώνει τις αξίες μας σύμφωνα με μια ιεραρχία σπουδαιότητας. Στην κορυφή θα βρούμε τις ΘΕΜΕΛΙΩΔΕΙΣ ΑΞΙΕΣ μας.

Η ανακάλυψη των αξιών είναι σαν την εξόρυξη διαμαντιών! Μερικές φορές χρειάζεται να σκάψουμε βαθιά και να καθαρίσουμε πολλή βρωμιά πριν βρούμε θησαυρό.

Αυτές οι ερωτήσεις μπορούν να βοηθήσουν στην «εξόρυξη» αξιών:

(Καθώς ο πελάτης απαντά, αναζητήστε τις αξίες που εμφανίζονται στις απαντήσεις του και αποκτήστε περιέργεια για αυτές)

- Τι θαυμάζετε στους ανθρώπους;
- Τι δεν σας αρέσει στους ανθρώπους; (Αναζητήστε τις καταπιεσμένες αξίες)
- Τι σας τρελαίνει, σας θυμώνει ή σας απογοητεύει;
- Ποια είναι τα 10 πράγματα που θα παίρνατε μαζί σας σε ένα νησί;
- Τι ΠΡΕΠΕΙ να έχετε στη ζωή σας;
- Τι λένε για εσάς οι άνθρωποι που σας αγαπούν;
- Ποιες ήταν μερικές από τις πιο δυσάρεστες στιγμές σας;
- Για ποιο πράγμα είστε περήφανοι;
- Ποια θα είναι η κληρονομιά (υστεροφημία) σας;
- Τι σας ικανοποιεί;
- Με τι έχετε εμμονή;
- Τι δεν χορταίνετε;
- Τι είναι σημαντικό για εσάς;
- Ποια είναι η καλύτερη συμβουλή που λάβατε ποτέ;
- Ποιο είναι το 5ετές όραμα για τον εαυτό σας;
- Ποιος είναι ο μελλοντικός σας εαυτός;
- Ποιος είστε όταν βρίσκεστε στα χειρότερα σας;
- Ποιος είστε όταν είστε στα καλύτερά σας;
- Τι λαμπρό υπάρχει στην αποτυχία;
- Πότε η ζωή ήταν πλούσια, γεμάτη, συναρπαστική, είχε ροή; Τι ήταν σημαντικό σε αυτή την εμπειρία; Ποιες αξίες τιμούσατε;
- Ποιο κομμάτι είναι τόσο πολύ μέρος του εαυτού σας, που δεν έχετε καν σκεφτεί να το συμπεριλάβετε σε αυτήν τη λίστα;

Θεμελιώδεις αξίες - είναι οι υψηλότερες αξίες στην ιεραρχία αξιών ενός ατόμου. Είναι οι πιο σημαντικές και πολύτιμες αξίες μας. Χωρίς αυτές δεν μπορούμε να ζήσουμε. Είναι αυτές που χρειαζόμαστε για να παραμείνουμε αληθινοί με τον εαυτό μας.

Θεμελιώδεις αξίες στο πλαίσιο του Health και Medical Coaching

1. **Αντίσταση** - Όταν μια ιατρική θεραπεία, διαδικασία ή στρατηγική έρχεται σε σύγκρουση με τις αξίες ενός ασθενούς, αυτός ο ασθενής είναι πιο πιθανό να αντισταθεί – σωματικά, συναισθηματικά και διανοητικά.
2. **Πόρος** - Όταν μια ιατρική θεραπεία, διαδικασία ή στρατηγική ευθυγραμμίζεται με τις αξίες ενός ασθενούς, μετατρέπεται σε έναν πρόσθετο πόρο θεραπείας και ενδυνάμωσης.
3. Οι αξίες του πελάτη μας εξακολουθούν να είναι παρούσες και επίκαιρες εν μέσω μιας ιατρικής κρίσης και μιας χρόνιας ασθένειας.
4. Κάθε συμπεριφορά παρακινείται από μια θετική πρόθεση. Μια θετική πρόθεση είναι μια θεμελιώδης αξία.

Οι αρχές μιας θετικής πρόθεσης/θεμελιώδους αξίας

1. Όλες οι συμπεριφορές λειτουργούν σαν μια θετική πρόθεση/θεμελιώδη αξία.
2. Η ίδια η συμπεριφορά μπορεί να είναι κοινωνικά μη αποδεκτή, αρνητική ή ακόμα και αυτοκαταστροφική.
3. Τα σωματικά συμπτώματα είναι συμπεριφορές και υπηρετούν μια θετική πρόθεση/θεμελιώδη αξία.
4. Για να βρούμε τη θετική πρόθεση/θεμελιώδη αξία πρέπει να διαφοροποιήσουμε τη «συμπεριφορά» από τον «εαυτό»
– Δεν είστε η συμπεριφορά σας.
5. Ο σκοπός εύρεσης της θετικής πρόθεσης/θεμελιώδους αξίας είναι για να δημιουργηθεί μια αλλαγή συμπεριφοράς.
6. Αν και υπάρχει συνειδητή θέληση για αλλαγή, η θετική πρόθεση/θεμελιώδης αξία της συμπεριφοράς δεν είναι συνειδητή, επομένως η αλλαγή πρέπει να λάβει χώρα σε υποσυνείδητο επίπεδο.
7. Οι θετικές προθέσεις/θεμελιώδεις αξίες συχνά επισκιάζονται από πολλαπλά επίπεδα σκέψεων.

Αποκαλύπτοντας την θετική πρόθεση/θεμελιώδη αξία πίσω από μια συμπεριφορά

Για να αποκαλύψουμε μια θετική πρόθεση, πρέπει να κάνουμε στον πελάτη μας μια σειρά από ερωτήσεις ώστε να ξεκαθαρίσουμε και να επαναπροσδιορίσουμε τα πολλαπλά στρώματα σκέψεων και πεποιθήσεων που την καλύπτουν.
Αυτή η έρευνα μπορεί να γίνει σε συνειδητό ή υποσυνείδητο επίπεδο.

Αυτή η μορφή έρευνας χρησιμοποιεί την ακόλουθη δομή:

Όταν έχετε/κάνετε το X – **Τι γίνεται δυνατόν;**

Ποιος θα έχετε γίνει;

Παράδειγμα # 1 -

Ένας πελάτης έχει περιγράψει την επιθυμία να σταματήσει να παίρνει τα φάρμακά του, ΤΩΡΑ, χωρίς να συμβουλευτεί τον γιατρό του.

E: Γιατί θέλετε να σταματήσετε να παίρνετε αυτό το φάρμακο;

A: Δεν με βοηθάει. Δεν αισθάνομαι ανακούφιση.

E: Όταν αισθάνεστε ανακούφιση, τι γίνεται δυνατόν;

A: Θα νιώθω καλύτερα.

E: Και όταν νιώσετε καλύτερα, τι θα είναι δυνατόν να συμβεί;

A: Θα είμαι εντάξει, δεν θα χρειάζεται να ανησυχώ...

E: Και όταν θα είστε εντάξει και δεν θα χρειάζεται να ανησυχείτε, τι θα είναι δυνατόν να συμβεί;

A: Έχω ήσυχο το κεφάλι μου

E: Και όταν θα έχετε το κεφάλι σας ήσυχο, τι θα είναι δυνατόν;

A: Θα μπορέσω να ζήσω μια φυσιολογική ζωή. Θα κάνω ό,τι θέλω όποτε θέλω.

E: Και όταν θα μπορείτε να ζήσετε μια φυσιολογική ζωή και να κάνετε ό,τι θέλετε όποτε θέλετε, τι θα συμβεί τότε?

A: Θα είμαι ξανά ο εαυτός μου.

E: Και όταν θα είστε ξανά ο εαυτός σας, τι θα γίνει δυνατόν;

A: Ησυχία στο Νου. (piece of mind)

Παράδειγμα # 2 -

Ένας πελάτης περιέγραψε ένα άβολο μοτίβο «εμμονικής ανησυχίας για την επιδείνωση της ασθένειας».

E: Εάν η «εμμονική ανησυχία» σας για τη χειροτέρευση είχε θετική πρόθεση, ποια θα ήταν αυτή;

A: Δεν ξέρω. Δεν έχω ιδέα. Δεν είναι βοηθητική η εμμονή και η ανησυχία. Απλά με αγχώνει.

E: Κι αν γνωρίζατε; Τι θα ήταν αυτό που θα γνωρίζατε;

A: Δεν ξέρω. Θέλω απλώς να βεβαιωθώ ότι όλα είναι εντάξει.

E: Και όταν όλα είναι πια εντάξει, τι θα είναι δυνατόν να συμβεί τότε?

A: Δεν ξέρω. Μια αίσθηση ότι όλα είναι εντάξει και τίποτα δεν πρόκειται να με αιφνιδιάσει.

E: Και όταν όλα είναι πια εντάξει και τίποτα δεν πρόκειται να σας αιφνιδιάσει τι θα είναι δυνατόν να συμβεί τότε;

A: Μπορώ να χαλαρώσω.

E: Και όταν μπορέσετε να χαλαρώσετε, τι θα είναι δυνατόν να συμβεί τότε;

A: Δεν ξέρω. Απλά ξέρω ότι θα είμαι εντάξει. Θα επιβιώσω από αυτό.

E: Και την στιγμή που θα αισθανθείτε ότι είστε εντάξει, ότι θα επιβιώσετε από αυτό, τι θα είναι δυνατόν να συμβεί τότε;

A: Σημαίνει απλώς ότι υπάρχει ελπίδα. Αυτό είναι το μόνο που θέλω. Λίγη ελπίδα.

E: Και όταν έχετε ελπίδα, τι θα είναι δυνατόν να συμβεί;

A: Έχω ακόμα χρόνο να κάνω πράγματα, πράγματα που δεν έκανα...

E: Και όταν έχετε χρόνο να κάνετε πράγματα που δεν κάνατε προηγουμένως, τι γίνεται δυνατό;

A: Μπορώ να είμαι σημαντικός, μπορώ να κάνω τη διαφορά, η ζωή μου αποκτά νόημα.

Αναπλασιώνοντας τις Αξίες

1. Προσδιορίστε την αξία που ο πελάτης αισθάνεται ότι εμποδίζει την επίτευξη των στόχων του.

Ρωτήστε τον πώς εκδηλώνεται αυτή η αξία. Ποιες είναι οι συμπεριφορές, οι σκέψεις και τα συναισθήματα που συνδέονται με αυτή την αξία;

2. Χρησιμοποιήστε τον συνημμένο πίνακα για να εξερευνήσετε περαιτέρω αυτήν την αξία (είναι σημαντικό να γράψετε τις απαντήσεις του πελάτη).

Συγκρίνοντας την ...αξία με	Ομοιότητες	Διαφορές	Διδάγματα Θετικά) (Μαθήματα
Ένα άλλο άτομο με παρόμοια αξία, σήμερα			
Ένα άλλο άτομο με διαφορετική/ αντίθετη αξία, σήμερα			
Εγώ, στο παρελθόν, με παρόμοια αξία			
Εγώ, στο παρελθόν, με διαφορετική/ αντίθετη αξία			
Εγώ, σήμερα, με παρόμοια αξία			
Εγώ, σήμερα, με διαφορετική/ αντίθετη αξία			
Εγώ, σε 10 χρόνια, στο ίδιο πλαίσιο			
Ο εαυτός μου από μια Μετα-Θέαση (στο φεγγάρι), στο ίδιο πλαίσιο			

3. Διαβάστε όλα τα διδάγματα(positive learnings) στον πελάτη και ζητήστε του να δώσει στην αξία ένα νέο, πιο κατάλληλο όνομα.

Ένα Θετικό Μάθημα (Positive Learning) είναι ένα μάθημα που δημιουργεί αυτογνωσία.

1. Θετικό
2. Προσωπικό
3. Σχετίζεται με ολόκληρη τη ζωή του πελάτη

Δύο χρήσιμες συμβουλές:

- A. Ένα θετικό μάθημα δεν μπορεί να περιλαμβάνει ένα «ρήμα» μέσα στην πρόταση .
- B. Η καλύτερη γλωσσική δομή για ένα θετικό μάθημα είναι η εξής: “Είμαι _____.”

ΝΑ ΘΥΜΑΣΤΕ

Η **θετική πρόθεση** (positive intention) και το **θετικό μάθημα** (positive Learning) είναι διαφορετικά.

