

---

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

---

### Α΄ ΜΕΡΟΣ

Πρόλογος.....	4
Εισαγωγή.....	5

#### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

##### ΓΝΩΡΙΜΙΑ ΜΕ ΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΤΟΥ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΟΥ

1.1 Σύγχρονη έννοια του όρου «Διαιτολογία-Διατροφή».....	7
1.2 Δεοντολογία επαγγελματιών υγείας , δεοντολογία επαγγέλματος Διαιτολογίας.....	9
1.3 Νομοθεσία-Νομολογία.....	10
1.4 Ο Κώδικας δεοντολογίας της υγείας.....	10
1.5 Προσόντα , χαρακτηριστικά και ιδιαίτερα στοιχεία της προσωπικότητας ενός σωστού επαγγελματία.....	13

#### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

##### Η ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΕΠΑΦΗ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΟΥ

2.1 Ανθρώπινες σχέσεις.....	16
2.2 Τι είναι όμως επικοινωνία; Τι σημαίνει επικοινωνώ;.....	16
2.3 Η επικοινωνία στον εργασιακό χώρο.....	18
2.4 Ανθρώπινες σχέσεις και επικοινωνία στον επαγγελματικό χώρο του Διαιτολόγου-Διατροφολόγου.....	20
2.5 Η δεξιότητα της επικοινωνίας.....	22

#### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>

##### Η ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΑΚΑΣΙΑ ΣΤΟΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΟΥ

3.1 Η συμβουλευτική «προσπάθεια».....	23
3.2 Παράγοντες επιτυχίας μιας σωστής συμβουλευτικής «προσπάθειας».....	26
3.3 Προσόντα ενός σωστού συμβουλευτή-βοηθού.....	31

## Β' ΜΕΡΟΣ

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>

#### -----ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ-----

4.1 Παρουσίαση και αξιολόγηση επικοινωνιακών εργαλείων σε θέματα Συμβουλευτικής , σε παγκόσμια κλίμακα.....	36
4.2 Παρουσίαση και αξιολόγηση επικοινωνιακών εργαλείων σε θέματα Συμβουλευτικής , στην Διαιτολογία.....	41

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>

#### ---Η ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ---

5.1 Το κύριο ερώτημα στο οποίο απαντά η έρευνα.....	44
5.2 Η αφορμή για την συγγραφή της.....	44
5.3 Οι λόγοι που οδήγησαν στην ερευνητική προσπάθεια.....	45
5.4 Σύντομη συνολική περιγραφή της έρευνας που πραγματοποιήθηκε.....	46
5.5 Τα γενικά χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης έρευνας.....	47
5.6 Το εξεταζόμενο εργαλείο επικοινωνίας που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα.....	49
5.7 Δειγματοληψία.....	68
5.8 Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα.....	68
5.9 Η δεοντολογία που ακολουθήθηκε.....	71
5.9 Τα ευρήματα της έρευνας.....	73
5.10 Τα αποτελέσματα της έρευνας και τα συμπεράσματα της.	79
Συζήτηση.....	90
Επίλογος.....	92
Βιβλιογραφικές παραπομπές.....	93



## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί ένας νέος κλάδος της Συμβουλευτικής Ψυχολογίας , παράλληλος και αλληλένδετος με τις επιστήμες της Υγείας , ειδικά διαμορφωμένος και εξειδικευμένος σε θέματα παροχής συμβουλευτικής στήριξης , **η Συμβουλευτική (counselling)**. Κύριος και ακρογωνιαίος λίθος αυτής , είναι η επικοινωνία και , ακόμα πιο συγκεκριμένα , η γνώση της συγκεκριμένης δεξιότητας της.

Σκοπός του συγγράμματος είναι η ενημέρωση και η παροχή αυτής ακριβώς της γνώσης στους επαγγελματίες της υγείας διαιτολόγους , ώστε όχι μόνο να κατανοήσουν τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει η επικοινωνία στην καθημερινότητα του επαγγέλματος τους , αλλά περισσότερο , να ευαισθητοποιηθούν και να αντιληφθούν τον κοινωνικό-συμβουλευτικό ρόλο που είναι σκόπιμο να αναλαμβάνουν ερχόμενοι σε επαφή με διαφορετικές ομάδες πληθυσμού , με διαφορετικούς ανθρώπους , με διαφορετικές ατομικές προσωπικότητες , που έχουν όμως τις ίδιες κοινωνικές και ψυχολογικές ανάγκες.

Η επιστήμη για να κατορθώσει να εξασφαλίσει και να παραθέσει οποιοδήποτε είδος γνώσης , αλλά και για να τεκμηριώσει τις πληροφορίες που συλλέγει σχετικά μ' αυτήν, χρησιμοποιεί : *“ μια ορισμένη μεθοδολογική πορεία με δικούς της μεθοδολογικούς κανόνες : την επιστημονική έρευνα ”*.<sup>1</sup>

Μέσω αυτής συγκεντρώθηκαν και αξιολογήθηκαν στοιχεία που αφορούν στην προσεκτική προσέγγιση των πελατών από επικοινωνιακής πλευράς , από τους επαγγελματίες διαιτολόγους , έχοντας στηριχθεί σε μια προσχεδιασμένη διαδικασία παρατήρησης και ανάλυσης των δεδομένων , που κατορθώνει τελικά να καταλήξει σε μια γραπτή μελέτη.

Η μελέτη αυτή , δεν προτίθεται να παρέμβει , να καθοδηγήσει ή να συμβουλέψει τους διαιτολόγους ως προς τον τρόπο διεξαγωγής του επαγγέλματός τους , αλλά να αποτελέσει μια , όσο το δυνατόν εμπειριστατωμένη πηγή πληροφοριών σε θέματα κοινωνικής ευαισθησίας και αλληλεγγύης , σε θέματα αντιμετώπισης των πελατών όχι σαν μονάδες , αλλά ως προσωπικότητες.

---

<sup>1</sup>Παρασκευόπουλος ,Ι.Ν“Μεθοδολογία επιστημονικής έρευνας”(Αθήνα ,1985)σελ 10.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Πέρα από τις επαρκείς και σαφείς γνώσεις που αποκτά ο επαγγελματίας της Υγείας κατά την διάρκεια της πανεπιστημιακής του πορείας , πέρα από την αδιαμφισβήτητη καλλιέργεια του νου και του πνεύματος , σε όλα τα ανθρωπιστικά επαγγέλματα που σχετίζονται με την υγεία του σώματος υπάρχει και ένας «κρυφός» αλλά εξίσου σημαντικός παράγοντας, που καθιστά τον επαγγελματία πιο ολοκληρωμένο επιστημονικά μα και σαφώς πιο ευαίσθητοποιημένο ψυχικά.

Είναι η γνώση της στενής και αλληλένδετης σχέσης ανάμεσα στην ψυχή και το σώμα , ανάμεσα στον σωματικό πόνο και τον πόνο της ψυχής , ανάμεσα στην ανάγκη για βοήθεια στα μικρά ή μεγάλα , στα όποια οργανικά προβλήματα.

Αυτή η γνώση , πολύπλευρη και πολυπαραγοντική , συχνά μπερδεμένη αλλά και βαθιά υπεύθυνη , μπορεί ταυτόχρονα να αποτελέσει τον συνδετικό κρίκο , το κλειδί για μια αποτελεσματική και ουσιαστική βοήθεια που δύναται να προσφέρει ο επαγγελματίας της Υγείας σε οποιονδήποτε τον καλεί. Δεν παρέχεται σαν γνωστικό αντικείμενο ή πληροφορία , δεν διδάσκεται σαν ύλη ή μεθοδολογία , παρά μόνο ανιχνεύεται σαν ανάγκη , σαν προσπάθεια για επικοινωνία.

Το παρόν σύγγραμμα επιχειρεί να στρέψει την προσοχή των επαγγελματιών διαιτολόγων προς αυτήν την κατεύθυνση και προσπαθεί να αξιολογήσει , να εξετάσει μια επικοινωνιακή μεθοδολογία , μια πρόταση , έναν τρόπο στοχευμένης διαδικασίας διαλόγου στα πλαίσια της Συμβουλευτικής διαδικασίας.

Τα στοιχεία αυτά συγκεντρώθηκαν από την υπάρχουσα βιβλιογραφία και αξιολογήθηκαν κατά το δυνατόν μέσω μιας εξειδικευμένης διαδικασίας ψυχομετρικών ανιχνεύσεων επιστημονικής έρευνας, καταλήγοντας σε ένα **επικοινωνιακό εργαλείο** , όπως ονομάστηκε , **με ένα στόχο** : την ενημέρωση , τον προβληματισμό , την εκκίνηση και την κατεύθυνση της σκέψης των διαιτολόγων , προς μια επαγγελματική πορεία πιο ευαίσθητοποιημένη κοινωνικά , προς μια επικοινωνία πιο ανθρώπινη και πιο βαθιά , προς μια στάση ζωής περισσότερο γεμάτη ψυχικά.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>**

### **ΓΝΩΡΙΜΙΑ ΜΕ ΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΤΟΥ**

### **ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΟΥ.**

**Η ανάγκη ύπαρξης του επαγγέλματος , μια σύντομη ιστορική αναδρομή , τοποθέτηση του επαγγέλματος στην σύγχρονη κοινωνία , κανόνες δεοντολογίας**

Η πηγαία ανθρώπινη επιθυμία για την συμφιλίωση με την εξωτερική εμφάνιση, το «εξωτερικό περίβλημα», γέννησε όλα εκείνα τα επαγγέλματα που ασχολούνται με την περιποίηση και την φροντίδα του σώματος. Ταυτόχρονα, η άμεση συσχέτιση του υπερβάλλοντος βάρους και της παχυσαρκίας με την υγεία, οι εξελίξεις στον τομέα της ιατρικής που αποκαλύπτουν την σημασία της διατροφής στην υγεία του ατόμου, απαιτούν πια την καθιέρωση του επαγγέλματος του διαιτολόγου-διατροφολόγου στην σύγχρονη κοινωνία.

