

SALUTE, STILI DI VITA E CAMBIAMENTO



*Marco Tamelli
Psicologo – Psicoterapeuta
Luoghi di Prevenzione
Lega Italiana per la Lotta Contro i Tumore R.E.*

Propensione al cambiamento

SOLO IL 16% DELLA POPOLAZIONE (innovatori e disponibili)
cambia comportamento anche al solo mutare delle **CONOSCENZE**
anche se con tempi diversi
(alto titolo di studio e elevata consapevolezza delle risorse personali)

IL RESTANTE 84% DELLA POPOLAZIONE NECESSITA DI ALTRI TIPI DI INTERVENTO

(modifiche ambientali, azioni sui gruppi di riferimento,
acquisizione di nuove capacità)

(Green e Kreuter 1999)

Le campagne comunicative sugli stili di vita

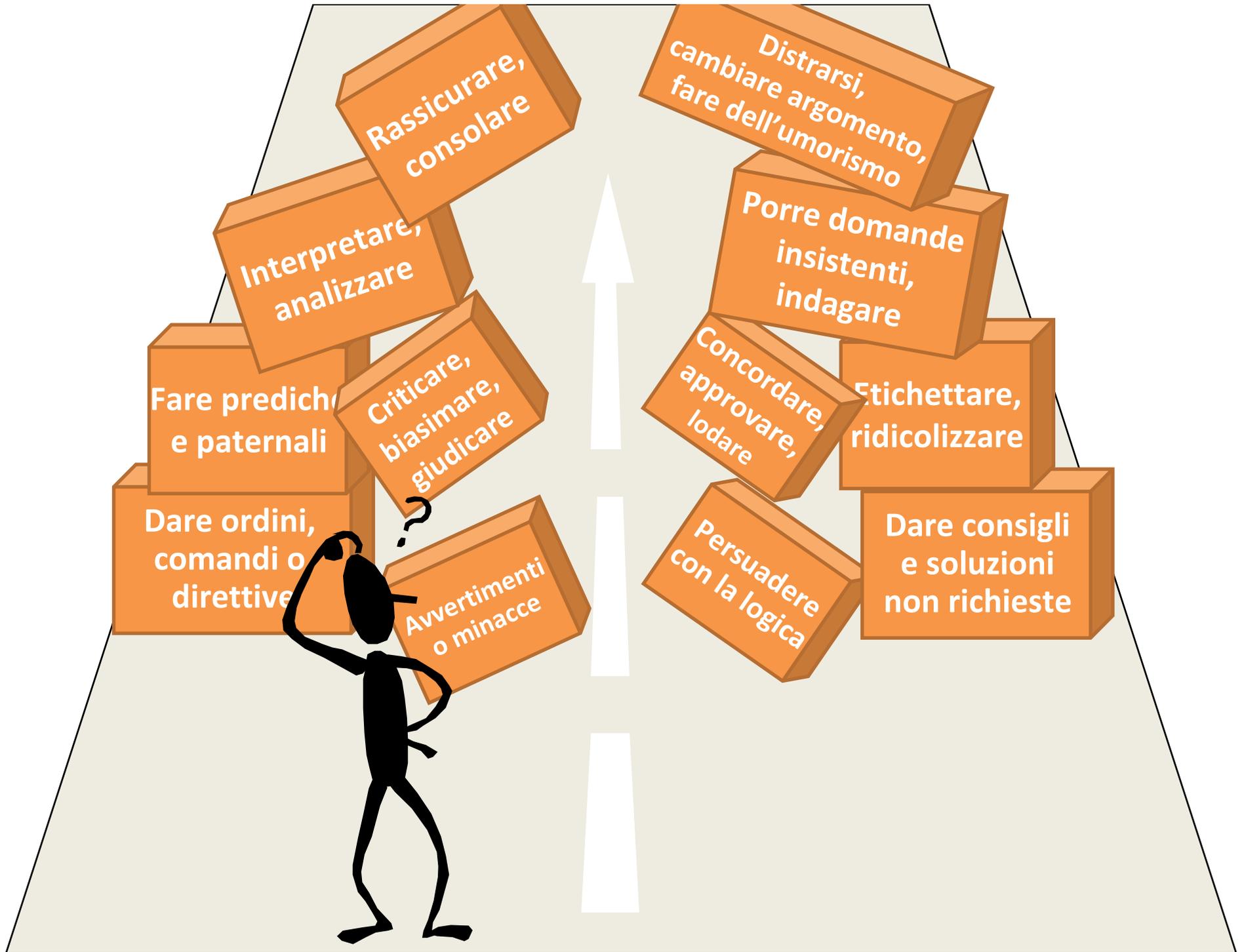
*“Le campagne sugli stili di vita
hanno un effetto più marcato
sulla quota socialmente più elevata della popolazione
che è in grado di modificare i propri comportamenti
pericolosi
più ampiamente e più celermente delle fasce più deboli.”*

(Donald Acheson)

I 12 blocchi della comunicazione

di Thomas Gordon





Il Colloquio Motivazionale

Le abilità di base

Le abilità di base

- Formulare *domande aperte*
- Dare informazioni
- Praticare l'*ascolto riflessivo*
- Riassumere
- Sostenere e confermare

Le domande aperte

Domande aperte

- **Non consentono risposte brevi o del tipo sì/no**
- **Non predeterminano la risposta**
- **Centrano l'attenzione ed il focus del colloquio sul cliente**
- **Facilitano il coinvolgimento**
- **Incoraggiano il cliente a parlare**

E' compito dell'operatore offrire al cliente
la possibilità di esplorare
il più liberamente possibile
la sua situazione problematica

Le domande

Aperte

Qual è il problema...?