Δουλεύοντας με Πεποιθήσεις και Συστήματα Πεποιθήσεων

Τι είναι η Πεποίθηση:

- **Richard Bandler και John Grinder:** Η συμπεριφορά οργανώνεται γύρω από τις πεποιθήσεις. Εφόσον μπορείτε να ταιριάξετε μια συμπεριφορά στο σύστημα πεποιθήσεων κάποιου, μπορείτε να τον κάνετε να κάνει οτιδήποτε ή να τον σταματήσετε από το να κάνει οτιδήποτε. Μια πεποίθηση τείνει να είναι πολύ πιο καθολική και κατηγορηματική από μια κατανόηση. Όταν έχεις ήδη μια πεποίθηση, δεν υπάρχει χώρος για μια νέα, εκτός αν πρώτα αποδυναμώσεις την παλαιά πεποίθηση.
- **Tony Robbins:** Συνήθως σκεφτόμαστε τις πεποιθήσεις με όρους θρησκευτικών πεποιθήσεων ή δογμάτων και αυτό ισχύει για τις περισσότερες πεποιθήσεις. Αλλά με την πιο βασική έννοια, μια πεποίθηση είναι οποιαδήποτε κατευθυντήρια αρχή, ρήση, πίστη ή πάθος που μπορεί να προσφέρει νόημα και κατεύθυνση στη ζωή. Οι πεποιθήσεις είναι τα προκαθορισμένα, οργανωμένα φίλτρα στις αντιλήψεις μας για τον κόσμο. Οι πεποιθήσεις είναι η πυξίδα και οι χάρτες που μας καθοδηγούν προς τους στόχους μας και μας δίνουν τη σιγουριά και τη βεβαιότητα να γνωρίζουμε ότι θα φτάσουμε εκεί. Ακόμη και στο επίπεδο της φυσιολογίας, οι πεποιθήσεις (συγκλίνουσες εσωτερικές αναπαραστάσεις) ελέγχουν την πραγματικότητα. Η πεποίθηση δεν είναι παρά μια συνθήκη, μια εσωτερική αναπαράσταση που διέπει τη συμπεριφορά. Οι πεποιθήσεις είναι προσχηματισμένες, προγραμματισμένες προσεγγίσεις στην αντίληψη, οι οποίες φιλτράρουν την επικοινωνία μας με τον εαυτό μας με συστηματικό τρόπο. Οι περισσότεροι άνθρωποι αντιμετωπίζουν μια πεποίθηση σαν να είναι κάτι ιδιαίτερος βαρυσήμαντο, ενώ στην πραγματικότητα είναι μονάχα ένα αίσθημα βεβαιότητας για κάτι.
- **Robert Dilts:** Οι πεποιθήσεις δεν βασίζονται απαραίτητα σε ένα λογικό πλαίσιο ιδεών. Αντιθέτως, είναι διαβόητα αδιάφορες προς τη λογική. Δεν είναι προορισμένες να συμπίπτουν με την πραγματικότητα. Εφόσον δεν ξέρεις πραγματικά τι είναι αληθινό, πρέπει να σχηματίσεις μια πεποίθηση – είναι ζήτημα πίστης.

Η Οπτική του Health και and Medical Coaching :

1. Οι πεποιθήσεις είναι αποτέλεσμα της σύνδεσης τουλάχιστον δύο εμπειριών και της δημιουργίας μιας γενίκευσης σχετικά με τη σύνδεση.
2. Οι πεποιθήσεις είναι γενικεύσεις που κάνουμε για τον εαυτό μας και τον κόσμο.
3. Οι πεποιθήσεις υπάρχουν σε συνειδητό και υποσυνείδητο επίπεδο.
4. Η ζωή μας είναι μια αντανάκλαση των πεποιθήσεών μας.
5. Οι πεποιθήσεις είναι το πλαίσιο όλων των πτυχών της ζωής μας.
6. Οι πεποιθήσεις είναι τα φίλτρα μέσα από τα οποία βλέπουμε την πραγματικότητά μας.
7. Οι πεποιθήσεις επηρεάζουν όλες τις συμπεριφορές μας.
8. Προσελκύουμε στη ζωή μας γεγονότα και ανθρώπους που ενισχύουν τις πεποιθήσεις μας.
9. Αν δεν αντιμετωπίσουμε τις πεποιθήσεις μας, οι πεποιθήσεις μας θα μας αντιμετωπίσουν μέσα από ασθένειες, άγχος, σχέσεις, θέματα χρημάτων...
10. Μια πεποίθηση είναι σαν μια επιφάνεια τραπεζιού που συγκρατείται από πολλά πόδια (Gary Craig).
11. Τα θέματα που αφορούν το Δευτερογενές κέρδος είναι μέρος του συστήματος πεποιθήσεών μας.

Αν και οι πεποιθήσεις αναπτύσσονται μέσω της έκθεσης στην εμπειρία, είναι ανθεκτικές στη λογική και τα «γεγονότα», επειδή αποτελούν τις υποκειμενικές μας αντιλήψεις για τον κόσμο.

Όταν κάποιος έχει μια συγκεκριμένη πεποίθηση, ακόμα κι αν έρθει αντιμέτωπος με ένα συμβάν/γεγονός που έρχεται σε αντίθεση με αυτή την πεποίθηση, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα το μυαλό αυτού του ατόμου να χρησιμοποιήσει αντιληπτικά φίλτρα γενίκευσης, διαγραφής και διαστρέβλωσης για να προσαρμόσει την πραγματικότητα στην πεποίθηση αντί να αμφισβητήσει ή/και να αλλάξει την ίδια την πεποίθηση.

Εάν ένα άτομο πιστεύει ότι το Χ προκαλεί το Ψ – το μυαλό του θα γενικεύσει, θα διαγράψει και θα διαστρεβλώσει τις πληροφορίες στον εγκέφαλο, έτσι ώστε η εσωτερική αναπαράσταση που παράγεται να δικαιώνει την πεποίθηση.

Τα συστήματα πεποιθήσεων είναι το μεγάλο πλαίσιο γύρω από κάθε εργασία αλλαγής που θέλουμε να κάνουμε με τους πελάτες μας.

Υπάρχουν τρεις τύποι πεποιθήσεων:

1. Πεποιθήσεις σχετικές με την Αιτία

Όταν πιστεύουμε ότι το «Χ» προκαλεί το «Ψ», η συμπεριφορά μας θα κατευθύνεται είτε προς την πραγματοποίηση του «Χ» είτε στην αποτροπή του «Χ» εάν το «Ψ» έχει αρνητικό νόημα για εμάς.

2. Πεποιθήσεις σχετικές με το Νόημα

Όταν πιστεύουμε ότι το «Χ» σημαίνει στην πραγματικότητα ότι εμείς/ο κόσμος είναι «Ψ», η συμπεριφορά μας θα είναι σύμφωνη με την πεποίθηση.

3. Πεποιθήσεις σχετικές με την Ταυτότητα

Οι πεποιθήσεις σχετικά με την ταυτότητα περιλαμβάνουν την αιτία, το νόημα και τα όρια. Όταν συμβεί το «Χ», θα ρωτήσουμε: «Τι λέει αυτό για μένα; Ποιον με κάνει;»

Παραδείγματα από συνεδρίες του Health και Medical Coaching:

1. Πεποιθήσεις σχετικές με την Αιτία

- Η ασθένειά μου είναι τιμωρία από τον Θεό.
- Είμαι άρρωστος επειδή ήμουν κακός άνθρωπος σε μια προηγούμενη ζωή.
- Είμαι άρρωστος επειδή δεν φρόντιζα καλά τον εαυτό μου.
- Είμαι άρρωστος επειδή κάπνιζα 3 πακέτα την ημέρα.

2. Πεποιθήσεις σχετικές με το Νόημα

- Είμαι άρρωστος γιατί γεννήθηκα έτσι.
- Πεθαίνω γιατί δεν υπάρχει θεραπεία για αυτή την ασθένεια.
- 1 στις 3 γυναίκες έχει αυτή τη νόσο.
- Αυτή η ασθένεια υπάρχει στα «γονίδια» της οικογένειας.

3. Πεποιθήσεις σχετικές με την Ταυτότητα

- Είμαι άρρωστος επειδή ήμουν ανεύθυνος με τη ζωή μου.
- Δεν εκτιμούσα τα καλά πράγματα στη ζωή, οπότε τώρα έχω αυτή την ασθένεια.
- Αυτή η ασθένεια είναι εδώ για να με διδάξει να αφεθώ και να είμαι ο εαυτός μου.
- Έχω μια εθιστική προσωπικότητα και γι' αυτό αρρώστησα.

Θυμηθείτε:

- Οι πεποιθήσεις πρέπει να επανεξετάζονται σε τακτική βάση.
- Οι πεποιθήσεις αποτελούν μέρος του «Λογισμικού (Software)» μας. Πρέπει να αναβαθμίζονται πότε-πότε.
- Όταν προσπαθείτε να προσδιορίσετε τις πεποιθήσεις ή/και τα συστήματα πεποιθήσεων ενός ατόμου, πρέπει να προσέχετε τις Τρεις Παγίδες (ονομάστηκαν από τον Robert Dilts):

Αντίσταση που προκαλείται από πεποιθήσεις - Οι τρεις παγίδες (Robert Dilts)

1. «Το ψάρι στα όνειρα»-(The Fish in the Dreams)

Όταν εσείς (ο Coach) βρίσκετε τεκμήρια για τις δικές σας πεποιθήσεις στα λόγια του πελάτη σας.

2. «Η Κόκκινη Ρέγγα»-(The Red Herring)

Όταν ένας πελάτης κατασκευάζει λογικές εξηγήσεις για τα συναισθήματα ή τη συμπεριφορά του, το κάνει επειδή δεν γνωρίζει τι πραγματικά τα προκαλεί.

3. «Το προπέτασμα του καπνού»-(The Smokescreen)

Όταν ένας πελάτης αρχίζει να συζητά κάτι άσχετο με τη διαδικασία ή απλά αποστασιοποιείτε από την πεποίθηση επειδή θέλει να προστατεύσει τον εαυτό του από την αλήθεια αναφορικά με την πεποίθησή του.

(Αυτό συμβαίνει συχνά όταν εργάζεστε με μια πεποίθηση σε σχέση με την ταυτότητα, που προκαλεί πόνο ή δυσαρέσκεια).

Placebo και η δύναμη των πεποιθήσεων

Τι είναι το Placebo;

«... οποιαδήποτε-συνταγογραφούμενη θεραπεία ... για τη θεραπευτική της επίδραση σε ένα σύμπτωμα ή ασθένεια, η οποία όμως στην πραγματικότητα είναι αναποτελεσματική ή δεν είναι ιδιαίτερα αποτελεσματική για το σύμπτωμα ή τη διαταραχή που θέλει να αντιμετωπίσει» ..(Shapiro, 1997)

Με άλλα λόγια, το Placebo είναι μια συμπεριφορά, η οποία δεν θα έπρεπε να έχει κανένα αποτέλεσμα – και όμως το έχει για ορισμένους ανθρώπους υπό ορισμένες συνθήκες.

Αν και το φαινόμενο Placebo είναι γνωστό εδώ και χρόνια, πολλοί εξακολουθούν να πιστεύουν ότι έχει να κάνει περισσότερο με ευσεβείς πόθους, δεισιδαιμονίες ή αδυναμία να συμβιβαστούν με την πραγματικότητα.

Η κατανόηση του φαινομένου του Placebo στο πλαίσιο μιας ιατρικής κρίσης είναι σημαντική για εμάς, ως Health και Medical Coaches, για αρκετούς λόγους:

1. Αύξηση της ευαισθητοποίησης του πελάτη σχετικά με τη σημασία της δημιουργίας αντιστοιχίας ανάμεσα στην φαρμακευτική αγωγή, τις διαδικασίες, τη θεραπεία και το εσωτερικό σύστημα πεποιθήσεών του.
2. Δημιουργία κατανόησης σχετικά με την επίδραση που έχει το εσωτερικό σύστημα πεποιθήσεων του πελάτη, στην αποτελεσματικότητα των φαρμάκων και των διαδικασιών.
3. Αξιοποίηση των θεραπευτικών επιδράσεων του Placebo σαν μια πιθανή, αβλαβή και μη επεμβατική εναλλακτική.

Το Placebo δεν λειτουργεί για όλους κάθε φορά.

Ένα αποτελεσματικό Placebo πρέπει να διαθέτει τέσσερις παράγοντες:

1. Το Placebo πρέπει να είναι αξιόπιστο (για παράδειγμα, ένα μεγάλο χάπι είναι πιο αξιόπιστο από ένα μικρό, μια ένεση είναι πιο αξιόπιστη από ένα χάπι).
2. Το Placebo αναμένεται να δώσει ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα.
3. Το Placebo είναι πιστευτό στο άτομο που το χορηγεί (αυτό αντικατοπτρίζεται στη γλώσσα και τη στάση ενισχύοντας έτσι την εμπιστοσύνη και το πρόσθετο προσδόκιμο επιτυχίας).
4. Το άτομο/αρχή που διαχειρίζεται το Placebo θεωρείται αξιόπιστο και έντιμο.

Οι πεποιθήσεις μας, καλώς ή κακώς, διαμορφώνουν την εικόνα μας για τον κόσμο και μας κάνουν να σχετιζόμαστε μαζί τους σαν να ήταν επιστημονικά γεγονότα.

Δευτερογενές κέρδος

Πλεονέκτημα ή όφελος που αποκτήθηκε μέσω μιας ασθένειας ή αναπηρίας.

Οι συμπεριφορές δευτερογενούς κέρδους δεν είναι ούτε καλές ούτε κακές από μόνες τους, είναι μια φυσιολογική αντίδραση σε μια μη φυσιολογική κατάσταση. Πρέπει να τις εξετάσουμε στο πλαίσιο του περιεχομένου τους.

Όταν εργαζόμαστε με έναν πελάτη στο Health και Medical Coaching, πρέπει πάντα να αναζητούμε την πιθανότητα ύπαρξης δευτερογενούς κέρδους.

Για να προσδιορίσουμε το Δευτερογενές Κέρδος, πρέπει να θέσουμε δύο ερωτήματα:

- *Τι κερδίζεις και τι χάνεις με το να έχεις αυτό το πρόβλημα/θέμα ;*
- *Τι κερδίζεις και τι χάνεις με το να μην έχεις αυτό το πρόβλημα/θέμα πλέον;*

Μπορούμε επίσης να χρησιμοποιήσουμε τις ερωτήσεις για το δευτερογενές κέρδος που δημιουργήθηκαν από τον Richard Flook :

- *Τι είναι εκείνο που ΚΑΝΕΙΣ και μόλις ξεπεράσεις την κατάσταση θα ΣΤΑΜΑΤΗΣΕΙΣ να κάνεις;*
- *Τι είναι εκείνο που ΔΕΝ ΚΑΝΕΙΣ και μόλις ξεπεράσεις την κατάσταση, ΘΑ ΑΡΧΙΣΕΙΣ ΝΑ ΚΑΝΕΙΣ;*

Θυμηθείτε #3: Πρέπει να είμαστε εξαιρετικά προσεκτικοί όταν ασχολούμαστε με αυτό το θέμα καθώς κάνουμε τις ερωτήσεις μας, επειδή δεν θέλουμε να νοιώσει ο πελάτης μας επιπλέον ενοχή ή ντροπή.