Τα θέματα της ομορφιάς και της υγείας ήταν ανέκαθεν ελκυστικά, μυστήρια αλλά και προσφιλή στους διάφορους λαούς , συχνά συσχετισμένα με την καλή σωματική-οργανική υγεία , την ευεξία αλλά και την ψυχολογία , ενώ έπαιζαν και παίζουν πρωταρχικό ρόλο στην διαμόρφωση των διαπροσωπικών ανθρώπινων σχέσεων , από την αρχαία Ελλάδα , την Αίγυπτο και την Ινδία , ως την Ρώμη , την Αμερική και την Ασία , από τα αρχαία Ελληνιστικά χρόνια , τον μεσαίωνα , την Αναγέννηση και την Βυζαντινή Αυτοκρατορία , μέχρι την σύγχρονη εποχή και ιστορία.

Μαγικές μαγειρικές συνταγές , παράξενα φυτικά παρασκευάσματα , ακόμη και φίλτρα βγαλμένα από σκονισμένα βιβλία και αυτοσχέδια εγχειρίδια , σπάνιοι καρποί και βότανα που φύονται σε απομακρυσμένες γωνιές του πλανήτη, συχνά επεξεργασμένα με διάφορους τρόπους που διαδίδονται από στόμα σε στόμα , παράξενα , «θαυματουργά» αφεψήματα από βότανα και μαντζούνια , ευεργετικό μπάνιο με γάλα και μέλι στα πετρόχτιστα ιαματικά λουτρά , ατμόλουτρα αλλά και χαλαρωτική μάλαξη με έλαια και κονιορτοποιημένους καρπούς φρούτων , ξεπηδούν από τις ιστορικές αναδρομές και τις έρευνες του παρελθόντος.

Ακροβατούν ανάμεσα στην μαγεία και την πραγματικότητα, προκαλούν άλλοτε έκπληξη και απορία , άλλοτε θαυμασμό για την πρωτοπορία και την μεθοδολογία , μα παραμένουν πάντοτε , μόνιμη ισχυρή απόδειξη της ανάγκης του ανθρώπου να ανακαλύψει και να κατέχει το «αιώνιο μυστικό της μακροζωίας».

Γυρίζουν συχνά για να μας θυμίσουν ότι από τότε μέχρι σήμερα μπορεί να άλλαξε ο τρόπος σκέψης , η τεχνολογία και η τεχνογνωσία , όμως κάτι παρέμεινε το ίδιο : είναι ο στόχος της παράτασης της ζωής , η βελτίωση της εξωτερικής εμφάνισης , η διατήρηση της φρεσκάδας και της νιότης , αλλά ταυτόχρονα και η προαγωγή της εσωτερικής ισορροπίας , ώστε η ψυχή και το σώμα , η ομορφιά και η υγεία , να συνυπάρχουν αρμονικά.

### ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΟΡΟΥ « ΔΙΑΤΡΟΦΗ - ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑ».

Στην σημερινή εποχή , με την **σύγχρονη έννοια** της , η «*διαιτολογία*» καλύπτει κάθε δραστηριότητα που *«ασχολείται με την επίδραση της διατροφής στην ανάπτυξη , διατήρηση και υγεία του ανθρώπινου οργανισμού<sup>2</sup>»*.

Στην **πράξη** , σχετίζεται με την σύσταση , την τεχνολογία , την επεξεργασία , διακίνηση και νομοθεσία των τροφίμων στα διάφορα στάδια παραγωγής τους , ενώ παράλληλα περιλαμβάνει και τον σχεδιασμό και την παραγωγή διαιτολογίων για φυσιολογικές και παθολογικές καταστάσεις.

Οι διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις για την προληπτική θωράκιση της υγείας , μοιάζουν να θέλουν να προλάβουν τις - κατά κοινή ομολογία - ανθυγιεινές συνθήκες ζωής και κατ'επέκταση και διατροφής της σημερινής εποχής , οδηγούν παράλληλα στην ανάγκη για την εξέλιξη και την προσεκτική εξειδίκευση του επαγγέλματος.

**Στόχος** της εξειδίκευσης αυτής , είναι η προαγωγή της ανάπτυξης και της μετάδοσης γνώσεων , σχετικές με την τεχνολογία και την επιστήμη , που περιλαμβάνει το γνωστικό αντικείμενο της πρόληψης αρχικά , αλλά και της συμπτωματικής αποκατάστασης , σε δεύτερο λόγο , προβλημάτων που ξεκινούν από την αστοχία σε θέματα διατροφής , διαχείρισης βάρους αλλά

<sup>2</sup> “Οδηγός σπουδών 2004”(Τμήμα εκδόσεων Τ.Ε.Ι.-Θ,2004) σελ 5.

και σε ιατρικά θέματα υγείας που χρήζουν διαιτολογικής αντιμετώπισης.

Η επιστήμη επομένως προχωρά , ερευνά , αφουγκράζεται τις ανάγκες των ανθρώπων , ανακαλύπτει , διορθώνεται από τα λάθη της , βελτιώνεται και είναι σε θέση σήμερα να εκπαιδεύσει με ειδικές γνώσεις και ικανότητες τους επαγγελματίες διαιτολόγους – διατροφολόγους , ώστε να φέρουν σε πέρας το πολύπλευρο έργο τους.

**Σήμερα , με τις παρούσες διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες για την προαγωγή της υγείας και της ευεξίας , με τον καταγισμό των πληροφοριών γύρω από την σημαντικότητα και την σημασία της διατροφής αλλά και της όλης διατροφικής παιδείας στην διαμόρφωση της ευχαρίστησης που προσφέρει η επιθυμητή εικόνα του σώματος , δεν μπορούμε να παραβλέψουμε την ψυχολογική προέκταση της διατροφικής μας συμπεριφοράς.**

Ο επαγγελματίας διαιτολόγος - διατροφολόγος , θα πρέπει να είναι σε θέση , γνωρίζοντας αυτές τις ανθρώπινες ανάγκες , να σταθεί αρωγός , επιστημονικός σύμβουλος , ενίοτε συμπαραστάτης μα και φίλος , σε οποιαδήποτε προσπάθεια στοχεύει στην καλύτερευση του τρόπου διαχείρισης της διατροφής , της ψυχολογικής προέκτασης της , του τρόπου ζωής γενικότερα.



**ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΩΝ ΥΓΕΙΑΣ, ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ**  
**ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ.**

**Σπουδές διαιτολογίας , βασικά σημεία δεοντολογίας και  
 ιδιαίτερα χαρακτηριστικά προσόντα του επαγγελματία  
 διαιτολόγου.**

Το επάγγελμα του διαιτολόγου στην χώρα μας, αναγνωρίζεται από το Κράτος για το λεπτό και σοβαρό επιστημονικό του έργο , για την άμεση συσχέτιση του με την υγεία του ανθρώπου , την οποία άλλωστε και υπηρετεί , καθώς και για το συμβουλευτικό του ρόλο σε θέματα αγωγής και προληπτικής υγιεινής.

Αποτελεί κλάδο της ανώτατης (Π.Ε) αλλά και ανώτερης (Α.Τ.Ε.Ι) βαθμίδας της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης , στην οποία φοιτούν οι σπουδαστές που επιτυγχάνουν τον βαθμό εισαγωγής με εισακτήριες εξετάσεις είτε από το Ενιαίο Λύκειο (Ε.Λ) είτε από τα τεχνικές επαγγελματικές σχολές (Ε.ΠΑ.Σ) κατόπιν εξετάσεων ή με κατατακτήριες εξετάσεις από άλλα ιδρύματα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Το τμήμα Διατροφής και Διαιτολογίας , όπως είναι το πλήρες όνομα του , των Ανωτέρων Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων , λειτουργεί στην Θεσσαλονίκη<sup>3</sup> και την Σητεία<sup>4</sup> σαν επιμέρους τμήμα της σχολής Τεχνολογίας Τροφίμων – Διατροφής (Σ.ΤΕ.ΤΡΟ-Δ) και της Σχολής Επαγγελματών Υγείας και Πρόνοιας (Σ.Ε.Υ.Π) αντίστοιχα.

Η διάρκεια φοίτησης στο τμήμα , σύμφωνα με την παρούσα ισχύουσα νομοθεσία<sup>5</sup> , ορίζεται στα 8 (οχτώ) εξάμηνα σπουδών, εκ των οποίων τα επτά πρώτα περιλαμβάνουν θεωρητική και εργαστηριακή κατάρτιση στα μαθήματα του κλάδου , ενώ το όγδοο και τελευταίο περιλαμβάνει πρακτική άσκηση σε εξειδικευμένο και επιστημονικά κατάλληλο χώρο ασκήσεως του επαγγέλματος.