Cosa ne pensa di ...?

In che modo, questo ...?

Cosa intende con ciò?

Cosa la preoccupa di ...?

In che senso...?

Come vede questa situazione?

Cosa la soddisfa di ... ?

In che cosa... è un problema

Chiuse

Chiuse

(richiedono risposte sì/no)

Informative

(richiedono informazioni)

Indagatorie

(iniziano con: perché, come mai,
...)

Alternative

(vincolano ad una alternativa)

Troppo aperte

(generiche)

Da domanda chiusa a domanda aperta

Ha mai pensato a smettere di fumare?

- Quali difficoltà potrebbe incontrare a smettere di fumare?
- Che cosa potrebbe invogliarla a smettere di fumare?

Fa del movimento durante la giornata?

- Che cosa le rende difficile muoversi durante la giornata?
- Che cosa potrebbe aiutarla a fare del movimento?

Perché non cambia le sue abitudini alimentari?

- Quali cibi sono insostituibili per lei?
- Quale alimentazione le sembrerebbe più sana?

Prende con regolarità le medicine prescritte?

- Quali problemi ha con l'assunzione delle medicine?
- Come si sente se prende/non prende le medicine?

Da domanda chiusa a domanda aperta

1. Lo sa, vero, che dovrebbe smettere di fumare?
2. Non le piacerebbe essere più magro?
3. Si rende conto che lei è vittima di una dipendenza?
4. Lei fuma troppo. Lo sa?
5. I suoi esami sono brutti. Li ha visti?
6. Se continua a comportarsi così la sua salute ne sarà veramente compromessa. Le sembra opportuno?
7. Crede di mangiare troppo?
8. Si considera sedentario ?
9. E' contento che in Azienda ci si stia occupando anche degli stili di vita?
10. Vuole che affrontiamo insieme il tema del fumo?

Dare Informazioni

Presentare le informazioni: processo di scambio

Sequenza circolare di tre fasi:

- 1. far emergere**
- 2. dare informazioni**
- 3. far emergere**



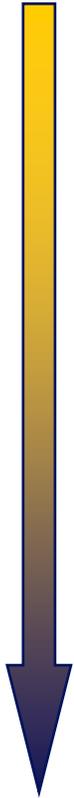
L'Ascolto Riflessivo

L'ascolto riflessivo

L'ascolto riflessivo fornisce all'operatore una conferma di quanto ha compreso, rende evidente alla persona l'attenzione dell'operatore e gli comunica accettazione e comprensione

L'Ascolto Riflessivo: le applicazioni

L'ascolto riflessivo



Ripetizione semplice

Parafrasi

Riformulazione

Riflessione dello stato d'animo



Ripetizione semplice

Anche la semplice ripetizione di una o più parole focalizza l'attenzione sul loro significato e costituisce un implicito invito ad approfondire quell'aspetto

E' utile nelle fasi iniziali del colloquio, quando non si hanno molte informazioni, quando è necessario riprendere un buon contatto con il cliente

(Cl.) Eh,...adesso comincio ad essere un po' preoccupato...

(Op.) Preoccupato... (affermazione).

Parafrasi

Consiste nel riproporre la frase del cliente utilizzando, in modo opportuno, sinonimi e parole con significato affine.

*E' utile per mantenere il contatto,
per amplificare o minimizzare
alcuni aspetti presentati dal cliente,
per introdurre piccoli spostamenti
del "focus" del discorso.*

(Cl.) Eh,...adesso comincio ad essere un po' preoccupato...

(Op.) Ora sta iniziando ad inquietarsi... (affermazione).

Riformulazione

E' una riproposizione delle affermazioni del cliente, arricchita del punto di vista dell'operatore, utilizzando commenti, considerazioni e ridefinizioni.

È utile per favorire la riorganizzazione mentale di alcune idee del paziente.

Serve a proporre nuove aree da esplorare, a suggerire connessioni non esplicitate e ad ampliare i significati del comportamento.

(Cl.) Eh,...adesso comincio ad essere un po' preoccupato...

(Op.) Alcuni eventi accaduti nell'ultimo periodo stanno cominciando a preoccuparla...

Riflessione dello stato d'animo

Consiste nel comunicare una ipotesi sullo stato d'animo, sulle emozioni da cui nascono le affermazioni del cliente

Viene utilizzata nei momenti in cui è opportuno evocare emozioni non espresse.

Se utilizzata adeguatamente è potentemente empatica.

Può essere utile in momenti di "crisi" per smorzare possibili contrapposizioni

(Cl.) Eh,...adesso comincio ad essere un po' preoccupato...

(Op.) Questa situazione la fa stare male...(affermazione).

Il Riassunto

Riassumere

Periodici riassunti aiutano a collegare
e sottolineare i vari aspetti considerati
per fare il punto sull'andamento del colloquio

Sostenere e confermare

Sostenere e confermare

**Durante un processo di cambiamento
è molto importante offrire esplicitamente
rinforzi positivi e sostegno al cliente,
ad esempio, evocando e sottolineando
i risultati positivi ottenuti**

***Il sostegno diretto è fondamentale quando ricadute o eventi particolari
hanno abbassato il livello
di autoefficacia del cliente***

Role Play

➤ Paziente

➤ Medico

➤ Osservatore

Role Play

Il medico deve sperimentarsi:

Domande aperte...

Ascolto riflessivo...

Fornire informazioni....

Qualche riassunto...

Sostenere e confermare....

L'osservatore annota ciò che accade

Nel secondo giro, si ruota in questo modo:

- Il cliente diventa osservatore
- L'operatore diventa cliente
- L'osservatore diventa operatore



marco.tamelli@luoghidiprevenzione.it