Οι πεποιθήσεις χωρίζονται σε δύο κατηγορίες:

- **Ενδυναμωτικές πεποιθήσεις** – Μας επιτρέπουν και μας ενθαρρύνουν να κάνουμε αλλαγές.
- **Περιοριστικές πεποιθήσεις** – Μας μπλοκάρουν και μας εμποδίζουν από το να κάνουμε αλλαγές.

Θυμηθείτε:

Όταν ένας πελάτης ενδιαφέρεται να κάνει μια αλλαγή, είναι σημαντικό να ελέγξετε μαζί του ποιες είναι οι πεποιθήσεις ή το σύστημα πεποιθήσεων γύρω από αυτήν την αλλαγή και αν υπάρχει εσωτερική ασυμφωνία. Μια εσωτερική ασυμφωνία θα οδηγήσει σε εσωτερική σύγκρουση ανάμεσα στις πεποιθήσεις.

Υπάρχουν δύο τύποι ασυμφωνίας:

1. «ΕΧΩ ΑΝΑΓΚΗ vs ΘΕΛΩ»

Αυτή η ασυμφωνία προέρχεται από δύο πηγές:

α. Το άτομο έχει κάποια σημαντικά πρότυπα που αντιπροσωπεύουν ή έχουν διαφορετικές ή αντικρουόμενες πεποιθήσεις.

β. Το άτομο είναι μπερδεμένο σχετικά με την ιεραρχία των πεποιθήσεών του.

2. «ΘΕΛΩ vs ΔΕΝ ΜΠΟΡΩ»

Αυτή η ασυμφωνία προκύπτει όταν ένα άτομο εκφράζει την επιθυμία του για αλλαγή αλλά δεν πιστεύει ότι η αλλαγή είναι δυνατή ή/και ότι του αξίζει.

Ο στόχος των Περιοριστικών Πεποιθήσεων

Μια περιοριστική πεποίθηση δημιουργείται για να λύσει την εσωτερική ασυμφωνία μεταξύ της επιθυμίας του ατόμου για αλλαγή και της έλλειψης απαντήσεων στα ερωτήματα:

«ΠΩΣ να αλλάξω;» και «ΓΙΑΤΙ δεν συμβαίνει η αλλαγή»;

Παραδείγματα:

1. Εάν ένας πελάτης δεν γνωρίζει ΠΩΣ να επιτύχει έναν στόχο, μπορεί να δημιουργήσει την πεποίθηση: «Είναι αδύνατον, να επιτευχθεί αυτός ο στόχος».
2. Εάν ένας πελάτης δεν ξέρει ΠΩΣ να αλλάξει μια συγκεκριμένη συμπεριφορά, μπορεί να δημιουργήσει την πεποίθηση: «Δεν μπορώ να το κάνω αυτό».
3. Εάν ένας πελάτης δεν γνωρίζει ΓΙΑΤΙ το σώμα του δεν ανταποκρίνεται στη θεραπεία, μπορεί να δημιουργήσει την πεποίθηση: «Αυτή η ασθένεια είναι ανίατη.» ή «Θα πεθάνω από αυτήν την ασθένεια.»
4. Εάν ένας πελάτης δεν ξέρει ΠΩΣ να θέσει όρια στα μέλη της οικογένειας ή στους επαγγελματίες υγείας, μπορεί να δημιουργήσει την πεποίθηση: «Δεν είμαι ικανός να θέσω όρια» ή «Το να θέσω όρια είναι επικίνδυνο για μένα.»

Για ν' αλλάξουμε μια περιοριστική πεποίθηση, πρέπει να απαντήσουμε στο ερώτημα «ΓΙΑΤΙ».

Μόλις έχουμε μια απάντηση, τη μεταφράζουμε σ' έναν **πόρο** και σ' ένα **σχέδιο δράσης** για τον πελάτη μας.

Προσδιορισμός Περιοριστικών Πεποιθήσεων

Υπάρχουν τρία συναισθήματα που συνδέονται με περιοριστικές πεποιθήσεις. Εντοπίζοντας αυτά τα συναισθήματα θα μπορέσουμε να εντοπίσουμε την παρουσία μιας περιοριστικής πεποίθησης:

1. **Απελπισία** – ο πελάτης δεν πιστεύει ότι ο στόχος είναι εφικτός = Περιοριστική πεποίθηση σχετική με τα αποτελέσματα
2. **Αδυναμία** – ο πελάτης δεν πιστεύει ότι μπορεί να επιτύχει τον στόχο = Περιοριστική πεποίθηση σχετική με την ικανότητα
3. **Χαμηλή αυτοεκτίμηση** – ο πελάτης δεν αισθάνεται άξιος να επιτύχει τον στόχο = Περιοριστική πεποίθηση σχετική με την ταυτότητα

Οι περιοριστικές πεποιθήσεις είναι μέρος της εσωτερικής μας πραγματικότητας και επηρεάζουν τις επιλογές, τη συμπεριφορά και τα συναισθήματά μας.

Αρχές εργασίας με Περιοριστικές Πεποιθήσεις

1. Μια περιοριστική πεποίθηση είναι μια εσωτερική συμπεριφορά. Είναι σημαντικό να θυμάστε ότι τη στιγμή που δημιουργήθηκε (συνειδητά ή ασυνείδητα) ήταν η καλύτερη στρατηγική που θα μπορούσε να δημιουργήσει ο πελάτης με τους πόρους που είχε διαθέσιμους.
2. Προκειμένου να δημιουργήσουμε βιώσιμη αλλαγή στο σύστημα πεποιθήσεων του πελάτη, πρέπει να αντικαταστήσουμε την περιοριστική πεποίθηση με μια νέα ενδυναμωτική.

Το Μοντέλο Πεποιθήσεων για την Υγεία (Health Belief Model)

Το Μοντέλο Πεποιθήσεων για την Υγεία (HBM) εξηγεί και προβλέπει συμπεριφορές που σχετίζονται με την υγεία, εστιάζοντας στις πεποιθήσεις των ατόμων σχετικά με τις απειλές για την υγεία και τα πιθανά οφέλη της ανάληψης δράσης.

Το μοντέλο περιλαμβάνει έξι βασικά στοιχεία:

1. Αντιλαμβανόμενη Ευαισθησία – η πεποίθηση του ατόμου σχετικά με τον κίνδυνο να προσβληθεί από μια συγκεκριμένη ασθένεια ή πάθηση.
2. Αντιλαμβανόμενη Σοβαρότητα – η πεποίθηση ενός ατόμου σχετικά με τη σοβαρότητα της ασθένειας και τις πιθανές ιατρικές και κλινικές συνέπειες.
3. Αντιλαμβανόμενα Οφέλη – η πεποίθηση ενός ατόμου στα πιθανά θετικά αποτελέσματα μιας συγκεκριμένης ανάληψης δράσης για την υγεία.
4. Αντιλαμβανόμενα Εμπόδια (αρνητικές πτυχές της δράσης) – η αντίληψη ενός ατόμου για τις αρνητικές πτυχές της ανάληψης μιας δράσης για την υγεία.
5. Αυτοαποτελεσματικότητα – η πεποίθηση ενός ατόμου στην ικανότητά του να εκτελέσει με επιτυχία μια συγκεκριμένη συμπεριφορά που σχετίζεται με την υγεία.
6. Ενδείξεις για Δράση – εσωτερικοί ή εξωτερικοί παράγοντες που ωθούν ένα άτομο να αντιδράσει και να αναλάβει δράση.

Ως coaches, χρησιμοποιούμε το Μοντέλο Πεποιθήσεων για την Υγεία (HBM) για να βοηθήσουμε τους πελάτες μας να κατανοήσουν τις αντιλήψεις τους για τους κινδύνους, τα οφέλη και τα εμπόδια για την υγεία, επιτρέποντάς μας να αντικαταστήσουμε αυτές τις αντιλήψεις με πεποιθήσεις που μπορούν να τους βοηθήσουν να αλλάξουν τις συμπεριφορές τους και να επιτύχουν την αλλαγή που επιθυμούν.

Εφαρμογή του Health Belief Model στο Health και Medical Coaching

- **Αξιολόγηση της Αντιλαμβανόμενης Ευαισθησίας και Σοβαρότητας** - χρήση ερωτήσεων ανοιχτού τύπου για την κατανόηση της αντίληψης του πελάτη για τον κίνδυνο ενός προβλήματος υγείας και τη σοβαρότητα των συνεπειών που μπορεί να έχει αυτό το πρόβλημα.
- **Διερεύνηση των Αντιλαμβανόμενων Οφελών** – βοηθάμε τον πελάτη να εντοπίσει τα πιθανά οφέλη και πλεονεκτήματα, καθώς και τα πιθανά θετικά αποτελέσματα της αλλαγής της συμπεριφοράς του.
- **Μείωση των Αντιλαμβανόμενων Εμποδίων** - συνεργασία με τους πελάτες για τον εντοπισμό εμποδίων που τους εμποδίζουν να αναλάβουν δράση και δημιουργία ενός σχεδίου δράσης που περιλαμβάνει σχετικούς πόρους για να τους βοηθήσει να ξεπεράσουν αυτά τα εμπόδια.
- **Ενίσχυση της Αυτοαποτελεσματικότητας** – βοηθάμε τους πελάτες να οικοδομήσουν εμπιστοσύνη στην ικανότητά τους να αναλάβουν δράση θέτοντας εφικτούς στόχους και γιορτάζοντας μικρές νίκες.
- **Υποδείξεις για Δράση** - βοηθάμε τους πελάτες να δημιουργήσουν εσωτερικά και εξωτερικά κίνητρα και εναύσματα που θα τους υποστηρίξουν να αναλάβουν δράση.

Η θεωρία της Προσχεδιασμένης Συμπεριφοράς (Theory of Planned Behavior)

Η Θεωρία της Σχεδιασμένης Συμπεριφοράς (γνωστή και ως Θεωρία της Έλλογης Δράσης) υποδηλώνει ότι την πρόθεση ενός ατόμου να εκτελέσει μια συγκεκριμένη συμπεριφορά επηρεάζουν τρεις τύποι πεποιθήσεων:

1. Συμπεριφορικές πεποιθήσεις – η στάση που έχει το άτομο απέναντι στη συγκεκριμένη συμπεριφορά
2. Κανονικές πεποιθήσεις – οι αντιλαμβανόμενες στάσεις των συνομηλίκων και των σεβαστών προσώπων (κοινωνική πίεση) απέναντι στη συμπεριφορά
3. Ελεγκτικές Πεποιθήσεις – η αντιλαμβανόμενη ικανότητα εκτέλεσης της συμπεριφοράς με ευκολία ή δυσκολία

Η Σχεδιασμένη Πρόθεση για την Εκτέλεση μιας Συμπεριφοράς (TPB) παρέχει ένα πλαίσιο για την κατανόηση του πώς οι ορθολογικές διαδικασίες σκέψης επηρεάζουν τις επιλογές. Οι συμπεριφορικές, κανονιστικές και ελεγκτικές πεποιθήσεις μας συνδυάζονται και διαμορφώνουν την πρόθεσή μας για συμπεριφορά – τη δέσμευσή μας να δράσουμε.

Μια ισχυρή πρόθεση για την εκτέλεση μιας συμπεριφοράς, καθοδηγούμενη από μια θετική στάση, υποστηρικτικούς κοινωνικούς κανόνες και υψηλό αντιλαμβανόμενο έλεγχο, οδηγεί σε μεγαλύτερη πιθανότητα εκτέλεσης της συμπεριφοράς.

Με άλλα λόγια, οι άνθρωποι είναι πιο πιθανό να δράσουν εάν έχουν θετικές στάσεις, αντιλαμβάνονται υποστήριξη από τους άλλους και πιστεύουν ότι μπορούν να εκτελέσουν με επιτυχία τη συμπεριφορά.

Εφαρμόζοντας την Θεωρία της Προσχεδιασμένης Συμπεριφοράς στο Health και Medical Coaching

Ως coaches, μπορούμε να αντιμετωπίσουμε αυτές τις τρεις πεποιθήσεις για να βοηθήσουμε τους πελάτες να ενισχύσουν τις συμπεριφορικές τους προθέσεις για την εκτέλεση μιας συγκεκριμένης ενέργειας που σχετίζεται με την υγεία:

Στάσεις

- Προσκαλώντας τον πελάτη να ενημερωθεί περισσότερο αναφορικά με τα αποτελέσματα αυτής της συμπεριφοράς.
- Εστιάζοντας στα θετικά αποτελέσματα της συμπεριφοράς.
- Προσκαλώντας τον πελάτη να εξετάσει το σύστημα πεποιθήσεών του και να εξερευνήσει περισσότερες προοπτικές.

Υποκειμενικοί Κανόνες

- Αντιμέτωπιση κοινωνικών επιρροών που επηρεάζουν την αντίληψη ενός πελάτη για το τι πιστεύουν οι συνομηλικοί του ή η οικογένειά του ότι πρέπει να κάνει.
- Ενθάρρυνση του πελάτη να επεκτείνει το υπάρχον σύστημα υποστήριξης και να εμπλέξει περισσότερα άτομα με διαφορετικές οπτικές γωνίες.
- Ενθάρρυνση του πελάτη να δημιουργήσει ένα υποστηρικτικό κοινωνικό δίκτυο ομοϊδεατών ατόμων που μπορούν να ενθαρρύνουν υγιείς συμπεριφορές.
- Πρόσκληση του πελάτη να εξετάσει το σύστημα πεποιθήσεών του και να διερευνήσει περισσότερες οπτικές γωνίες σχετικά με τους κοινωνικούς κανόνες.