<sup>3</sup>. Θεσσαλονίκη : [http:// www.teithe.gr](http://www.teithe.gr) , Σίνδος , Po Box 14561 , GR – 54101 , Macedonia , Greece , Ph: 791100 .

<sup>4</sup>. Κρήτη , Σητεία : [http:// www.dd.teither.gr](http://www.dd.teither.gr) , Κονδυλάκη 46 , Τ.Κ. 72300

<sup>5</sup> ΝΔ 361\1969 άρθρο 4

## **NOMΟΘΕΣΙΑ-NΟΜΟΛΟΓΙΑ.**

Από νομοθετικής πλευράς το επάγγελμα του διαιτολόγου - διατροφολόγου εξασφάλισε τα δικαιώματά του καθώς υπάγεται στα επαγγέλματα Υγείας και Πρόνοιας , πλαισιωμένο από την ισχύουσα νομοθεσία<sup>6</sup> η οποία ορίζει ρητά τα ειδικά καθήκοντα και κατοχυρώνει τα επαγγελματικά δικαιώματα των αποφοίτων σπουδαστών. **Η ένταξη του γνωστικού αντικειμένου του Τμήματος στις Επιστήμες Υγείας (αντί στις Τεχνολογικές Επιστήμες που ανήκε από την ίδρυση του) με την ΥΑ Β3/3925/1998, μετά από αίτηση του Τμήματος<sup>7</sup> , οδήγησε σε αναμόρφωση του προγράμματος σπουδών του , ενώ τα ζητήματα δεοντολογίας του κλάδου υπαγορεύονται πλέον από τον Κώδικα Δεοντολογίας της Υγείας.**

## **ΚΩΔΙΚΑΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ.**

Τα επαγγέλματα της Υγείας παρουσιάζουν κάποιες ουσιαστικές διαφορές και ιδιαιτερότητες σε σχέση με τα υπόλοιπα επαγγέλματα , όχι μόνο από άποψη νομοθετική αλλά και από την πλευρά της ίδιας της διεξαγωγής τους. Η άμεση , καθημερινή επαφή με τον άνθρωπο , με τον πολίτη που ζητά βοήθεια σε θέματα υγείας , η ευθύνη τόσο για την προάσπιση όσο και την προαγωγή της , δημιουργεί στον επαγγελματία ηθικά διλήμματα και τον καθιστά υπεύθυνο ως προς τις πράξεις και τα ενδεχόμενα λάθη του. Τούτο γιατί το πραγματικό αντικείμενο απασχόλησης του είναι έμπυχο. Είναι ο άνθρωπος , ο ασθενής ή πελάτης , ο χρήστης των υπηρεσιών Υγείας.

Η πολιτεία επιχειρώντας να προστατεύσει νομικά τους επαγγελματίες της Υγείας αλλά και να εξασφαλίσει την ομαλή διεξαγωγή του λειτουργήματός τους , έχει συγκροτήσει ένα σύνολο από αρχές και κανόνες δικαίου , ώστε να αποσαφηνίσει τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις επαγγελματιών αλλά και ασθενών-πελατών. Είναι ο **Κώδικας Δεοντολογίας της Υγείας<sup>8</sup>**

<sup>6</sup> ΠΔ 78/1989 , (ΦΕΚ 36/7-2-1989/τ.Α’).

<sup>7</sup> [http : // www.nutr.teithe.gr/h\\_exelixi.htm](http://www.nutr.teithe.gr/h_exelixi.htm)

<sup>8</sup> Αλεξιάδης , Αρ. “Δίκαιο της Υγείας - Δεοντολογία της Υγείας - Νομοθεσία Νομολογία.” (εκδοτικός οίκος Δημόπουλου Μ. , Θεσσαλονίκη , 2000) σελ. 23.

Μίχου , Τ. “Μαθήματα Δεοντολογίας.” (1989) σελ.13.

(νομοθετικά αποτελεί κλάδο του Δικαίου της Υγείας) που αναφέρεται σε όλα τα ιατρικά και παραϊατρικά επαγγέλματα και αφορά σε όλα τα στελέχη της Υγείας , μεταξύ αυτών -με ειδικά άρθρα- και στους διαιτολόγους.

Συμπερασματικά ο Κώδικας Δεοντολογίας της Υγείας προσφέρει:

- ♦ ρύθμιση του τρόπου λειτουργίας των στελεχών της Υγείας κατά την άσκηση του επαγγέλματος τους όσον αφορά στην συμπεριφορά τους προς όλους ,
- ♦ εγγύηση και ασφάλεια περί την εκτέλεση του έργου τους ώστε αυτό να επιτελείται με επιτυχία ,
- ♦ δημιουργία κλίματος άριστης συμπεριφοράς προς τους συναδέλφους , ασθενείς ή πελάτες ,
- ♦ γνώση περί του τι πρέπει να πράττουν ή να αποφεύγουν κατά την εκτέλεση του έργου τους ώστε να ελαχιστοποιήσουν τις ρήξεις και τις προστριβές ,
- ♦ διαμόρφωση μιας δημιουργικής επαγγελματικής προσωπικότητας , ικανής να συντελέσει στην πρόοδο και την περαιτέρω εξέλιξη κάθε επιμέρους κλάδου.

Όμως η Δεοντολογία της Υγείας δεν ορίζει μόνο δικαιώματα και υποχρεώσεις , δεν επιλύει μόνο νομικά θέματα. Προσπαθώντας να ευαισθητοποιήσει τους επαγγελματίες , καθιστά σαφές -μέσω ειδικών άρθρων- ότι η παροχή ψυχολογικής βοήθειας και στήριξης είναι ιδιαίτερα σημαντική , ότι η διαπροσωπική επικοινωνία επιβάλλεται να υπάρχει αλλά και ότι πρέπει πάντα να προστατεύεται και να διαφυλάσσεται η προσωπικότητα του κάθε ατόμου. Αναφέρει ρητά σε άρθρο<sup>9</sup> γνωστοποίησης των γενικών καθηκόντων των επαγγελματιών της Υγείας :

---

<sup>9</sup> Αλεξιάδης , Αρ. “Δίκαιο της Υγείας - Δεοντολογία της Υγείας - Νομοθεσία Νομολογία” (εκδοτικός οίκος Δημόπουλου Μ. , Θεσσαλονίκη , 2000) σελ.135-136.

Προς τους επαγγελματίες της Υγείας :

“...οφείλουν να παρέχουν τις υπηρεσίες τους στον συνάνθρωπο κατά τρόπο που να συνάδει στην αποστολή τους ως στελεχών της Υγείας , να συμβάλλουν με την συμπεριφορά τους **στην δημιουργία ευχάριστου κοινωνικού περιβάλλοντος** που θα βοηθήσει στην αποκατάσταση της υγείας των ασθενών-πελατών , **όπως και του ηθικού αυτών...**” ,

“...οφείλουν να σέβονται την τιμή και την **προσωπικότητα** του ανθρώπου...” .

Η πληροφόρηση αυτή σχετικά με τα δεοντολογικά ζητήματα, την νομοθεσία , τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των επαγγελματιών της Υγείας και κατ’ επέκταση και των διαιτολόγων, συγκεντρώθηκε για να αποδώσει την ευθύνη των επαγγελμάτων αυτών απέναντι στον πολίτη , να τονίσει τον συσχετισμό ανάμεσα στον επαγγελματισμό - με την υγεία ως υπέρτατο αγαθό.

Σε κάθε οργανωμένη κοινωνία του πολιτισμένου κόσμου , εκτός από τους έγγραφους νόμους και τους κώδικες που συγκροτούνται για να εξασφαλίσουν την ομαλή λειτουργία του κοινωνικού συνόλου , υπάρχει και πλήθος άλλων , οι οποίοι αποτελούν τους **άγραφους κανόνες συμπεριφοράς**. Οι κανόνες αυτοί δεν ορίζονται από άρθρα και διατάξεις , δεν τιμωρούν όσους δεν θέλουν να τους ακολουθήσουν. Αφορούν όλα εκείνα τα **ιδιαίτερα στοιχεία**<sup>10</sup> της προσωπικότητας και του τρόπου συμπεριφοράς μας , που βοηθούν στην δόμηση μιας ουσιαστικής επικοινωνίας , στην δημιουργία ηθικά σωστών και αληθινών διαπροσωπικών σχέσεων , αλλά και στην διατήρηση της επαγγελματικότητας μας . Οδηγούν στην επίτευξη των στόχων που θέτουμε , βάζουν στην ζωή μας τον ανθρώπινο , συναισθηματικό παράγοντα και ανταμείβουν με ψυχικό αντίτιμο κάθε ενέργεια μας.

<sup>10</sup> Αλεξιάδης , Α. “Δίκαιο της Υγείας - Δεοντολογία της Υγείας - Νομοθεσία Νομολογία” (εκδοτικός οίκος Δημόπουλου Μ. , Θεσσαλονίκη , 2000) σελ 32-33,  
Κάλουρη-Αντωνοπούλου , Ρ. “Στοιχεία γενικής και επαγγελματικής ψυχολογίας” ,  
(Β’ έκδοση , εκδόσεις Έλλην , ΑΘΗΝΑ , 1989) σελ 209-214.