Αντιλαμβανόμενος Έλεγχος Συμπεριφοράς

- Βοηθώντας τον πελάτη να βελτιώσει την αυτοπεποίθησή του στην ικανότητά του να εκτελέσει με επιτυχία τη συμπεριφορά.
- Βοηθώντας τον πελάτη να αναπτύξει δεξιότητες και στρατηγικές για να ξεπεράσει πιθανά εμπόδια και προκλήσεις.

Αυτή η θεωρία παρέχει ένα πλαίσιο για τον σχεδιασμό παρεμβάσεων coaching που είναι προσαρμοσμένες στις προσωπικές πεποιθήσεις και το κοινωνικό περιβάλλον ενός πελάτη, αυξάνοντας την πιθανότητα μακροπρόθεσμης αλλαγής συμπεριφοράς.

Το Μοντέλο Αυτορύθμισης Κοινής Λογικής (The Common Sense Model of Self-Regulatory -CSM)

Το Μοντέλο Αυτορύθμισης Κοινής Λογικής (γνωστό και ως «Μοντέλο Κοινής Λογικής» ή CSM), που αναπτύχθηκε από τον Howard Leventhal και τους συνεργάτες του, είναι ένα ευρέως χρησιμοποιούμενο θεωρητικό ψυχολογικό πλαίσιο που εξηγεί τις διαδικασίες μέσω των οποίων οι ασθενείς συνειδητοποιούν μια απειλή για την υγεία, προσανατολίζονται στις συναισθηματικές αντιδράσεις τους στην απειλή, διαμορφώνουν αντιλήψεις για την απειλή και πιθανές θεραπευτικές ενέργειες, δημιουργούν σχέδια δράσης για την αντιμετώπιση της απειλής και ενσωματώνουν συνεχή ανατροφοδότηση σχετικά με την αποτελεσματικότητα του σχεδίου δράσης και την εξέλιξη της απειλής.

Με άλλα λόγια, το μοντέλο εξηγεί πώς, τα άτομα κατασκευάζουν αντιλήψεις για την απειλή/ασθένειά τους για την υγεία τους, με βάση γνωστικές και συναισθηματικές αναπαραστάσεις της κατάστασής τους, και διαχειρίζονται τις σκέψεις, τα συναισθήματα και τις συμπεριφορές τους για να επιτύχουν τους στόχους υγείας τους.

Το μοντέλο προτείνει ότι τα άτομα πρέπει να αναπτύξουν μια «κοινή λογική» για να κατανοήσουν την απειλή για την υγεία τους, βασισμένη σε έξι διαστάσεις (πέντε γνωστικές διαστάσεις και μία συναισθηματική διάσταση):

- **Ταυτότητα:** Η ετικέτα ή το όνομα που δίνεται στην πάθηση, συμπεριλαμβανομένων των συμπτωμάτων και των σημείων που σχετίζονται με αυτήν.
- **Χρονοδιάγραμμα:** Η πεποίθηση σχετικά με τη διάρκεια της ασθένειας, όπως εάν είναι οξεία, χρόνια, επαναλαμβανόμενη ή τελικού σταδίου.
- **Συνέπειες:** Ο αντιλαμβανόμενος σωματικός, κοινωνικός και οικονομικός αντίκτυπος της πάθησης.
- **Αιτία:** Η πεποίθηση σχετικά με το τι προκάλεσε την πάθηση.
- **Έλεγχος/Θεραπεία:** Η αντίληψη για το εάν η πάθηση μπορεί να θεραπευτεί ή να ελεγχθεί, είτε από τον ίδιο τον ασθενή είτε μέσω ιατρικής παρέμβασης.
- **Συναισθήματα:** Τα συναισθήματα που προκαλεί η πάθηση, όπως φόβος, άγχος ή θυμός.
- και αλληλεπιδρά με τις γνωστικές πεποιθήσεις.

Αυτές οι διαστάσεις καθοδηγούν τις ενέργειες αντιμετώπισης, οι οποίες στη συνέχεια εκτιμώνται και αξιολογούνται για να επικαιροποιήσουν τις μελλοντικές πεποιθήσεις και συμπεριφορές.

Παράδειγμα:

Ένα άτομο με πονοκέφαλο, χωρίς να εμφανίζει πρόσθετα συμπτώματα.

- **Ταυτότητα:**

Το άτομο χαρακτηρίζει τον πονοκέφαλο ως «κανονικό πονοκέφαλο» και αναγνωρίζει ότι αυτό είναι κάτι που συμβαίνει περιστασιακά.

- **Χρονοδιάγραμμα:**

Το άτομο πιστεύει ότι δεν είναι απειλητικός και επιλέγει να πάρει ένα ήπιο παυσίπονο και να περιμένει 30 λεπτά.

- **Συνέπειες:**

Το άτομο αντιλαμβάνεται τις συνέπειες ως ήσσονος σημασίας—ίσως λίγη δυσφορία ενώ περιμένει να υποχωρήσει ο πόνος.

- **Αιτία:**

Το άτομο πιστεύει ότι ο πονοκέφαλος προκλήθηκε από έναν κοινό παράγοντα, όπως η ήπια αφυδάτωση.

- **Έλεγχος/Θεραπεία:**

Το άτομο πιστεύει ότι μπορεί να τον διαχειριστεί με απλές ενέργειες, όπως η λήψη ενός ήπιου παυσίπονου και η κατανάλωση υγρών.

- **Συναισθήματα:** Το άτομο αισθάνεται σίγουρο ότι οι ενέργειες αυτές θα επιλύσουν την προσωρινή δυσφορία.

Μετά από 30 λεπτά, το άτομο αξιολογεί την κατάσταση.

Σενάριο Α:

Εάν τα συμπτώματα υποχωρήσουν, η στρατηγική λήψης ενός ήπιου παυσίπονου, κατανάλωσης περισσότερων υγρών και αναμονής 30 λεπτών αξιολογείται ως αποτελεσματική, οδηγώντας το άτομο να επιβεβαιώσει την αρχική του πεποίθηση ότι επρόκειτο για ήπιο πονοκέφαλο. Η εμπειρία θα ενισχύσει περαιτέρω την εσωτερική αναπαράσταση του ατόμου για έναν ήπιο πονοκέφαλο και τη σχετική επιτυχημένη στρατηγική αντιμετώπισης.

Σενάριο Β:

Εάν τα συμπτώματα επιμένουν, η στρατηγική λήψης ενός ήπιου παυσίπονου, κατανάλωσης περισσότερων υγρών και αναμονής 30 λεπτών αξιολογείται ως αναποτελεσματική, ωθώντας το άτομο να τροποποιήσει και να αναβαθμίσει την αρχική στρατηγική.

• **Ταυτότητα:**

Το άτομο χαρακτηρίζει τον πονοκέφαλο ως «μέτριο πονοκέφαλο» και αναγνωρίζει ότι αυτό είναι κάτι που συμβαίνει περιστασιακά.

• **Χρονοδιαγραμμα:**

Το άτομο πιστεύει ότι δεν έδωσε στο φάρμακο αρκετό χρόνο για να δράσει, δεν περίμενε αρκετά για να δράσει και ότι υπάρχουν πρόσθετοι ελαφρυντικοί παράγοντες όπως η μέτρια αφυδάτωση και το άγχος.

• **Συνέπειες:**

Το άτομο επιλέγει να περιμένει άλλη μια ώρα και προχωρά στην κατανάλωση περισσότερων υγρών και στην εκτέλεση ασκήσεων αναπνοής.

• **Αιτία:**

Το άτομο πιστεύει ότι ένας συνδυασμός μέτριας αφυδάτωσης και άγχους προκάλεσε τον πονοκέφαλο.

• **Έλεγχος/Θεραπεία:**

Το άτομο πιστεύει ότι μπορεί να τον διαχειριστεί με επιπλέον λήψη υγρών, τεχνικές διαχείρισης άγχους και επιπλέον αναμονή.

• **Συναίσθημα:** Το άτομο αισθάνεται ενοχλημένο αλλά εξακολουθεί να είναι σίγουρο ότι οι ενέργειες θα επιλύσουν την προσωρινή ενόχληση.

Μία ώρα αργότερα, το άτομο αξιολογεί την κατάσταση.

Σενάριο Α: Εάν τα συμπτώματα υποχωρήσουν, η στρατηγική αξιολογείται ως αποτελεσματική, οδηγώντας το άτομο να επιβεβαιώσει την αρχική του πεποίθηση ότι επρόκειτο για μέτριο πονοκέφαλο που προκλήθηκε από αφυδάτωση και στρες. Η εμπειρία θα ενισχύσει περαιτέρω την εσωτερική αναπαράσταση του ατόμου για μέτριο πονοκέφαλο και τη σχετική επιτυχημένη στρατηγική αντιμετώπισης.

Σενάριο Β: Εάν τα συμπτώματα επιμένουν, η στρατηγική αξιολογείται ως αναποτελεσματική, ωθώντας το άτομο να την τροποποιήσει και να την αναβαθμίσει.

Εάν, μετά από αρκετές αξιολογήσεις όπου η στρατηγική αντιμετώπισης έχει αναβαθμισθεί, εφαρμοστεί και κριθεί αναποτελεσματική στη μείωση των συμπτωμάτων πονοκεφάλου, το άτομο μπορεί να συμπεράνει ότι η εσωτερική του αναπαράσταση για τον πονοκέφαλο ήταν αρχικά λανθασμένη. Στη συνέχεια, μπορεί να επιδιώξει να την αναβαθμίσει αναζητώντας άλλα πρότυπα ασθένειας που ταιριάζουν με την αναπαράσταση.

Αυτό, με τη σειρά του, μπορεί να τον οδηγήσει στην αναζήτηση μιας εναλλακτικής διαδικασίας αντιμετώπισης για την αντιμετώπιση μιας απειλής για την υγεία της οποίας η αιτία είναι αβέβαιη, όπως η αναζήτηση ιατρικής βοήθειας.

Οι αξιολογήσεις είναι δυναμική ανατροφοδότηση που επιτρέπει την αναβάθμιση των εσωτερικών αναπαραστάσεων και των στρατηγικών αντιμετώπισης.

Η διαδικασία coaching υποστηρίζει τον πελάτη στη δημιουργία σαφήνειας γύρω από κάθε διάσταση, στη δόμηση μιας συνεκτικής διαδικασίας αξιολόγησης και στην αναβάθμιση της στρατηγικής.

Αντικαθιστώντας μια πεποίθηση

Η διαδικασία αντικατάστασης μιας περιοριστικής πεποίθησης έχει 3 στάδια:

Στάδιο 1 – Απελευθέρωση της παλιάς περιοριστικής πεποίθησης

Στάδιο 2 – Εύρεση μιας νέας ενδυναμωτικής πεποίθησης

Στάδιο 3 – Αγκύρωση της νέας ενδυναμωτικής πεποίθησης

Στάδιο 1 – Απελευθέρωση της παλιάς περιοριστικής πεποίθησης

Η Πεποίθηση: _____

Πού βρίσκεται στο σώμα μου; (Πού τη νιώθω στο σώμα μου;) _____

Πώς επηρεάζει τη ζωή και την υγεία μου σήμερα; _____

Ποια είναι η πηγή (ιστορία) αυτής της πεποίθησης; _____

Ποιος είναι ο λόγος που έχω αυτή την πεποίθηση; _____

Πώς γνωρίζω ότι είναι αληθινή; _____

Τι λέει αυτή η πεποίθηση για μένα; _____

Γνωρίζω ανθρώπους που έχουν διαφορετική πεποίθηση για το ίδιο θέμα; Ποια είναι αυτή η πεποίθηση;

Τι κάνω τώρα, που θα ΣΤΑΜΑΤΗΣΩ να το κάνω μόλις αλλάξω την πεποίθηση;

Τι ΔΕΝ κάνω τώρα, και θα ΑΡΧΙΣΩ να κάνω μόλις αλλάξω την πεποίθηση;

Στάδιο 2 – Εύρεση μιας νέας Ενδυναμωτικής Πεποίθησης

Η νέα πεποίθηση: _____
(Βεβαιωθείτε ότι είναι ρεαλιστική και ευθυγραμμισμένη με τις αξίες σας)

Πού θέλω να την τοποθετήσω μέσα στο σώμα μου; _____

Τι αντίκτυπο θα έχει στη ζωή και την υγεία μου μόλις αρχίσω να πιστεύω σε αυτήν; (γράψτε σαν να συμβαίνει τώρα) _____

Για ποιο λόγο θέλω να πιστέψω σε αυτήν την ενδυναμωτική πεποίθηση; _____

Τι ενέργειες θα κάνω όταν πιστέψω σε αυτή τη νέα πεποίθηση; _____

Ποια αξία θα τιμήσω όταν πιστέψω σε αυτή τη νέα πεποίθηση; _____

Πώς θα είμαι όταν θα έχω αποκτήσει αυτήν τη νέα πεποίθηση; _____

Στάδιο 3 – Αγκύρωση της νέας ενδυναμωτικής πεποίθησης

Αγκυρώστε τη νέα πεποίθηση χρησιμοποιώντας μία από τις τρεις τεχνικές αγκύρωσης που διδαχθήκατε.

Πυρηνικές (Θεμελιώδεις) Πεποιθήσεις

Οι πυρηνικές πεποιθήσεις είναι θεμελιώδεις πεποιθήσεις που βρίσκονται στην πηγή του συστήματος πεποιθήσεών μας.

Δημιουργούνται μεταξύ της γέννησης και της ηλικίας των πέντε ετών όταν η διαδικασία της μάθησής μας είναι σε μεγάλο βαθμό ασυνείδητη.

Οι Θεμελιώδεις πεποιθήσεις μπορεί να είναι ενδυναμωτικές ή περιοριστικές.

Προκειμένου να αποκαλύψουμε μια θεμελιώδη περιοριστική πεποίθηση, πρέπει να θέσουμε μια σειρά ερωτήσεων για να ξεκαθαρίσουμε και να επαναπροσδιορίσουμε τα πολλαπλά επίπεδα σκέψεων και πεποιθήσεων που την καλύπτουν.

Αυτή η έρευνα μπορεί να γίνει σε συνειδητό ή σε υποσυνείδητο επίπεδο.

Η μορφή της έρευνας έχει παρόμοια δομή με την έρευνα θετικής πρόθεσης, αλλά χρησιμοποιεί τις ακόλουθες ερωτήσεις:

Όταν έχετε/κάνετε το Χ – Τι επικίνδυνο υπάρχει σε αυτό?

Ποιο είναι το χειρότερο που μπορεί να σας συμβεί?

Τραύμα και δημιουργία πεποιθήσεων

Ένα τραυματικό γεγονός μπορεί να οδηγήσει σε πεποιθήσεις σχετικά με την αιτία, το νόημα ή την ταυτότητα. Στην Ενότητα 3, θα μάθετε για τα τραυματικά γεγονότα.

Πρωταρχικές Κατευθυντήριες Γραμμές του Ασυνείδητου Νου

1. Αποθηκεύει μνήμες (χρονικές - σε σχέση με το χρόνο και μη-χρονικές - πέρα από το χρόνο).
2. Οργανώνει όλες τις αναμνήσεις μας.
3. Καταστέλλει αναμνήσεις που σχετίζονται με άλυτα «αρνητικά» συναισθήματα.
4. Παρουσιάζει απωθημένες αναμνήσεις για επίλυση (ώστε να εκλογικευτούν και να απελευθερωθούν συναισθήματα).
5. Μπορεί με στόχο την προστασία να διατηρήσει καταπιεσμένο ένα συναίσθημα .
6. Διατρέχει το σώμα (και έχει το σχέδιο -blueprint- της τέλει υγείας).
7. Κρατάει το υψηλό μας ήθος (το ήθος που διδαχτήκαμε και αποδεχτήκαμε).
8. Παράγει, αποθηκεύει, διανέμει και μεταδίδει «ενέργεια».
9. Διατηρεί ένστικτα και δημιουργεί συνήθειες.
10. Χρειάζεται επανάληψη μέχρι να δημιουργηθεί μια συνήθεια.
11. Είναι συμβολικός (χρησιμοποιεί και ανταποκρίνεται σε σύμβολα).
12. Παίρνει τα πάντα προσωπικά (η αντίληψη είναι προβολή).
13. Λειτουργεί με βάση την αρχή της «ελάχιστης προσπάθειας» (πορεία ελάχιστης αντίστασης).
14. Δεν επεξεργάζεται τα αρνητικά.

Ο ασυνείδητος νους είναι σαν πιλότος.

Έχει κατευθύνσεις, προορισμό και δίνει οδηγίες που βασίζονται στο μεταβαλλόμενο περιβάλλον.

Χαλάρωση - 1 έως 4

Υπάρχουν πολλοί τρόποι και τεχνικές για να βοηθήσετε κάποιον να μπει σε μια κατάσταση χαλάρωσης.

Αυτή η τεχνική ονομάζεται «1 έως 4». Η αρχή της είναι η μετάβαση από δηλώσεις αναφορικά με την δεδομένη εξωτερική πραγματικότητα σε δηλώσεις που αφορούν μια επιθυμητή εσωτερική πραγματικότητα.

«Μοιάζει» ως εξής:



Παραδείγματα για δηλώσεις σχετικά με τη δεδομένη εξωτερική πραγματικότητα

- Πάρτε μια βαθιά ανάσα και παρατηρήστε την αίσθηση καθώς εισπνέετε και εκπνέετε...
- Παρατηρήστε ότι τα πόδια σας είναι στο πάτωμα...
- Παρατηρήστε ότι τα χέρια σας είναι στο...
- Μπορεί να παρατηρήσετε τον ήχο του (X) αυτή τη στιγμή...
- Μπορείτε να ακούσετε τη φωνή μου...
- Κάθεστε στο δωμάτιο μαζί μου...
- Η καρέκλα κρατάει το βάρος σας...
- Παρατηρήστε αν είστε άνετα και αν όχι, μπορείτε να αλλάξετε τον τρόπο που κάθεστε...

Παραδείγματα για δηλώσεις σχετικά με μια επιθυμητή εσωτερική πραγματικότητα

- Καθώς αναπνέετε, παρατηρήστε το σημείο χαλάρωσης στο σώμα σας...
- Το υποσυνείδητό σας ξέρει πώς να επιτρέψει τη χαλάρωση με τον ακριβή τρόπο που λειτουργεί για εσάς ...
- Καθώς εισπνέετε, νιώστε τη χαλάρωση να επεκτείνεται στο σώμα σας...
- Καθώς εκπνέετε επιτρέψτε στο σώμα σας να απελευθερώσει σκέψεις και ένταση...
- Παρατηρήστε πώς με κάθε αναπνοή χαλαρώνετε όλο και περισσότερο...
- Μπορεί να παρατηρείτε σκέψεις που έρχονται στο νού, απλά αφήστε τες τώρα να φύγουν...
- Μπορείτε να παρατηρήσετε τον τρόπο με τον οποίο η χαλάρωση ακολουθεί τη φωνή μου...
- Μπορείτε να παρατηρήσετε τον τρόπο με τον οποίο το σώμα σας γίνεται όλο και πιο χαλαρό...

Δημιουργία Εσωτερικής Συμφωνίας και Συνοχή – Εργασία με Εσωτερικά μέρη/Αναπαραστάσεις

Θεραπεία των «εσωτερικών μερών» (Parts Therapy)

Η ιδέα της εργασίας με τα εσωτερικά μέρη βασίζεται εν μέρει σε μια συστημική προσέγγιση και εν μέρει στη Θεραπεία των εσωτερικών μερών, η οποία υποστηρίζει ότι η προσωπικότητά μας αποτελείται από διάφορα μέρη/κομμάτια. Τα μέρη είναι πτυχές του υποσυνείδητου, καθεμία με τις αντίστοιχες «δουλειές» ή λειτουργίες της.

Υπάρχουν πολλές παραλλαγές αυτής της έννοιας, σχεδόν τόσες όσο και ο αριθμός των θεραπευτών που εργάζονται με αυτή τη θεωρία.

Ένα «Μέρος» μπορεί να είναι οποιαδήποτε εκδήλωση οποιασδήποτε πτυχής των εσωτερικών μας χαρτών.

Χρησιμοποιούμε τον όρο «Εσωτερικό Μέρος/κομμάτι» για να περιγράψουμε μια «Συμπεριφορά».

Ένα «Εσωτερικό μέρος»/«Συμπεριφορά» μπορεί να είναι:

- Μια σωματική συμπεριφορά
- Ένα συναίσθημα
- Μια σκέψη
- Ένα μοτίβο σκέψης
- Μια αξία
- Μια πεποίθηση
- Ένα σύστημα πεποιθήσεων
- Ένας πόρος
- Ένας εθισμός
- Μια συνήθεια
- Μια τάση
- Μια ασθένεια
- Ένα όργανο του σώματος

Ορισμένα εσωτερικά μέρη/κομμάτια υπάρχουν σε συνειδητό επίπεδο και άλλα σε ασυνείδητο επίπεδο. Τα μέρη/κομμάτια μας είναι αυτά που συνθέτουν την νοητική-ψυχική μας κατάσταση, την ύπαρξή μας, τις επιλογές μας και καθορίζουν τη συμπεριφορά μας.

Ως Health και Medical Coaches, δημιουργούμε έναν διάλογο με τα «εσωτερικά μέρη/κομμάτια» του πελάτη μας προκειμένου να επιλύσουμε συγκρούσεις, να επικαιροποιήσουμε πεποιθήσεις και αξίες, να δημιουργήσουμε καινούριες συμπεριφορές, να θεραπεύσουμε τραύματα και να κάνουμε άγκυρες για να εδραιώσουμε την σύνδεση με πόρους (resources).

‘Συζήτηση με Μέρη’ – Βασική τεχνική

Αυτή η τεχνική είναι η βάση για όλη τη δουλειά που κάνουμε, χρησιμοποιώντας την θεωρία των «Εσωτερικών Μερών/Κομματιών».

Η βασική τεχνική της «Συζήτησης με τα Κομμάτια» αφορά στη δημιουργία ενός διαλόγου με το συγκεκριμένο κομμάτι που ευθύνεται για μια ανεπιθύμητη συμπεριφορά, ώστε να βρεθεί η θετική πρόθεση και στη συνέχεια να αλλάξει και η συμπεριφορά.

«Συνομιλώνοντας με τα (Εσωτερικά) Κομμάτια/ Μέρη»

1. Προσδιορίστε, με τον πελάτη, μια συγκεκριμένη συμπεριφορά που δεν τον εξυπηρετεί.
2. Οδηγήστε τον πελάτη σας σε μια κατάσταση χαλάρωσης.
3. Ζητήστε την άδεια του πελάτη για να μιλήσετε με τον υποσυνείδητο του.
4. Ζητήστε την άδεια του υποσυνείδητου του για να μιλήσετε με το κομμάτι που ευθύνεται για την συγκεκριμένη συμπεριφορά.
5. Ευχαριστήστε το κομμάτι που συμφώνησε να μιλήσει μαζί σας.
6. Εξηγήστε στο κομμάτι την έννοια της Θετικής Πρόθεσης.
7. Εκμαιεύστε τη θετική πρόθεση από το κομμάτι.
Ρωτήστε το κομμάτι: «Ποιο είναι το θετικό πράγμα που θέλεις για τον πελάτη;»
8. Αφού αποκαλύψετε τη Θετική Πρόθεση, καθρεφτίστε στο κομμάτι το χάσμα ανάμεσα στην πρόθεση και την πραγματική συμπεριφορά.
9. Ζητήστε από το κομμάτι την άδεια για να αλλάξετε τη συμπεριφορά και να κάνετε μια συμφωνία.
Η συμφωνία:
Το κομμάτι, θα γίνει ο θεματοφύλακας της Θετικής Πρόθεσης και θα απελευθερώσει την παλιά συμπεριφορά.
Ο Coach θα βοηθήσει τον πελάτη να βρει μια νέα συμπεριφορά ευθυγραμμισμένη με τη Θετική Πρόθεση.
10. Ευχαριστήστε το κομμάτι για τη συνεργασία του.
11. Ελέγξτε την οικολογία:
Ρωτήστε το υποσυνείδητο του πελάτη εάν υπάρχει άλλο κομμάτι που αντιτίθεται στη συμφωνία. Εάν υπάρχει κάποιο κομμάτι που φέρνει αντιρρήσεις, επιστρέψτε στο βήμα 4.

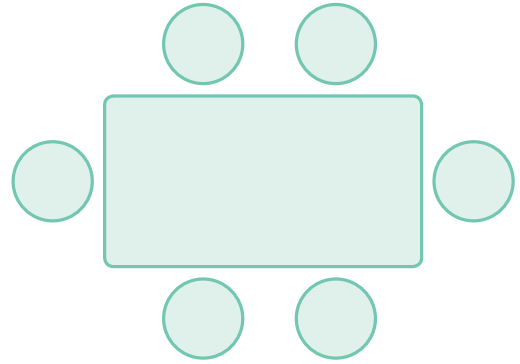
Εάν όχι, συνεχίστε τη διαδικασία.
12. Βγάλτε τον πελάτη σας από τη κατάσταση χαλάρωσης, ενημερώστε τον/την για τη διαδικασία και παρουσιάστε τη συμφωνία με το κομμάτι.

Είναι σημαντικό να θυμάστε:

1. Διατηρήστε σεβασμό στον τόνο της φωνής και στον τρόπο που απευθύνεστε στο κομμάτι.
2. Χρησιμοποιήστε τα λόγια, τις περιγραφές και τις μεταφορές του πελάτη σας.
3. ΜΗΝ αναλύετε το μέρος ή/και τη συμπεριφορά.
4. Καταγράψτε όλες τις λεπτομέρειες της συμφωνίας και δώστε ένα αντίγραφο στον πελάτη σας.