## ΠΡΟΣΟΝΤΑ , ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ ΕΝΟΣ ΣΩΣΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑ.

Όπως σε κάθε πτυχή της κοινωνικής ζωής , έτσι και στις επαγγελματικές σχέσεις και σταδιοδρομίες , θα πρέπει ορισμένα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του κάθε ατόμου να συμβαδίζουν με τα ζητούμενα από τον εκάστοτε επαγγελματικό χώρο. Τα χαρακτηριστικά αυτά έχουν να κάνουν , εκτός των άλλων , με τις γνώσεις περί του αντικειμένου της δουλειάς , τον τρόπο συμπεριφοράς μέσα στο επαγγελματικό πεδίο , **την ικανότητα για επικοινωνία** , την αντίληψη και την εξυπνάδα , αλλά και με το εργασιακό ήθος.

Πάνω από όλα όμως , ο σωστός επαγγελματίας πρέπει να αγαπά την εργασία του και να την θεωρεί παράγοντα συναισθηματικής ολοκλήρωσης. Σε αντίθετη περίπτωση , τα προβλήματα που δημιουργούνται επιδρούν όχι μόνο στην επαγγελματική , αλλά και στην κοινωνική ζωή του . Τα άτομα που δεν χαίρονται την εργασία τους , δεν είναι παραγωγικά και αποδοτικά , δεν ανανεώνουν ποτέ τον τρόπο δουλειάς τους , δεν είναι δημιουργικοί επαγγελματίες. Σημαντικότατο συνεπώς σημείο της καλής απόδοσης κάθε εργαζομένου , είναι η ευχάριστη σχέση του με την εργασία.

Στην προσπάθεια μας να ενημερώσουμε και να οδηγήσουμε τους ενδιαφερόμενους αναγνώστες προς αυτή την κατεύθυνση , θα παραθέσουμε τα προσόντα που θεωρούνται ως τα σημαντικότερα για μια πιο επιτυχημένη επαγγελματική και κοινωνική πορεία του επαγγελματία διαιτολόγου.

Ο επαγγελματίας λοιπόν διαιτολόγος - διατροφολόγος , για να είναι σε θέση να φέρει σε πέρας το ευρύτερο κοινωνικό έργο που επωμίζεται σαν στέλεχος της υγείας , είναι σκόπιμο να έχει και αυτός , αυτά τα ιδιαίτερα στοιχεία που να συνθέτουν την προσωπικότητα και να διακρίνουν την συμπεριφορά του απέναντι σε όλους. Παράλληλα τα στοιχεία αυτά θα τον βοηθήσουν να παρέχει την πολύτιμη ψυχολογική στήριξη στους πελάτες του , θέτοντας τις βάσεις μιας επιτυχημένης καριέρας.

**Τα κυριότερα προσόντα ενός σωστού επαγγελματία  
διαιτολόγου-διατροφολόγου:**

- ♦ **φυσικά στοιχεία** : θα πρέπει να έχει καλή υγεία.
- ♦ **εξωτερική εμφάνιση** : οπωσδήποτε πρέπει να είναι ιδιαίτερα φροντισμένη χωρίς όμως υπερβολές. Συγκρατημένα εντυπωσιακή , χαρούμενη , καθαρή μα ποτέ εκκεντρική. Θα πρέπει να δίνει την αίσθηση της αμεσότητας για να μην απομακρύνει ψυχικά τους πελάτες.
- ♦ **τρόποι συμπεριφοράς** : έντιμη , ειλικρινής συμπεριφορά , ομιλία που να είναι σαφής και ξεκάθαρη , με πειθώ , πειστικότητα και σίγουρα επιχειρήματα. Θα πρέπει να απουσιάζει η διάθεση για κουτσομπολιό , η αρνητικότητα και η επιθετικότητα , τα υπονοούμενα και τα λόγια που θα μπορούσαν να θίξουν την προσωπικότητα των πελατών , αλλά και από την άλλη πλευρά η υπερευαισθησία. Σημαντικότερο επίσης προσόν είναι η σωστή γραμματική σύνταξη και χρήση του λεξιλογίου. Όσον αφορά στις κινήσεις του σώματος και τις χειρονομίες , θα πρέπει να μην είναι υπερβολικές αλλά να εμπνέουν εμπιστοσύνη και σιγουριά , ενώ οι εκφράσεις του προσώπου να προδίδουν το ειλικρινές ενδιαφέρον για τον πελάτη. Η άμεση εκπλήρωση των επιθυμιών του , η ταχύτητα και η σωστή οργάνωση του χρόνου , θα πρέπει να είναι οι κύριοι στόχοι.
- ♦ **πνευματικά στοιχεία** : εδώ συμπεριλαμβάνονται ορισμένες διανοητικές ικανότητες , όπως η κριτική σκέψη για την αντιμετώπιση προβλημάτων , η γρήγορη νόηση σε συνδυασμό με τις γνώσεις περί του αντικειμένου για την σωστή προσέγγιση και ανάλυση των περιπτώσεων , η μνήμη και η οργανωτικότητα για την διεξαγωγή των ατομικών προγραμμάτων διατροφής. Δεν θα πρέπει όμως να λείπει το θάρρος για την ανάληψη πρωτοβουλιών και την δοκιμή νέων πραγμάτων καθώς και διάθεση και η όρεξη για συνεχή ενημέρωση και εξέλιξη.
- ♦ **ψυχικά στοιχεία** : η ευσυνειδησία , η αίσθηση του καθήκοντος, η σοβαρότητα και η εχεμύθεια με τις οποίες πρέπει να αντιμετωπίζονται οι πελάτες , η επαγγελματική διαφάνεια και η φιλαλήθεια που πρέπει να διακρίνουν τις πράξεις του , η υπομονή

και η επιμονή για την αντιμετώπιση των δύσκολων καταστάσεων ή των «δύσκολων» ανθρώπων , η αυτοκυριαρχία και ο βαθμός ευθύνης κατά την άσκηση του καθήκοντος , είναι μεν σπάνια προσόντα , μα απαραίτητα για τον κάθε επαγγελματία , πόσο μάλλον αυτόν της υγείας. Το βασικότερο όμως ψυχικό γνώρισμα του –και αυτό ακριβώς που προσπαθεί να τονισθεί σε αυτό το σύγγραμμα– είναι η δεξιότητα της επικοινωνίας. Η διάθεση προσωπικής επαφής με τον πελάτη , η αποδοχή της γνώσης πως αυτό που δείχνουμε εξωτερικά , επηρεάζει το πως νοιώθουμε εσωτερικά , αλλά και η υιοθέτηση της αντίληψης πως κάθε πελάτης-ασθενής πρέπει να φεύγει από τον χώρο μας όχι μόνο σωματικά πληρέστερος , αλλά και ψυχικά ευδαιμονέστερος.

♦ **εργασιακό ενδιαφέρον** : σε κάθε φάση της σταδιοδρομίας του, ο επαγγελματίας θα πρέπει να διερευνά , να ενημερώνεται , να θέτει στόχους σχετικά με τον τρόπο δουλειάς του και να αγωνίζεται να τους πραγματοποιήσει , δίνοντας παράλληλα ιδιαίτερη έμφαση στις δημόσιες σχέσεις είτε με πελάτες-ασθενείς και συναδέλφους είτε με προμηθευτές ή συνεργάτες.

♦ **αντίληψη** : ο σωστός επαγγελματίας διατολόγος θυμάται πάντοτε τα ονόματα των πελατών του , τα ιδιαίτερα σωματικά χαρακτηριστικά τους , τις επιθυμίες αλλά και τις ανησυχίες τους. Κατανοεί τι ακριβώς αντιπροσωπεύει ο ίδιος για τον πελάτη , και γνωρίζει τις ανάγκες που καλύπτει με το αντικείμενο της δουλειάς του. Ενδιαφέρεται για την ψυχολογική φροντίδα των πελατών του, γι' αυτό και αφιερώνει χρόνο για να γνωρισθεί μαζί τους. Ο σωστός επαγγελματίας διατολόγος δεν ξεχνά ποτέ ότι η σωματική - και μέσα από αυτήν- η ψυχική ικανοποίηση του πελάτη , δεν είναι ένας τρόπος για να επιτύχει κάποιο ιδιοτελή στόχο. Είναι ο ίδιος ο στόχος.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>**

### **Η ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΕΠΑΦΗ ΣΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

### **ΤΟΥ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΟΥ.**

**Αναγνώριση των ανθρώπινων σχέσεων στο εργασιακό περιβάλλον του διαιτολόγου, βασικές έννοιες και στοιχεία της επικοινωνίας, ανάπτυξη και εξήγηση της δεξιότητας της, φραγμοί επικοινωνίας**

Σε κάθε πτυχή της ζωής μας, σε όλες τις εκδηλώσεις ή δραστηριότητες που γεμίζουν τη μέρα μας, σε οποιοδήποτε χώρο βρισκόμαστε και κινούμαστε ή δουλεύουμε, με τον καθένα που βρίσκεται κοντά μας, δίπλα μας, καθημερινά, επικοινωνούμε. Λαμβάνουμε, μεταφράζουμε, επεξεργαζόμαστε και στέλνουμε μηνύματα, με σκοπό να μοιραστούμε γεγονότα, εμπειρίες, γνώμες, να βοηθήσουμε και να βοηθηθούμε ή να μάθουμε, να αναπτύξουμε δηλαδή κάθε μορφής **Ανθρώπινες Σχέσεις**<sup>11</sup>.