Πάρτυ με τα εσωτερικά μέρη/κομμάτια (Parts party)

1. Καθορίστε τη γλώσσα για τη διαδικασία (παρουσιάστε το τραπέζι και τις καρέκλες).
2. Οδηγήστε τον πελάτη σε κατάσταση χαλάρωσης.
3. Ζητήστε από τον πελάτη να πάει νοητά σε ένα ασφαλές και όμορφο μέρος. Τοποθετήστε το τραπέζι και τις καρέκλες εκεί.
4. Ζητήστε από τον πελάτη σας να προσκαλέσει στο τραπέζι **2** μέρη/κομμάτια που αγαπά και να τα καθίσει στο τραπέζι. Καλωσορίστε τα.
5. Ζητήστε από τον πελάτη να προσκαλέσει στο τραπέζι **2** μέρη/κομμάτια του που εκφράζει συχνά **-είναι** πρακτικά (**practical parts**) και να τα καθίσει στο τραπέζι. Καλωσορίστε τα και ζητήστε από αυτά να συστηθούν στους υπόλοιπους επισκέπτες.
6. Ζητήστε από τον πελάτη να προσκαλέσει στο τραπέζι **2** μέρη/κομμάτια που δεν του αρέσουν και να τα καθίσει στο τραπέζι. Καλωσορίστε τα και ζητήστε τους να συστηθούν στους υπόλοιπους καλεσμένους.
7. Ρωτήστε τα μέρη/κομμάτια: «Ποιο από εσάς αισθάνεται λιγότερο κατανοητό;»
 - Εκμαιεύστε τη θετική πρόθεση του κομματιού.
 - Ρωτήστε τους υπόλοιπους καλεσμένους εάν το δώρο της θετικής πρόθεσης είναι αποδεκτό δώρο για τον πελάτη.
 - Εάν υπάρχει αντίσταση εξηγήστε τη διαφορά μεταξύ μιας συμπεριφοράς και μιας θετικής πρόθεσης. Εάν υπάρχει αντίσταση από ένα νέο μέρος, εκμαιεύστε τη θετική του πρόθεση και βεβαιωθείτε ότι είναι αποδεκτό από τους άλλους καλεσμένους.
8. Επαναλάβετε το βήμα 7 για όλα τα κομμάτια.
9. Δώστε εντολή στον πελάτη: «Κοίταξε όλα τα δώρα πάνω στο τραπέζι.» (ονομάστε τα).
«Καθώς βλέπεις το τραπέζι να ξεθωριάζει, μπες στο κέντρο του κύκλου και νιώσε με ποιον τρόπο αυτά τα δώρα μπαίνουν στο σώμα σου» (συνεχίστε να επαναλαμβάνετε τα ονόματα των δώρων). Κάντε Άγκυρες στην καρδιά, στον εγκέφαλο, την κοιλιά και στο όργανο που επιλέξει ο πελάτης. Επιτρέψτε την αφομοίωση.
10. Βγάλτε τον πελάτη από την κατάσταση χαλάρωσης και κάντε βήματα στο μέλλον (future pace).



Σχέσεις

Όλοι έχουμε σχέσεις στη ζωή μας.

Έχουμε σχέση με τον εαυτό μας, το παρελθόν μας, το μέλλον μας, το σώμα μας, τα όργανά μας, την οικογένειά μας, τους φίλους μας (παλαιούς και νέους), τους γείτονές μας (παλαιούς και νέους), τους συναδέλφους μας (παλαιούς και νέους), τους εραστές μας (παλαιούς και νέους), τα σπίτια μας, τα αυτοκίνητά μας, τα «πράγματα» μας, τα χρήματά μας, τη θρησκεία μας, τον θεό μας, την κυβέρνηση μας... Εν ολίγοις είμαστε σε μια συνεχή σχέση με τα πάντα μέσα μας και γύρω μας.

Οι πελάτες στο Health και Medical Coaching clients έχουν επιπλέον πέντε μοναδικές σχέσεις:

1. Σχέση με την ασθένειά τους.
2. Σχέση με τη θεραπεία τους.
3. Σχέση με όσους τους παρέχουν υγειονομική περίθαλψη.
4. Σχέση με τους φροντιστές τους.
5. Σχέση με το Ιατρικό Σύστημα.

Για ορισμένους πελάτες η σχέση με την ασθένεια είναι μέρος της σχέσης με το σώμα και αντίστροφα. Για άλλους πρόκειται για δύο ξεχωριστές σχέσεις που είτε είναι εντελώς αποσυνδεδεμένες είτε έχουν κάποια μορφή διαλόγου και επιρροής μεταξύ τους.

Ως Health και Medical Coaches, ακούμε την αφήγηση του πελάτη για να κατανοήσουμε τη φύση αυτών των σχέσεων.

Ακούμε για:

- Την δυναμική των σχέσεων. Υπάρχει διάλογος; Ποια είναι η φύση του διαλόγου; Υπάρχει αποσύνδεση; Ποια είναι η φύση της αποσύνδεσης;
- Την ύπαρξη συναισθηματικής τοξικότητας. Η συναισθηματική τοξικότητα κάνει στο μυαλό και στο πνεύμα ό,τι η χημική τοξικότητα κάνει στη σάρκα – πονάει, πληγώνει και δηλητηριάζει.
- Την ύπαρξη κακοποίησης ή παραμέλησης σε συναισθηματικό ή σωματικό επίπεδο.
- Πρόκειται για μια ενδυναμωτική ή αποδυναμωτική σχέση;
- Είναι η σχέση ευθυγραμμισμένη με τις αξίες και το σύστημα πεποιθήσεων του πελάτη;

Δεδομένου ότι κάνουμε coaching μόνο σε 1 άτομο από αυτές τις σχέσεις - στον πελάτη μας, εστιάζουμε στην αλλαγή οπτικής, στο χτίσιμο συναισθηματικής ευκινησίας, στην αύξηση της ανθεκτικότητας και στη δημιουργία νέων στρατηγικών που θα επιτρέψουν στον πελάτη μας να διαχειριστεί αυτές τις σχέσεις με ενδυναμωμένο τρόπο, με σεβασμό και με αξιοπρέπεια.

Ένα από τα κύρια εργαλεία που χρησιμοποιούμε στο πλαίσιο των σχέσεων είναι οι Αντιληπτικές Θέσεις (Perceptual Positions).

Οι αντιληπτικές θέσεις είναι μια άλλη παραλλαγή της Θεραπείας των Κομματιών (Parts Therapy).

Υπάρχουν τέσσερις Αντιληπτικές Θέσεις (Perceptual Positions):

Πρώτη Θέση («ο Εαυτός μου») – Βιώνω τον κόσμο από τη δική μου προσωπική οπτική.

Βλέπω και ακούω άλλους ανθρώπους και τον κόσμο γύρω μου από τη δική μου οπτική γωνία, έχω τα δικά μου συναισθήματα κ.λπ. Αυτό επίσης ονομάζεται ταύτιση (association).

Δεύτερη Θέση («ο Άλλος») - Βιώνω τον κόσμο από ή μέσα από την οπτική ενός άλλου ατόμου.

Βλέπω, ακούω, ανακαλώ πράγματα και ακούω γεγονότα από την οπτική γωνία ενός άλλου ατόμου, Δεν γίνομαι αυτό το άλλο άτομο, αλλά βιώνω την εμπειρία τού να είμαι αυτό το άτομο σε συγκεκριμένο πλαίσιο, σαν να μπήκα περιστασιακά «στα παπούτσια του».

Τρίτη Θέση («ο Παρατηρητής») – Βιώνω τον κόσμο απ' έξω, ως παρατηρητής.

Παρατηρώ τον εαυτό μου και σε όποια κατάσταση βρίσκομαι απ' έξω, κοιτάζω μέσα, σαν να βλέπω κάποιον άλλο. Αυτό επίσης ονομάζεται αποστασιοποίηση (disassociation).

Τέταρτη Θέση («Εμείς») - Βιώνω τον κόσμο από μια συλλογική προοπτική.

Παρατηρώ τον εαυτό μου και σε όποια κατάσταση κι αν βρίσκομαι ως μέρος μιας ευρύτερης ομάδας που έχει ξεχωριστή ταυτότητα και οπτική σαν να είμαι ένα μέρος σε μια μεγάλη ομάδα.

Κάθε μία από τις Αντιληπτικές Θέσεις μπορεί να βιωθεί από μια κατάσταση ταύτισης ή αποστασιοποίησης:

	Ταύτιση	Αποστασιοποίηση	Κολλημένος- Stuck	Σημειώσεις
Πρώτη θέση ("Εαυτός")	<p>Βλέπω μέσα από τα μάτια μου, Ακούω μέσα από τα αυτιά μου και νιώθω τις δικές μου αισθήσεις και συναισθήματα.</p> <p>Γνωρίζω τις πεποιθήσεις, τις αξίες, τις επιθυμίες και τα όριά μου.</p> <p>Είμαι διεκδικητικός και εκφράζομαι αυθεντικά.</p>	<p>Βλέπω μέσα από τα μάτια μου, ακούω μέσα από τα αυτιά μου, αλλά δεν είμαι συνδεδεμένος με τις δικές μου αισθήσεις και συναισθήματα.</p> <p>Οι πεποιθήσεις, οι αξίες, οι επιθυμίες και τα όριά μου δεν είναι ξεκάθαρα για μένα.</p> <p>Δυσκολεύομαι να καταλάβω πλήρως το νόημα αυτού που βιώνω.</p>	<p>Η μόνη μου εστίαση επικεντρώνεται στους υπάρχοντες χάρτες μου.</p> <p>Γνωρίζω μόνο τα συναισθήματα και τις προσωπικές μου ανάγκες.</p>	<p>Η Πρώτη Θέση είναι η βάση από όπου ξεκινάμε και εξερευνούμε τις άλλες Αντιληπτικές Θέσεις.</p> <p>Όταν φέρουμε πληροφορίες από άλλες Αντιληπτικές Θέσεις πίσω στην πρώτη θέση, επεκτείνουμε την επίγνωσή μας σε αυτήν τη θέση.</p>
Δεύτερη θέση ("Άλλος")	<p>Βλέπω, ακούω και αισθάνομαι από τη δική σας οπτική γωνία.</p> <p>Γνωρίζω τα συναισθήματα, τις πεποιθήσεις, τις αξίες, τις επιθυμίες και τα όριά σας.</p> <p>Κατανόω τη θετική σας πρόθεση.</p>	<p>Μπορώ να δω, να ακούσω και να αισθανθώ από τη δική σας οπτική γωνία, αλλά δεν γνωρίζω τα συναισθήματα, τις πεποιθήσεις, τις αξίες, τις επιθυμίες και τα όριά σας.</p>	<p>Υπερβάλλουσα ταύτιση με ένα άλλο άτομο στο σημείο που αγγίζει την απώλεια του εαυτού.</p>	<p>Η δεύτερη θέση με βοηθά να είμαι ενσυναισθητικός, συμπονετικός, να εκπροσωπώ τα συμφέροντα άλλων ανθρώπων, και να προβλέπω την αντίδραση ενός άλλου ατόμου.</p> <p>Η δεύτερη θέση σημαίνει: Έχω μια εμπειρία να είμαι εσύ, δεν είναι η δική σου εμπειρία να είμαι εσύ</p>
Τρίτη θέση ("Παρατηρητής")	<p>Μπορώ να δω, να ακούσω και να αισθανθώ από την οπτική γωνία ενός παρατηρητή (Μετα-Θέαση) των άλλων, σε μια αλληλεπίδραση.</p> <p>Βλέπω τη «Μεγάλη Εικόνα». Καταλαβαίνω τα συναισθήματα των άλλων, και είμαι χωρίς συναισθηματική προσκόλληση.</p> <p>Μπορώ να παρατηρήσω μοτίβα και να αναλύσω καταστάσεις με ενσυναίσθηση.</p>	<p>Μπορώ να δω, να ακούσω και να αισθανθώ τους άλλους κατά την αλληλεπίδρασή από την οπτική γωνία ενός παρατηρητή.</p> <p>Δεν καταλαβαίνω τα συναισθήματα των άλλων και είμαι χωρίς συναισθηματική προσκόλληση.</p> <p>Δεν μπορώ να παρατηρήσω μοτίβα και να αναλύσω καταστάσεις.</p>	<p>Πλήρης αποστασιοποίηση – ζώντας σαν «Ζόμπι», παράλληλα με τη ζωή.</p>	<p>Η τρίτη θέση είναι χρήσιμη για να αποκτήσουμε μια προοπτική Μετα-Θέασης και να βρούμε λύσεις σε καταστάσεις που είναι είτε συναισθηματικά φορτισμένες είτε πολύ λεπτομερείς.</p>
Τέταρτη θέση ("Εμείς")	<p>Μπορώ να δω και να κατανοήσω τις αξίες και τις πεποιθήσεις που μοιράζομαι με την ομάδα.</p> <p>Νιώθω ότι ανήκω στην ομάδα και είμαι μέρος της.</p> <p>Αναλαμβάνω προσωπικά την ευθύνη για το ότι είμαι μέλος της ομάδας.</p>	<p>Μπορώ να δω και να καταλάβω τις αξίες και τις πεποιθήσεις που μοιράζομαι με την ομάδα, αλλά δεν αισθάνομαι ότι είμαι μέρος της ομάδας.</p> <p>Δεν αναλαμβάνω προσωπική ευθύνη για το γεγονός ότι είμαι μέλος της ομάδας.</p>	<p>Πλήρης αφομοίωση στην ομάδα στο σημείο της απώλειας του εαυτού.</p>	<p>Η τέταρτη θέση είναι χρήσιμη όταν θέλουμε να εμπνευστούμε, να παρακινήθουμε και να εμπλακούμε σε δράση.</p>

Στο Health και Medical Coaching εργαζόμαστε με την Πρώτη, την Δεύτερη και την Τρίτη θέση. Η μετακίνηση μεταξύ αντιληπτικών θέσεων μας δίνει τη δυνατότητα να συλλέξουμε πολύτιμες πληροφορίες για τον κόσμο και την εμπειρία μας. Μας κάνει ευέλικτους και εμπλουτίζει τους εσωτερικούς μας χάρτες.

Χρησιμοποιούμε τις Αντιληπτικές Θέσεις για να βοηθήσουμε τον πελάτη μας να θεραπεύσει στη ζωή του τις σχέσεις του με τους άλλους, με το σώμα, με την ασθένεια ή ένα συγκεκριμένο όργανο.

Οι «Αντιληπτικές Θέσεις (Perceptual Positions)» ΔΕΝ είναι Συναλλακτική Ανάλυση (Transactional Analysis)

Από την άποψη των «Αντιληπτικών Θέσεων» και οι τρεις καταστάσεις του Εγώ (Γονέας, Ενήλικας και Παιδί) θεωρούνται Δεύτερη θέση.

Στο Health και Medical Coaching ο πελάτης είναι υπεύθυνος για τον καθορισμό και τη διάρθρωση της Δεύτερης θέσης σύμφωνα με την κατανόησή του για την αφήγηση ή την κατάσταση.

Μετατόπιση μεταξύ αντιληπτικών θέσεων – Επιλύοντας σχέση με άλλο άτομο

1. Προσδιορίστε με τον πελάτη σας μια σχέση ή αλληλεπίδραση που πρέπει να επιλυθεί.
2. Αλλάξτε την χωροταξία και ζητήστε από τον πελάτη σας να πάει στην Πρώτη Θέση, σε κατάσταση Ταύτισης, και να περιγράψει τη σχέση και τη δυσκολία που έχει.
3. Κάνετε Break State
4. Ρωτήστε τον πελάτη σας ποιον θα ήθελε να τοποθετήσει στη Δεύτερη Θέση.

Αλλάξτε την χωροταξία και ζητήστε από τον πελάτη να πάει στη Δεύτερη Θέση, σε κατάσταση ταύτισης, και να περιγράψει την αλληλεπίδραση από την οπτική γωνία του άλλου ατόμου (σαν να ήταν αυτό το άτομο).

5. Κάνετε Break State
6. Αλλάξτε τη χωροταξία και ζητήστε από τον πελάτη σας να πάει στην Τρίτη Θέση, σε κατάσταση ταύτισης και να περιγράψει την αλληλεπίδραση από την οπτική της σχέσης.
7. Ρωτήστε τον πελάτη σας στην Τρίτη Θέση:
 - Τι χρειάζεται η σχέση από τους δύο συμμετέχοντες για να είναι ισορροπημένη;
8. Ζητήστε από τον πελάτη σας να παραλάβει τα διδάγματα από την Τρίτη Θέση, να συλλέξει τα διδάγματα από τη Δεύτερη θέση και να επιστρέψει στην Πρώτη θέση.

Δώστε χρόνο στον πελάτη να ενσωματώσει τα νέα μαθήματα

9. Ρωτήστε τον πελάτη: «Τι είναι διαφορετικό τώρα; Τι είναι πλέον εφικτό;»

Μετατόπιση μεταξύ αντιληπτικών θέσεων – Εκκαθάριση της σχέσης με το σώμα/ όργανο/ασθένεια

1. Προσδιορίστε με τον πελάτη σας μια σχέση με το σώμα / όργανο / ασθένεια που χρειάζεται να επιλυθεί
2. Αλλάξτε τη χωροταξία και ζητήστε από τον πελάτη σας να πάει στην Πρώτη Θέση, σε κατάσταση Ταύτισης, και να περιγράψει τα συναισθήματα, τις σκέψεις και τις αλληλεπιδράσεις
3. Κάνετε Break State
4. Ρωτήστε τον πελάτη σας τι θα ήθελε να τοποθετήσει στη Δεύτερη Θέση.

Αλλάξτε τη χωροταξία. Ζητήστε από τον πελάτη σας να πάει στη Δεύτερη Θέση και να περιγράψει την αλληλεπίδραση από την οπτική του σώματος / οργάνου / ασθένειας (σαν να ήταν ο ίδιος το σώμα / όργανο / ασθένεια).

5. Κάνετε Break State
6. Αλλάξτε τη χωροταξία και ζητήστε από τον πελάτη σας να πάει στην Τρίτη θέση, σε κατάσταση Ταύτισης και να περιγράψει την αλληλεπίδραση από την οπτική της σχέσης μεταξύ του πελάτη και του σώματος / οργάνου / ασθένειάς του.
7. Ρωτήστε τον πελάτη, στην Τρίτη Θέση:
 - «Τι χρειάζεται η σχέση από τους δύο συμμετέχοντες για να είναι ισορροπημένη και αρμονική;»
8. Ζητήστε από τον πελάτη να πάρει τα διδάγματα από την Τρίτη Θέση, να συλλέξει τα διδάγματα από τη Δεύτερη Θέση και να επιστρέψει στο σημείο της Πρώτης Θέσης.

Δώστε χρόνο στον πελάτη να ενσωματώσει τα νέα μαθήματα.

9. Ρωτήστε τον πελάτη: Τι είναι διαφορετικό τώρα; Τι είναι εφικτό;
- **Σημείωση :** Αυτή η τεχνική μπορεί να γίνει μέσω οραματισμού, αλλά έχει ακόμα πιο ισχυρό αντίκτυπο όταν ο πελάτης ενσωματώνει κάθε θέση.

Προσήλωση(Adherence) στην Αλλαγή

Οι πελάτες έρχονται για coaching με σκοπό να δημιουργήσουν βιώσιμες αλλαγές στη ζωή τους.

Για να κατανοήσουμε τη βιωσιμότητα στο πλαίσιο της υγείας και της ασθένειας, πρέπει να εξοικειωθούμε με τους ακόλουθους επαγγελματικούς όρους:

Συμμόρφωση είναι η παθητική πράξη του ασθενούς να ανταποκρίνεται στις εξωτερικές προσδοκίες και να ακολουθεί οδηγίες, συχνά χωρίς τη συμμετοχή του ίδιου του ασθενούς ή μια κοινή διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Παραδείγματα:

- Σε έναν ασθενή δίνεται μια συνταγή για ιατρική θεραπεία και του δίνονται οδηγίες να τη εκτελέσει στο φαρμακείο και να τη λάβει όπως έχει συνταγογραφηθεί.
- Ένας ασθενής λαμβάνει γραπτές οδηγίες σχετικά με τη διατροφή και την άσκηση και του ζητείται να τις ακολουθήσει.

Από την οπτική γωνία του Health και Medical Coaching, το coaching ενός πελάτη σχετικά με τη συμμόρφωση βασίζεται σε μια συμπεριφορική προσέγγιση.

Προσήλωση είναι η ενεργή και αμοιβαία συμφωνία ενός ασθενούς με έναν Επαγγελματία Υγείας για την τήρηση ενός θεραπευτικού σχεδίου. Πρόκειται για μια προληπτική και θετική συνεργασία που δίνει έμφαση στην κοινή ευθύνη, την αυτονομία του ασθενούς και την ενδυνάμωση.

Η προσήλωση διασφαλίζει την εσωτερική ευθυγράμμιση με αξίες, πεποιθήσεις και συμπεριφορές,

Παραδείγματα:

- Ένας ασθενής έχει μια συζήτηση με τον γιατρό σχετικά με σχετικές θεραπευτικές επιλογές. Εξετάζουν τα κλινικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, τον τρόπο ζωής του πελάτη, το σύστημα υποστήριξης του πελάτη, ερωτήσεις και ανησυχίες. Συμφωνούν για τη θεραπεία, την παρακολούθηση και την υπευθυνότητα.
- Ένας ασθενής συνεργάζεται με τον γιατρό του για να κάνει αλλαγές στον τρόπο ζωής του σχετικά με τη διατροφή και την άσκηση, και συμφωνούν και οι δύο σε στόχους υγείας και σε ένα σχέδιο.

Από την οπτική του Health και Medical Coaching, το coaching ενός πελάτη σχετικά με την προσήλωση βασίζεται σε μια «σχεσιακή» προσέγγιση.

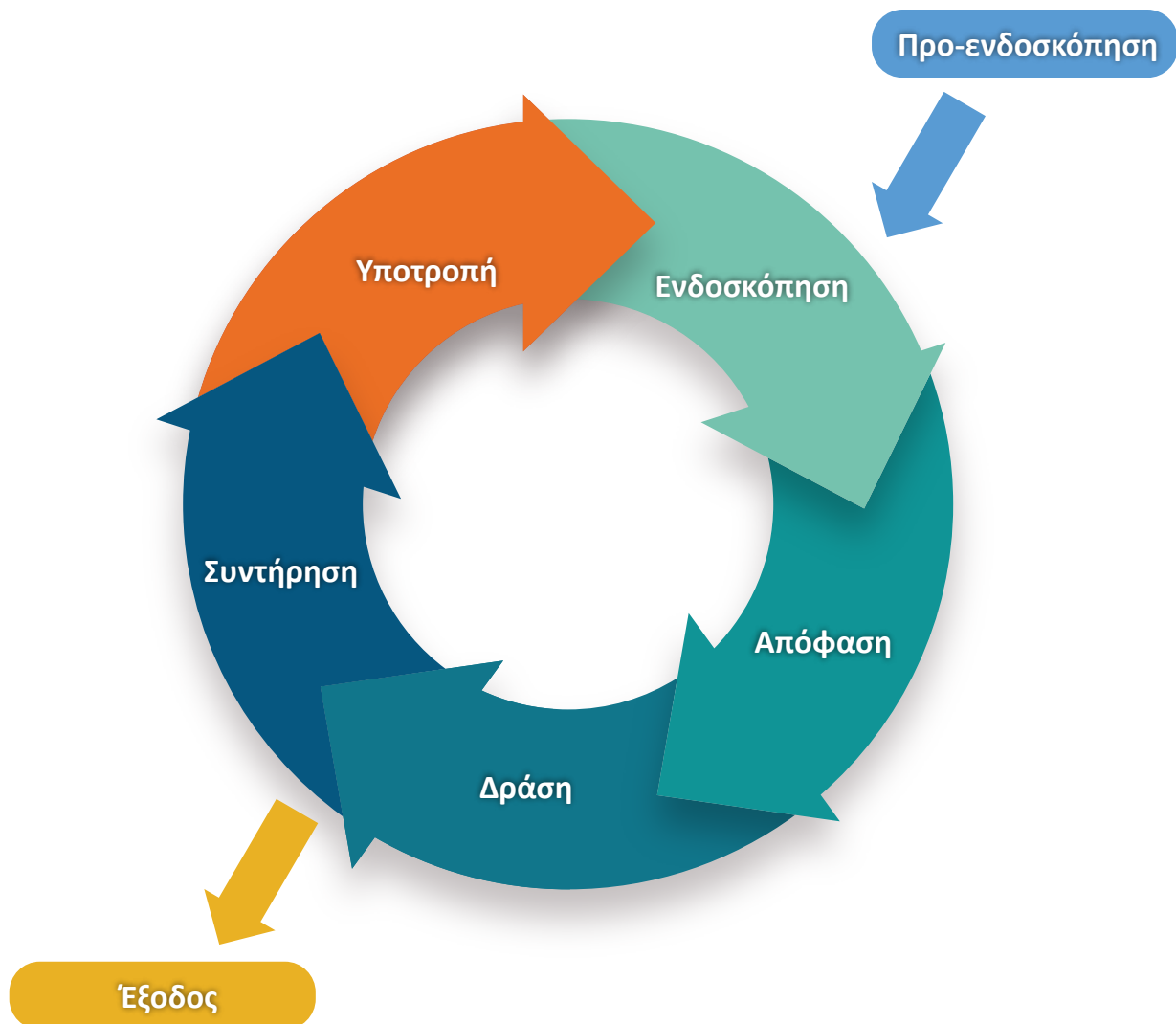
Ο ιατρικός χώρος απομακρύνεται από τον όρο «συμμόρφωση», επειδή υποδηλώνει μια μονόπλευρη δυναμική εξουσίας και επιρρίπτει την ευθύνη στον ασθενή εάν δεν ακολουθήσει τις οδηγίες. Αυτό αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης στροφής προς μια προσέγγιση που επικεντρώνεται περισσότερο στον ασθενή, αναγνωρίζοντας ότι η επιτυχής θεραπεία εξαρτάται από μια συνεργασία στην οποία ο ασθενής αισθάνεται ότι συμμετέχει και επενδύει στο σχέδιο, άρα συμμετέχει ενεργά στην υγεία του.

Διαθεωρητικό Μοντέλο (The Transtheoretical Model -TTM)

Το Διαθεωρητικό Μοντέλο (ΤΤΜ), γνωστό και ως Μοντέλο των Σταδίων Αλλαγής, είναι μια θεωρία που περιγράφει την αλλαγή συμπεριφοράς ως μια εκούσια διαδικασία που ξεδιπλώνεται με την πάροδο του χρόνου και περιλαμβάνει την πρόοδο μέσα από μια σειρά σταδίων: προ-ενδοσκόπηση, ενδοσκόπηση, προετοιμασία, δράση, συντήρηση, υποτροπή και έξοδος.

Αναπτύχθηκε από τους ψυχολόγους James O. Prochaska και Carlo DiClemente στα τέλη της δεκαετίας του 1970 και χρησιμοποιείται για την προσαρμογή παρεμβάσεων με βάση την ετοιμότητα ενός ατόμου για αλλαγή.

Από τότε, έχει εγκριθεί από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας και χρησιμοποιείται ευρέως σε διάφορους τομείς της υγειονομικής περίθαλψης για την αξιολόγηση του κινήτρου και της προσήλωσης των ανθρώπων στην αλλαγή, καθώς και για την ανάπτυξη προγραμμάτων παρέμβασης που αντιμετωπίζουν διάφορα προβλήματα υγείας, από το κάπνισμα έως τη διατροφή, την κατανάλωση αλκοόλ και τη σωματική δραστηριότητα.



Στάδια του Διαθεωρητικού Μοντέλου:

Προ-ενδοσκόπηση (Δεν είμαι ακόμα έτοιμος)

Τα άτομα στο στάδιο της Προ-ενδοσκόπησης δεν σκοπεύουν να αναλάβουν δράση στο άμεσο μέλλον, που συνήθως μετρείται στους επόμενους έξι μήνες.

Λόγοι για να βρίσκεται κανείς στο στάδιο της Προ-ενδοσκόπησης:

- Η έλλειψη ενημέρωσης ή η ελλιπής ενημέρωση σχετικά με τις συνέπειες της συμπεριφοράς του.
- Πολλαπλές ανεπιτυχείς προσπάθειες αλλαγής μπορούν να οδηγήσουν σε περιοριστικές πεποιθήσεις σχετικά με την ικανότητα αλλαγής.