Οι Ανθρώπινες Σχέσεις συνιστούν ένα περίπλοκο σύστημα επικοινωνίας με δική του δομή και οργάνωση, που καθορίζει τον τρόπο συμπεριφοράς και ενέργειας των εμπλεκόμενων ατόμων, στηριζόμενο σε δύο βασικές αρχές: στην αποδοχή της ατομικής διαφορετικότητας και στον σεβασμό της ανθρώπινης αξιοπρέπειας. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη των σχέσεων αυτών, είναι η σωστή γνώση και ο χειρισμός της επικοινωνίας.

#### **ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΜΩΣ Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ;**

#### **ΤΙ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΩ;**

Η λέξη επικοινωνία προέρχεται από το ουσιαστικό: κοινός (-κοινωνώ), έρχομαι δηλαδή σε επαφή με κάποιον για να πληροφορηθώ, για να μάθω. Να μεταδώσω και να ανταλλάξω πληροφορίες -μηνύματα- με άτομα, να γίνω ο πομπός ή ο δέκτης των μηνυμάτων αυτών και να τα επεξεργαστώ με σκοπό να τα αναμεταδώσω.

Μέσω της επικοινωνίας λοιπόν **πληροφορούμαστε, εκφραζόμαστε, αποκωδικοποιούμε.** Μεταδίδουμε γνώμες,

<sup>11</sup> Κάλουρη-Αντωνοπούλου, Ρ. “Στοιχεία Γενικής και Επαγγελματικής Ψυχολογίας” (Β’ έκδοση, εκδόσεις Έλλην, ΑΘΗΝΑ, 1989) σελ.191.



**συμφωνούμε ή διαφωνούμε.** Ανταλλάσσουμε πληροφορίες , δημιουργούμε κοινωνικές ομάδες με βάση κοινούς κώδικες , αλλά και κοινούς κώδικες με βάση κοινωνικές ομάδες. **Αλληλεπιδρούμε.** Όχι μόνο με γλωσσικά σημεία ανταλλαγής εννοιών και απόψεων, αλλά και με μη λεκτικά , όπως οι χειρονομίες , τα βλέμματα , ο τόνος της φωνής. **Αλληλοσυμπληρωνόμαστε.** Όμως όλοι μας μέσω της επικοινωνίας λειτουργούμε με βάση νόμους και κανόνες που υπαγορεύονται από τα διάφορα κοινωνικά συστήματα και αφορούν πολιτισμούς , ομάδες αλλά και συνθήκες , όπως ο χώρος και ο χρόνος. **Περιοριζόμαστε.** Ανοίγουμε νέους ορίζοντες γνώσης. **Εξελισσόμαστε.**

Η **επικοινωνία**<sup>12</sup> δεν είναι ιδιαίτερα απαιτητική. Χρειάζεται έναν πομπό , έναν δέκτη για το μήνυμα , μια κοινή γλώσσα επικοινωνίας , το κατάλληλο συναισθηματικό κλίμα , διάθεση και αντίληψη.

Ο καθορισμός της κοινής γλώσσας επικοινωνίας είναι ίσως το πιο δύσκολο σημείο , γιατί πρέπει να υπακούει στους δύο βασικούς κανόνες που είδαμε πριν : την αποδοχή της διαφορετικότητας και τον σεβασμό της αξιοπρέπειας και της προσωπικότητας του συνομιλητή. Η διάθεση για επικοινωνία είναι η απαραίτητη προϋπόθεση , ενώ το κατάλληλο συναισθηματικό κλίμα περιλαμβάνει την αθέατη πλευρά της προσωπικότητας μας τα συναισθήματα , δηλαδή , που «βγάζουμε» λαμβάνοντας και εκπέμποντας μηνύματα. Όμως το κλειδί , το μυστικό , της επιτυχημένης επικοινωνίας , είναι η αντίληψη.

Όλοι είμαστε σε θέση να επικοινωνούμε με τους συνανθρώπους μας σε κάποιο βαθμό. Όλοι μπορούμε να εκφράσουμε και να ανταλλάξουμε απόψεις. Λίγοι όμως άνθρωποι είναι εκείνοι που καταφέρνουν να αντιληφθούν το μήνυμα σε όλο του το εύρος , να το μεταδώσουν με τρόπο κατανοητό ώστε να ανοίξουν νέους δρόμους γνώσεων , δημιουργώντας ταυτόχρονα κλίμα σεβασμού και εμπιστοσύνης. **Λίγοι άνθρωποι κατορθώνουν τελικά να χρησιμοποιήσουν την επικοινωνία σαν εργαλείο καθοδήγησης και ουσιαστικής βοήθειας , χωρίς να μειώνουν ,**

<sup>12</sup> Κάλουρη-Αντωνοπούλου, Ρ. “Στοιχεία Γενικής και Επαγγελματικής Ψυχολογίας.”, (Β΄ έκδοση , εκδόσεις Έλλην , ΑΘΗΝΑ 1989) σελ.187-224.

Ταντανάσης ,Θ. Δρ. “Η γνώση είναι Δύναμη” , (Β΄ Έκδοση , Ελληνικά Γράμματα , 1999) σελ. 145-151.

να επιτάσσουν , να κριτικάρουν ή να τιμωρούν. Λίγοι άνθρωποι μπορούν να γίνουν τελικά , κοινωνοί.

### Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΟΝ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟ ΧΩΡΟ.

Μεταξύ ατόμων , ομάδων και κοινωνικών συνόλων δημιουργούνται όπως είδαμε , άτυπες αλληλεπιδράσεις , ιδιόμορφες και πολύπλοκες που έχουν ως αφετηρία την επικοινωνία και συνιστούν τις Ανθρώπινες Σχέσεις.

Είναι αναμενόμενο λοιπόν και στον εργασιακό χώρο να δημιουργούνται οι κατάλληλες προϋποθέσεις ανάπτυξης τέτοιων κοινωνικών σχέσεων , ανάμεσα σε επαγγελματίες , συνεργάτες και πελάτες , ανάμεσα σε όλους όσους βρίσκονται στο εργασιακό περιβάλλον.

**Η εργασιακή επικοινωνία έχει δικούς της κανόνες.** Πρέπει να στηρίζεται στην ελικρινή ανταλλαγή πληροφοριών , στην αλήθεια και παράλληλα στην εχεμύθεια , να δημιουργεί κλίμα εμπιστοσύνης και αμοιβαίου σεβασμού , να ανοίγει δρόμους εναλλακτικών λύσεων δίνοντας ταυτόχρονα και την δυνατότητα λήψης αποφάσεων. Να αφήνει χώρο για έκφραση και κορύφωση συναισθημάτων, αλλά και -πάνω απ' όλα- να δίνει προσοχή στις ανάγκες των εμπλεκομένων και όπου αυτές δεν είναι ξεκάθαρες , να βοηθά στην ανίχνευση τους.

Ο οποιοσδήποτε λοιπόν επαγγελματίας -και περισσότερο αυτός της Υγείας- έχει τον τρόπο και την ικανότητα μέσα στον χώρο εργασίας του να επικοινωνεί με τους συνανθρώπους-πελάτες -ασθενείς του πάνω σε μια τέτοια βάση , σίγουρα έχει την δυνατότητα να προσφέρει , να βοηθήσει και να αποδώσει.

Θα μπορούσαμε λοιπόν να πούμε , ότι οι σωστά δομημένες εργασιακές-επικοινωνιακές σχέσεις , μπορούν να διευκολύνουν την ανοχή και την ανεκτικότητα , την αποδοχή του αλλού , να βοηθήσουν στην δημιουργία μιας ευνοϊκής ατμόσφαιρας για όλους. Από την πλευρά του και ο επαγγελματίας βγαίνει κερδισμένος , καθώς ανταμείβεται από τους ίδιους τους πελάτες και συνεργάτες του με εκτίμηση , εμπιστοσύνη , φιλία και αγάπη , ενώ μπορεί να αξιοποιήσει τις γνώσεις και τα προσόντα του για την περαιτέρω οργάνωση και εξέλιξη της επιχείρησής του. Εκτός όμως από την υψηλή παραγωγικότητα , ο επαγγελματίας κερδίζει και σε ψυχικά αποθέματα. Άλλωστε η εργασία θα πρέπει να

αποτελεί για όλους μας παράγοντα συναισθηματικής ολοκλήρωσης.

**Βγαίνει όμως ο επαγγελματίας χαμένος; Ίσως σε κόπο ,  
χρόνο και συναισθήματα;**

Εύλογο το ερώτημα , μα σαφής η απάντηση. **Η επικοινωνία είναι αμφίδρομη , διπολική.** Βρισκόμαστε εκεί για να ακούσουμε , να βοηθήσουμε μέσα από την δουλειά μας και να δώσουμε , αλλά ταυτόχρονα επεξεργαζόμαστε όλα αυτά τα δεδομένα που γυρίζουν πίσω σε μας σαν πληροφορίες ή συναισθήματα. **Μαθαίνουμε.** Σε άλλες στιγμές , κάποιοι άλλοι άνθρωποι αφιερώνουν για εμάς χρόνο , κόπο και συναισθήματα για να μας ακούσουν. **Αμοιβόμαστε.**

Σχετικές κοινωνιολογικές και ψυχολογικές έρευνες , προσπάθησαν να αποδείξουν την σημαντικότητα της σωστής επικοινωνίας στον εργασιακό χώρο. Να ερευνήσουν την φύση των δεσμών που αναπτύσσονται στο εργασιακό πεδίο , τις ανάγκες που οδηγούν στην επικοινωνία αυτή , καθώς και το ακριβές της είδος.

Οι έρευνες ξεκίνησαν από την υπόδειξη πως οι ελεύθεροι επαγγελματίες , μεταξύ αυτών και πο επαγγελματίες διαιτολόγοι-διατροφολόγοι , προσπαθούν να συσχετίσουν τις κοινωνικές σχέσεις του σπιτιού , της γειτονιάς και της κοινωνικής τους τάξης , με αλλά πρόσωπα ή ομάδες , χρησιμοποιώντας διάφορες μορφές επικοινωνίας και με απώτερο σκοπό να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους. Οι προσπάθειες αυτές των επαγγελματιών να υπερβούν τα φυσικά όρια του χώρου τους , ονομάστηκαν από τους ερευνητές : δίκτυα **εργασιακών-επαγγελματικών σχέσεων**<sup>13</sup>.

Η μελέτη της δομής αυτών των δικτύων , εξήγαγε χρήσιμα συμπεράσματα για πολλά αναπάντητα -μέχρι τότε- ερωτήματα , μεταξύ άλλων και για τις ηθικές αρχές που ρυθμίζουν τις διαπροσωπικές σχέσεις , την αλληλεπίδραση και αναθεώρηση στάσεων και τρόπων ζωής τόσο από τους επαγγελματίες , όσο και από τους πελάτες , αλλά και για την αποτελεσματικότητα της ψυχολογικής βοήθειας που προσφέρεται στον εργασιακό χώρο.

<sup>13</sup> Πετρονώτη , Μ. “Δίκτυα κοινωνικών σχέσεων : Όψεις και αλληλεπιδράσεις με την διαδικασία επαγγελματικής κινητικότητας.” Έρευνα για τα κοινωνικά χαρακτηριστικά της απασχόλησης. (Αθήνα , Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών , ΕΚΚΕ , 1995) σελ.1-10.

Σαν γενικό συμπέρασμα όλων αυτών , αποδείχθηκε ότι ο πιο άριστα «δικτυωμένος» ελεύθερος επαγγελματίας , αυτός δηλαδή που παρουσιάζει ένα πολύ μεγάλο πελατειακό πλέγμα , είναι **αυτός που επικοινωνεί με τον πιο σωστό τρόπο**. Διακινεί πληροφορίες και γνώσεις για το αντικείμενο του χωρίς φειδώ , δημιουργεί ευχάριστο συναισθηματικό περιβάλλον συζήτησης , βρίσκεται εκεί για να ακούσει πρώτα και ύστερα να επέμβει , είναι σε θέση να προσφέρει ουσιαστικές λύσεις σε προβλήματα , δεν είναι απρόσωπος , ενώ γνωρίζει πως να στηρίζει ψυχολογικά όπου και όταν χρειασθεί , αναπτύσσοντας πολλές φορές και συναισθηματικούς δεσμούς με τους πελάτες του που προεκτείνονται και έξω από τον χώρο της δουλειάς του.

Συγκρίνοντας επαγγελματίες στον ίδιο εργασιακό χώρο , με τις ίδιες προοπτικές ανάπτυξης , οι έρευνες αυτές αποδεικνύουν πως μόνο η κατοχή πτυχίων ή οικονομικών κεφαλαίων δεν είναι αρκετά για να καταξιώσουν κάποιον. Εξίσου σημαντική κρίνεται και η γνώση της **Δεξιότητας της Επικοινωνίας**.

Η σωστή συνεπώς ανάπτυξη των δικτύων επαγγελματικών σχέσεων , μέσα από την χρησιμοποίηση της δεξιότητας της επικοινωνίας , καταξιώνει τον επαγγελματία ανάμεσα σε πελάτες και συνεργάτες. Προτρέπει στην κοινωνική βοήθεια και την διατήρηση των αξιών , διαπλάθει την προσωπικότητα και την επαγγελματική ταυτότητα του εργαζομένου , ενώ οδηγεί στην αναγνώριση της ποιότητας της δουλειάς του.

### **ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΟΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΟΥ- ΔΙΑΤΡΟΦΟΛΟΓΟΥ.**

Το γραφείο του διαιτολόγου είναι ένας επαγγελματικός χώρος αγωγής και προαγωγής της υγείας. Ταυτόχρονα είναι και ένας τόπος όπου μπορούμε να αφιερώσουμε χρόνο για την κατανόηση και συζήτηση των προβλημάτων , που αφορούν κυρίως στην διατροφική συμπεριφορά και την υγεία και που μας απασχολούν.

Μέσα από την εσωτερική μας ανάγκη να προσέχουμε τον εαυτό μας , να είμαστε και να δείχνουμε όμορφοι και υγιείς , να ακτινοβολούμε ενέργεια και δύναμη , ρωτάμε , μαθαίνουμε , παίρνουμε συμβουλές με σκοπό να καλυτερέψουμε την εξωτερική εμφάνιση και κατ' επέκταση την ψυχολογία μας.

Ο επαγγελματίας διαιτολόγος πρέπει να είναι εκεί για να ικανοποιεί αυτές ακριβώς τις επιθυμίες. Να θέλει αλλά και να μπορεί να βοηθήσει. Να δημιουργεί το κατάλληλο κλίμα συζήτησης και επικοινωνίας , ώστε να είναι σε θέση να συμβουλεύει βρίσκοντας λύσεις και ειδικά προγράμματα διατροφής κατάλληλα προσαρμοσμένα στην ατομικότητα των πελατών. Να αποφορτίζει από το άγχος που δημιουργούν τα προβλήματα της εξωτερικής εμφάνισης , να εντοπίζει και να επεμβαίνει σε θέματα πρόληψης αλλά και αντιμετώπισης παθολογικών διαταραχών όπου είναι δυνατό. Το ήρεμο , ζεστό , φιλικό περιβάλλον , το γεγονός ότι ο διαιτολόγος ασχολείται με τον πελάτη του και μόνον με αυτόν χωρίς να αποσπάται , το πραγματικό του ενδιαφέρον αλλά και η γνώση της δουλειάς του , σε συνδυασμό με το κλίμα εμπιστοσύνης, δρουν καταλυτικά στην ανάπτυξη και διατήρηση των ανθρώπινων σχέσεων.

Το γραφείο του διαιτολόγου συνεπώς δεν θα πρέπει να μοιάζει με ένα απρόσωπο ιατρείο , με ένα ψυχρό κατάσταση «πώλησης» διατροφικών συμβουλών , αλλά ούτε και να αποτελεί χώρο συγκέντρωσης για φλυαρία και κουτσομπολιό. Θα πρέπει να είναι ένας τόπος πραγματικής προαγωγής της σωματικής και ψυχικής υγιεινής.

Επειδή όμως όλα αρχίζουν με αφετηρία την επικοινωνία, η σωστή χρήση της από συνανθρώπους , συνομιλητές , φίλους , επαγγελματίες κρίνεται ως μια πραγματική δεξιότητα. Κανείς δεν είναι σε θέση να επικοινωνήσει σωστά με τους πελάτες του σαν επαγγελματίας , αν δεν γνωρίζει πως να το κάνει με τους συνανθρώπους του στην προσωπική του ζωή. Κανείς δεν μπορεί να παρέχει στήριξη και βοήθεια στην δουλειά του , αν δεν είναι ικανός να προσφέρει την ίδια βοήθεια και στην ζωή του και σίγουρα κανείς δεν μπορεί να είναι σωστός επαγγελματίας , αν δεν είναι πρώτα σωστός άνθρωπος.

## Η ΔΕΞΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.

Είναι ο ακρογωνιαίος λίθος , ο βασικός άξονας , ο κυριότερος κορμός της οποίας συμβουλευτικής προσπάθειας και όχι μόνον αυτής. Είναι μια πολύτιμη γνώση επικοινωνιακής «πολιτικής» , διαλόγου , συνδιαλλαγής. Είναι μια σύνθεση γνώσης και επιδεξιότητας πνευματικής.

Η δεξιότητα της επικοινωνίας στηρίζεται σε 5 βασικούς παράγοντες επιτυχίας : **α)** την θέληση για επικοινωνία , **β)** την δημιουργία κατάλληλου συναισθηματικού κλίματος ανάμεσα στους συνομιλητές , **γ)** την σωστή μετάδοση του όποιου μηνύματος ανάμεσα στον πομπό και τον δέκτη **δ)** την βεβαίωση ότι εστάλη ή ελήφθη το σωστό μήνυμα , αλλά και **ε)** την αποφυγή των φραγμών επικοινωνίας.