Πολλές φορές, τα άτομα στο στάδιο της Προ-ενδοσκόπησης χαρακτηρίζονται ως κολλημένα, εκφράζοντας αντίσταση, χωρίς κίνητρα, μη συμμορφούμενα ή μη έτοιμα για βοήθεια.

Βασικές στρατηγικές όσον αφορά το coaching και την συμπεριφορά:

1. Αντιμέτωπιση και εστίαση στις θετικές πτυχές (τα πλεονεκτήματα)
2. Ενημερωθείτε για τα γεγονότα
3. Δώστε προσοχή στα συναισθήματα και τη συναισθηματική κατάσταση
4. Παρατηρήστε τις κοινωνικές τάσεις
5. Ξεκινήστε να χτίζετε αυτοπεποίθηση μέσα από μικρά βήματα

Ενδοσκόπηση (Ετοιμάζομαι)

Τα άτομα στο στάδιο της Ενδοσκόπησης σκοπεύουν να ξεκινήσουν τη διαδικασία αλλαγής τους επόμενους έξι μήνες.

Έχουν επίγνωση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων της έναρξης της διαδικασίας και της μη έναρξης της.

Κατά καιρούς, αυτό μπορεί να δημιουργήσει αμφιθυμία που αναγκάζει τους ανθρώπους να παραμένουν σε αυτό το στάδιο για μεγάλα χρονικά διαστήματα.

Συχνά, αυτό χαρακτηρίζεται ως αναβλητικότητα.

Τα άτομα στο στάδιο της Ενδοσκόπησης δεν είναι έτοιμα για παραδοσιακά προγράμματα προσανατολισμένα σε ενέργειες που αναμένουν από τους συμμετέχοντες να δράσουν άμεσα.

Βασικές στρατηγικές όσον αφορά το coaching και την συμπεριφορά:

1. Αντιμετωπίστε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα και επικεντρωθείτε στα πλεονεκτήματα
2. Ενημερωθείτε για τα γεγονότα
3. Αντιμετωπίστε την αυτοπεποίθηση και την ευκινησία
4. Δώστε προσοχή στα συναισθήματα και τη συναισθηματική κατάσταση
5. Παρατηρήστε την επίδραση στους άλλους
6. Παρατηρήστε τις κοινωνικές τάσεις
7. Ξεκινήστε να χτίζετε αυτοπεποίθηση μέσα από μικρά βήματα

Απόφαση (Προετοιμάζομαι να αναλάβω δράση)

Τα άτομα στο στάδιο της Απόφασης σκοπεύουν να αναλάβουν δράση στο άμεσο μέλλον, συνήθως μέσα στον επόμενο μήνα.

Έχουν ένα σχέδιο δράσης και επωφελούνται από προγράμματα προσανατολισμένα στη δράση.

1. Συνεχίστε να χτίζετε αυτοπεποίθηση σχεδιάζοντας εκ των προτέρων.
2. Εξετάστε την εικόνα του εαυτού σας
3. Αναλάβετε μια δέσμευση
4. Δημιουργήστε ένα σχέδιο δράσης
5. Δώστε προσοχή στα συναισθήματα και τη συναισθηματική κατάσταση
6. Ξεκαθαρίστε τις περιοριστικές πεποιθήσεις και τον αρνητικό αυτοέλεγχο
7. Εξετάστε τα συστήματα υποστήριξης

Δράση (Ξεκινώ...)

Τα άτομα στο στάδιο της Δράσης κάνουν συγκεκριμένες εμφανείς τροποποιήσεις στον τρόπο ζωής τους.

Βασικές στρατηγικές όσον αφορά το coaching και την συμπεριφορά:

1. Αύξηση της αυτοπεποίθησης
2. Εξετάστε την υποστήριξη
3. Δημιουργία ανταμοιβών
4. Απαλλαγή από περιοριστικές πεποιθήσεις και αρνητική αυτοδιάθεση

Συντήρηση (Είμαι καλά...)

Τα άτομα στο στάδιο Συντήρησης απολαμβάνουν τα αποτελέσματα των αλλαγών στη συμπεριφορά τους και εργάζονται για την πρόληψη υποτροπών.

Σε αυτό το στάδιο, συνήθως παρατηρούμε αυξημένη εμπιστοσύνη στην ικανότητα συνέχισης της αλλαγής, παράλληλα με μια μείωση στην εφαρμογή διαδικασιών σε σύγκριση με το στάδιο Δράσης.

Με βάση τα δεδομένα αυτοαποτελεσματικότητας, οι ερευνητές έχουν εκτιμήσει ότι η Συντήρηση διαρκεί από έξι μήνες έως περίπου πέντε χρόνια.

Βασικές στρατηγικές όσον αφορά το coaching και την συμπεριφορά:

1. Διατηρήστε την αυτοπεποίθησή σας υψηλή σχεδιάζοντας για απρόβλεπτες καταστάσεις
2. Εξετάστε την υποστήριξη
3. Χρησιμοποιήστε ανταμοιβές
4. Ξεκαθαρίστε τις περιοριστικές πεποιθήσεις, την αρνητική αυτοδιάθεση και τα ερεθίσματα

Υποτροπή (Απέτυχα)

Τα άτομα στο στάδιο της Υποτροπής βιώνουν αποτυχία καθώς η διαδικασία έχει σταματήσει. Πολλές φορές, τα άτομα σε αυτό το στάδιο θα εσωτερικεύσουν την εμπειρία και θα τα παρατήσουν εντελώς.

Αυτό το στάδιο είναι φυσιολογικό και θα πρέπει να αναμένεται και να γίνεται αποδεκτό ως μέρος της διαδικασίας.

Βασικές στρατηγικές όσον αφορά το coaching και την συμπεριφορά:

1. Δώστε προσοχή στα συναισθήματα και τη συναισθηματική κατάσταση
2. Χρησιμοποιήστε τεχνικές ρύθμισης των συναισθημάτων και του νευρικού συστήματος όταν χρειάζεται
3. Αναδιατυπώστε την υποτροπή από αποτυχία σε ευκαιρία μάθησης
4. Καθαρίστε τις περιοριστικές πεποιθήσεις, αρνητική αυτοδιάθεση
5. Αντιμετωπίστε και εστιάστε στις θετικές πτυχές (τα πλεονεκτήματα)
6. Εκπαιδεύστε τον εαυτό σας σχετικά με τα γεγονότα
7. Παρατηρήστε τις κοινωνικές τάσεις
8. Ξεκινήστε να χτίζετε αυτοπεποίθηση μέσα από μικρά βήματα

Έξοδος/Τερματισμός (Δεν το χρειαζόμαστε πλέον)

Αυτό είναι ένα λιγότερο συχνά χρησιμοποιούμενο στάδιο.

Τα άτομα στο στάδιο Έξοδος/Τερματισμός έχουν ολοκληρώσει τη διαδικασία και έχουν αλλάξει με επιτυχία τη συμπεριφορά τους. Δεν έχουν πλέον τον πειρασμό να επιστρέψουν σε παλιές συνήθειες.

Σε αυτό το στάδιο, η νέα συμπεριφορά είναι σταθερή και βαθιά ριζωμένη στη ζωή του ατόμου.

Η υποτροπή δεν αποτελεί πλέον κίνδυνο και δεν υπάρχει ανάγκη να διατηρείται ενεργά η συμμόρφωση.

Βασικές στρατηγικές όσον αφορά το coaching και την συμπεριφορά:

1. Γιορτάστε τις νίκες
2. Αναλογιστείτε τη διαδικασία και δημιουργήστε ένα μοντέλο για το μέλλον
3. Εξετάστε την αυτοπεποίθηση και την αυτονομία

Αφηγήσεις Πελατών και Διαθεωρητικό Μοντέλο

1. Οι αφηγήσεις των πελατών, μας βοηθούν να εξάγουμε τις αυτοκαταστροφικές ιστορίες και τις περιοριστικές πεποιθήσεις που τελικά τους εμποδίζουν να προχωρήσουν στο επόμενο στάδιο.
2. Οι αφηγήσεις των πελατών, μας βοηθούν να αποκαλύψουμε και να ξεπεράσουμε το «Φαινόμενο Χάσματος Αντίληψης» – το χάσμα μεταξύ των απόψεων των επαγγελματιών υγείας και των απόψεων του ασθενούς σχετικά με την ιατρική πάθηση και τη διαδικασία αλλαγής.

Το Μοντέλο Πρόληψης Υποτροπών (The Relapse Prevention (RP) Model)

Το Μοντέλο Πρόληψης Υποτροπών (RP) είναι ένα γνωσιακό-συμπεριφορικό (CBT) μοντέλο που έχει σχεδιαστεί για να βοηθά τους ανθρώπους να εντοπίζουν και να αντιμετωπίζουν καταστάσεις υψηλού κινδύνου και ερεθίσματα, ώστε να τους αποτρέπει από το να υποτροπιάζουν σε προβληματικές συμπεριφορές.

Το μοντέλο αναπτύχθηκε από τους G. Alan Marlatt και Judith Gordon το 1985 και θεωρείται ουσιαστική καινοτομία στον τομέα της απεξάρτησης.

Το Μοντέλο Πρόληψης Υποτροπών βασίζεται στην ιδέα ότι η υποτροπή είναι μια σταδιακή διαδικασία. Ξεκινά πριν από τη διακοπή της νέας συμπεριφοράς και τελειώνει αφού το άτομο επιστρέψει στην παλιά.

Αρχές του Μοντέλου Πρόληψης Υποτροπών

1. Ενίσχυση της αυτοπεποίθησης μέσω του εορτασμού αναπτυξιακών ορόσημων
2. Ενίσχυση της αυτοπεποίθησης και της δράσης
3. Αλλαγή εσωτερικών και εξωτερικών παραγόντων, όπως το περιβάλλον, η ικανοποίηση, οι κοινωνικές συνδέσεις και οι δεξιότητες συναισθηματικής αντιμετώπισης
4. Ενσωμάτωση της αυτοφροντίδας
5. Δημιουργία συστημάτων υποστήριξης
6. Προώθηση αλλαγών στον τρόπο ζωής
7. Καλλιέργεια της προσωπικής ανάπτυξης

Αυτό το μοντέλο στο Health και Medical coaching χρησιμοποιείται για την κατανόηση της ευρύτερης έννοιας της υποτροπής. Υποστηρίζει πελάτες που συνεχίζουν να δυσκολεύονται με την προσήλωση, είτε ως μεμονωμένο συμβάν είτε με την πάροδο του χρόνου, εντοπίζοντας καταστάσεις υψηλού κινδύνου και αναπτύσσοντας εξατομικευμένες στρατηγικές αντιμετώπισης και σχέδια δράσης.

Αυτό περιλαμβάνει την παροχή βοήθειας στους πελάτες ώστε να προβλέπουν τους παράγοντες που πυροδοτούν την υποτροπή, να κατανοούν τα πρώιμα προειδοποιητικά σημάδια μιας υποτροπής και να αναπτύσσουν τις δεξιότητες και την αυτοαποτελεσματικότητα για τη διαχείριση αυτών των καταστάσεων. Ένα βασικό στοιχείο είναι η ομαλοποίηση της ιδέας ότι μια υποτροπή δεν είναι αποτυχία ή αιτία ντροπής, αλλά μια οπισθοδρόμηση και μια ευκαιρία μάθησης.

Οι βασικές αρχές του μοντέλου είναι:

- Προσδιορισμός καταστάσεων υψηλού κινδύνου:
- Ανάπτυξη στρατηγικών αντιμετώπισης
- Αλλαγή προτύπων σκέψης
- Αύξηση της αυτοαποτελεσματικότητας
- Κατανόηση της υποτροπής ως διαδικασίας
- Δημιουργία ενός εξατομικευμένου σχεδίου

Πώς εφαρμόζεται το μοντέλο στο Health και Medical coaching

- **Εντοπισμός εναυσμάτων και καταστάσεων υψηλού κινδύνου:**

Οι Coaches συνεργάζονται με τους πελάτες για να αναγνωρίσουν εσωτερικές και εξωτερικές ενδείξεις που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε υποτροπή, όπως συγκεκριμένα συναισθήματα, σκέψεις, άτομα ή μέρη.

- **Ανάπτυξη στρατηγικών αντιμετώπισης:**

Οι Coaches βοηθούν τους πελάτες να δημιουργήσουν εξατομικευμένα πρωτόκολλα που περιλαμβάνουν γνωστικές, συναισθηματικές, επικοινωνιακές και συμπεριφορικές δεξιότητες για τη διαχείριση των εναυσμάτων.

- **Ενίσχυση της αυτοπεποίθησης:**

Οι Coaches βοηθούν τους πελάτες να χτίσουν αυτοπεποίθηση όσον αφορά την ικανότητά τους να αντιμετωπίζουν προκλήσεις δημιουργώντας και εκτελώντας σχέδια δράσης.

- **Προώθηση ενός ολιστικού τρόπου ζωής:**

Οι Coaches βοηθούν τους πελάτες να ενσωματώσουν υγιείς συμπεριφορές που προάγουν την συνολική ευεξία.

- **Ομαλοποίηση και μάθηση από τα λάθη και τις υποτροπές:**

Οι Coaches βοηθούν στη μείωση της ντροπής και της ενοχής, μέσω της αναδιαμόρφωσης της εμπειρίας, ώστε να μπορεί να χρησιμεύσει ως ευκαιρία μάθησης.

- **Εστίαση στη συντήρηση:**

Οι Coaches βοηθούν τους πελάτες να επικεντρωθούν στα μακροπρόθεσμα οφέλη των νέων συμπεριφορών τους, στο πώς αυτές ευθυγραμμίζονται με τις αξίες του πελάτη τους και στο πώς εξυπηρετούν το όραμα του πελάτη.