Τα επιμέρους αυτά στοιχεία αποτελούν το πρώτο βήμα , την πρώτη βασική γνώση του επικοινωνιακού εργαλείου στην συμβουλευτική της διατροφής , το οποίο επιχειρείται να εξετασθεί στο παρόν σύγγραμμα και αναλύεται διαξοδικά στο 5<sup>ο</sup> κεφάλαιο.

Η παροχής συμβουλευτικής ψυχολογικής στήριξης στα πλαίσια του επαγγέλματος του διαιτολόγου- διατροφολόγου, μπορεί να επιτευχθεί μέσω της Συμβουλευτικής. Κύριως άξονας της συμβουλευτικής διαδικασίας είναι πάντα ένας : Η δεξιότητα της επικοινωνίας και οι μέθοδοι εφαρμογής της στα πλαίσια του συμβουλευτικού θεραπευτικού διαλόγου. Στην συνέχεια αναλύεται η συμβουλευτική διαδικασία στα πλαίσια του επαγγέλματος του διαιτολόγου και τονίζεται η σημαντικότητα της ορθής χρήσης της επικοινωνίας σαν εργαλείο αυτής.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>**

### **Η ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΤΟΝ** **ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΟΥ.**

Ανάλυση της συμβουλευτικής προσπάθειας , των παραγόντων επιτυχίας της , καθώς και των τεχνικών παροχής συμβουλευτικής στήριξης μέσω της δεξιότητας της επικοινωνίας.

Επιχειρείται η παροχή των αναγνωρισμένων και κατάλληλων εκείνων γνώσεων στους επαγγελματίες διαιτολόγους , ώστε να καθιστάται δυνατή η όποια προσπάθεια εφαρμογής συμβουλευτικής στήριξης στους ασθενείς-πελάτες , μέσω της επεξήγησης της **συμβουλευτικής διαδικασίας** και των **επικοινωνιακών τεχνικών της Συμβουλευτικής.**

#### **Η ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ «ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ».**

Ο όρος “συμβουλευτική διαδικασία” , στην πραγματικότητα αναφέρεται σε μια αλληλουχία γεγονότων και σταδίων , προσεκτικά σχεδιασμένων από επαγγελματίες ψυχολόγους - ειδικευμένους μάλιστα στην Συμβουλευτική Ψυχολογία - ώστε να μπορέσει να εφαρμοσθεί στους ασθενείς-πελάτες που ζητούν αποκλειστικά και μόνο αυτού του είδους την βοήθεια , μέσα στον επαγγελματικό χώρο του γραφείου ενός ψυχολόγου.

Ο οποιοσδήποτε άλλος επαγγελματίας της Υγείας , ερχόμενος σε επαφή με ανθρώπους που αντιμετωπίζουν δύσκολες καταστάσεις , αντιλαμβάνεται πως μια μονομερής συμπτωματική αντιμετώπιση του όποιου προβλήματος δεν είναι αρκετή για να βοηθήσει αποτελεσματικά και θέλει ο ίδιος να παρέχει την στήριξη του , **πρέπει να συνειδητοποιεί πως δεν είναι ψυχολόγος.** Πως η προσπάθεια παροχής συμβουλών , σε ψυχολογικό επίπεδο , δεν είναι μια απλή υπόθεση , αλλά μια επικίνδυνη διαδικασία , κυρίως λόγω της άγνοιας των βασικών αρχών της ψυχολογίας.

Λαμβάνοντας όμως υπόψη την πραγματική ανάγκη τέτοιων ανθρώπων να βρουν ανταπόκριση , ενημέρωση , λύση στο πρόβλημα τους , να έχουν έναν φίλο , σύμμαχο στην προσπάθεια τους , αλλά και μια αληθινή δίοδο επικοινωνίας , **ενημερώνουμε ,**

συμβουλευόμενοι ειδικούς επαγγελματίες ψυχολόγους , αλλά και επικαλούμενοι την διεθνή βιβλιογραφία που αφορά στην Συμβουλευτική Ψυχολογία και την Κλινική Ψυχολογία , για τις βασικές αρχές της Συμβουλευτικής , χωρίς να είναι ο στόχος μας να μετατρέψουμε τον κάθε επαγγελματία διαιτολόγο σε ψυχολόγο, γνωρίζοντας παράλληλα πως πολλές φορές η άγνοια ή η ημιμάθεια γύρω από ένα θέμα , ακόμα και όταν οι προθέσεις είναι οι ιδανικές , οδηγούν σε άσχημα αποτελέσματα.

Για όλους εμάς λοιπόν , τους επαγγελματίες μη ψυχολόγους , που το ενδιαφέρον για τον συνάνθρωπο δεν μας αφήνει κοινωνικά και επαγγελματικά αδιάφορους , υπάρχει ένα γνωστικό αντικείμενο , μια επιστημονική περιοχή διαρκώς αναπτυσσόμενη, της οποίας η πρακτική εφαρμογή εξυπηρετεί τους θεσμούς της επικούρησης του ανθρώπου. Σ' αυτό το πλέγμα των υπηρεσιών και των θεσμών που δεν έχουν ένα αυστηρά προσδιορισμένο περιεχόμενο , εντάσσονται άλλωστε όλες οι προσπάθειες των κοινωνιών και μέσα από αυτές και των επαγγελματιών , να στηρίξουν , να βοηθήσουν , να επικουρήσουν τα μέλη τους. Το γνωστικό αυτό αντικείμενο , καλύπτεται από την **Συμβουλευτική (Counselling).**

Ο όρος Συμβουλευτική έχει την έννοια του συν-βουλεύομαι , δηλαδή «συνεξετάζω» με κάποιον το πρόβλημα του και τον διευκολύνω να αναζητήσει την λύση του. Φαίνεται συνεπώς , από την ανάλυση του όρου της ακόμα , η ανάγκη την οποία καλύπτει η Συμβουλευτική : είναι η ύπαρξη μιας μεθόδου προσέγγισης και παρέμβασης για βοήθεια προς τα άτομα που αντιμετωπίζουν ή προσπαθούν να προλάβουν κάποιο πρόβλημα , στην προκειμένη περίπτωση πρόβλημα διαχείρισης του βάρους.

Είναι λοιπόν μια διαδικασία , μια πορεία εργασίας , μια σειρά δεξιοτήτων με πρώτη και κύρια την δεξιότητα της επικοινωνίας , που έχει σαν στόχο την διευκόλυνση του ατόμου να εξασφαλίσει , να διατηρήσει και να προάγει την σωματική και ψυχική του υγεία , αλλά και πολύ περισσότερο , να επιτύχει τις απαραίτητες αλλαγές στην συμπεριφορά του , εξασφαλίζοντας την συνετότερη αξιοποίηση του εαυτού του.

Η Συμβουλευτική , πρέπει να τονισθεί , απευθύνεται στα φυσιολογικά , υγιή άτομα και δεν παρεμβαίνει σε σοβαρότερες καταστάσεις. Εκεί επεμβαίνει η ψυχοθεραπεία και όταν αυτή δεν είναι αρκετή , η Ψυχιατρική.



Εκείνο όμως που είναι σημαντικότερο από όλα , είναι πως η Συμβουλευτική σαν μέθοδος παροχής ψυχικής στήριξης , δεν εφαρμόζεται μόνο από ψυχολόγους ή ψυχιάτρους , αλλά από τον λεγόμενο λειτουργό της Συμβουλευτικής (ή για εμάς εδώ απλά τον βοηθό) , ο οποίος χρειάζεται να κατέχει τις γνώσεις , την κατάρτιση<sup>14</sup> και την θέληση για να προσφέρει.

**Η Συμβουλευτική λοιπόν , παρότι παρουσιάζει πολλά κοινά σημεία με την Συμβουλευτική Ψυχολογία , δεν ταυτίζεται μ' αυτήν, δίνοντας την δυνατότητα εφαρμογής της σε επαγγελματίες που δεν είναι ψυχολόγοι , αλλά κατέχουν τις εξειδικευμένες γνώσεις της.**

Ένα πλαίσιο γνώσεων επιχειρούμε να παραθέσουμε εδώ , σε μορφή απλής πληροφόρησης (όχι εκμάθησης ή διδασκαλίας) για ανθρώπους , επαγγελματίες διαιτολόγους.

Ειδικά στο επάγγελμα του διαιτολόγου , γνωρίζουμε ότι είναι δυνατόν να αναπτυχθούν οι προϋποθέσεις παροχής συμβουλευτικής στήριξης στους πελάτες λόγω της εκτενούς ανάπτυξης του διαλόγου που είναι απαραίτητος για την διαιτολογική παρέμβαση, που εδώ θα ονομασθεί **“συμβουλευτική προσπάθεια”** και όχι “διαδικασία”.

Γνωστοποιούμε ότι είναι προτιμότερο η όλη αυτή προσπάθεια να αφορά στην αλλαγή συμπεριφορών ή συνηθειών , επιβλαβών για την υγεία των ατόμων που ζητούν την συνδρομή μας σε θέματα διατροφής , καθώς και στην βοήθεια αποδοχής των οποιονδήποτε σωματικών προβλημάτων τους , ώστε να μάθουν να ζουν με αυτά , αποδεχόμενοι των ιδιαιτεροτήτων αλλά και των προσωπικοτήτων τους.

---

<sup>14</sup> Σε άλλες χώρες , η Συμβουλευτική είναι ένας ξεχωριστός επιστημονικός κλάδος που προετοιμάζει ειδικούς επαγγελματίες για το θέμα της συμβουλευτικής παροχής στήριξης. Στην Ελλάδα οι λειτουργίες της Συμβουλευτικής υλοποιούνται σχεδόν αποκλειστικά από άλλες κατηγορίες προσωπικού , που απλά έχουν λάβει γνώσεις του γνωστικού αυτού αντικειμένου.

**ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΜΙΑΣ ΣΩΣΤΗΣ  
ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗΣ «ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑΣ».**

Η συμβουλευτική προσπάθεια δεν μπορεί να είναι μια τυχαία συζήτηση , στηριζόμενη στον αυτοσχεδιασμό του επαγγελματία διαιτολόγου , χωρίς μάλιστα να υπακούει σε ένα προκαθορισμένο πλάνο , αλλά και χωρίς να έχει θέσει κάποιους στόχους , οι οποίοι είναι εφικτό να πραγματοποιηθούν.

Για να είναι σωστά δομημένη μια συμβουλευτική προσπάθεια , ώστε να καταφέρει να βοηθήσει ουσιαστικά το άτομο που την έχει ανάγκη , πρέπει να απαρτίζεται από **τέσσερα βασικά στοιχεία** : **α)** την σωστή συμβουλευτική σχέση ανάμεσα στον επαγγελματία και τον πελάτη , **β)** τον καθορισμό των στόχων που πρέπει να επιτευχθούν και από τους δύο , **γ)** τον αποσαφηνισμό του ρόλου που θα παίξει ο επαγγελματίας στην όλη προσπάθεια και **δ)** οι επιστημονικά ορθές τεχνικές και ο σωστός τρόπος εφαρμογής τους από τον επαγγελματία , ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι που έχουν τεθεί. Όλα τούτα βέβαια προαπαιτούν την ορθή και λελογισμένη χρήση της δεξιότητας της επικοινωνίας.

**α) Σωστή συμβουλευτική σχέση.**

Δύο είναι πάντα οι παράγοντες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη μιας σωστής συμβουλευτικής σχέσης. Από την μία πλευρά **ο επαγγελματίας-ο βοηθός** στην προκειμένη περίπτωση και από την άλλη **ο πελάτης-ο βοηθούμενος**.

Ο επαγγελματίας θα πρέπει να έχει την διάθεση , τον χρόνο , αλλά και τις γνώσεις για να καταφέρει να ασχοληθεί αποτελεσματικά με την παροχή συμβουλευτικής ψυχολογικής στήριξης προς τον πελάτη του. Θα πρέπει να είναι σε θέση να κατευθύνει την συζήτηση γύρω από το θέμα που απασχολεί τον πελάτη του με τέτοιο τρόπο , ώστε να δείχνει το γνήσιο ενδιαφέρον του , την κατανόηση και την ζεστασιά , αλλά και από την άλλη πλευρά , να προτείνει λύσεις , τρόπους αντιμετώπισης , να δίνει συμβουλές , να μοιράζεται εμπειρίες και γνώμες , να αναπτρώνει την ελπίδα και την αυτοπεποίθηση του συνομιλητή του. Είναι εκείνος επομένως που θέτει τις βάσεις για μια επιτυχημένη έκβαση της συζήτησης.

Ο πελάτης από την πλευρά του , ανταποκρίνεται με ανάλογο τρόπο στα μηνύματα που δέχεται από τον επαγγελματία , εφόσον

βέβαια θέλει συνειδητά να βοηθηθεί. Γι' αυτό τον λόγο , όταν αναπτύσσεται μια φιλική , αυθεντική σχέση ανάμεσα στον επαγγελματία και τον πελάτη , ο δεύτερος ανταποδίδει με πλήρη συμμετοχή και εμπιστοσύνη.

Παρόλα αυτά , δεν πρέπει να ξεχνάμε σαν επαγγελματίες , ότι δεν επιθυμούν όλοι οι άνθρωποι να βοηθηθούν , αλλά ούτε και μπορούν να βοηθηθούν όλοι οι άνθρωποι με τον ίδιο τρόπο. Είναι λοιπόν κομμάτι της αντίληψης μας ο χρόνος , ο τρόπος και το είδος της στήριξης που θα διαλέξουμε να προσφέρουμε στον καθένα που ζητά την βοήθεια μας.

Πολύ σημαντικό είναι επίσης να γνωρίζουμε ότι η πορεία της συμβουλευτικής σχέσης θα εξαρτηθεί σε μεγάλο βαθμό από τα συναισθήματα και την στάση που θα κρατήσει ο ένας απέναντι στον άλλο , αλλά και ότι θα επηρεαστεί αναμφισβήτητα από την προσωπικότητα , τις εμπειρίες και την θεώρηση τους για την ζωή.

Όσον αφορά λοιπόν στην διαφορετικότητα των προσωπικοτήτων βοηθού και βοηθούμενου , στις εμπειρίες , στο σύστημα ηθών και αξιών που έχουν αναπτύξει , αλλά και -πολλές φορές- στην μεγάλη διαφορά ηλικίας , εδώ το βάρος πέφτει πάλι στον επαγγελματία-βοηθό. Όσο μεγαλύτερη αυτογνωσία διαθέτει , τόσο πιο ανοιχτός θα είναι σε διάφορες εμπειρίες , δικές του και του άλλου , τόσο μεγαλύτερη ευαισθησία θα διακρίνει την κρίση του και άρα τόσο ευκολότερα θα είναι σε θέση να αντιλαμβάνεται σε ποιες περιπτώσεις οι αξίες και οι γνώμες του διαφέρουν από αυτές του πελάτη. Σ' αυτήν την περίπτωση θα πρέπει οι δυό τους να συζητούν για την όποια διαφωνία , χωρίς να έρχονται σε ρήξη και να καταλήγουν σε εκείνη την λύση ή την ηθική αξία που θα είναι **προς το όφελος του πελάτη**. Ας μην ξεχνάμε άλλωστε , ότι η όλη προσπάθεια της συμβουλευτικής στήριξης στον επαγγελματικό χώρο του διαιτολόγου δεν αποσκοπεί στην επίτευξη δικών του στόχων , επαγγελματικών ή χρηματικών , αλλά έχει ως γνώμονα την καλύτερη παροχή υπηρεσιών Υγείας στους πελάτες-ασθενείς και στοχεύει στην πραγματοποίηση των δικών τους επιθυμιών.

### **β) Καθορισμός των στόχων.**

Τις περισσότερες φορές που ζητείται η συνδρομή του επαγγελματία διαιτολόγου , υπάρχει -όντως- κάποιο μικρό ή μεγάλο πρόβλημα βάρους που ενδεχομένως συνοδεύεται από κάποιο πρόβλημα υγείας . Η αντιμετώπιση του, είναι **ο κύριος**

**στόχος** επαγγελματία και πελάτη. Κύριος στόχος θα πρέπει όμως να είναι και ο εντοπισμός της αιτίας που το προκαλεί , καθώς και η προσπάθεια περιορισμού της πιθανής ψυχολογικής προέκτασης του.

Κάποιες φορές όμως , οι πελάτες δεν γνωρίζουν από την αρχή τους στόχους που πρέπει να πραγματοποιήσουν. Αν και «βλέπουν» το σωματικό τους βάρος σαν κάτι “επιβαρυντικό” ή “άσχημο” , όπως περιγράφουν , αδυνατούν να το συνδέσουν με μια γενικότερη *επιβαρυντική* ψυχολογική πίεση , που τους δημιουργεί *άσχημα* συναισθήματα και περιορίζονται στο να θέλουν απλά και μόνο να βελτιώσουν την εξωτερική τους εμφάνιση. Ο επαγγελματίας όμως διαιτολόγος , παρότι δεν υποχρεώνεται ρητά από τον νόμο , έχει ηθικό χρέος σαν επαγγελματίας της Υγείας , να μην προσπεράσει την ύπαρξη του ψυχολογικού φορτίου που δημιουργούν οι σωματικές δυσμορφίες στους πελάτες , ακόμα και αν οι ίδιοι οι πελάτες δεν του ζητούν στήριξη.

Σαν γενικότεροι επομένως στόχοι του επαγγελματία , που απευθύνονται σε όλους τους πελάτες ανεξαιρέτως , θα πρέπει να είναι , εκτός από την **προσπάθεια βελτίωσης της εξωτερικής εμφάνισης** των ατόμων , η **ανίχνευση** -και όπου κρίνεται απαραίτητο και ζητείται- η **βελτίωση της ψυχολογικής κατάστασης τους** , η προσπάθεια ανάπτυξης της θετικής στάσης του ατόμου απέναντι στον εαυτό του (**αυτό-αποδοχή**) , η προσπάθεια απόκτησης από τους πελάτες μιας γενικής δεξιότητας που αφορά στην επίλυση προβλημάτων σχετικών με το σωματικό πρόβλημα τους , ώστε να είναι σε θέση πλέον να το ξεπερνούν μόνοι τους (**ενδυνάμωση**), καθώς και η απόρριψη ή αντικατάσταση των επιβλαβών συνηθειών τους με άλλες , υγιεινότερες (**αλλαγή συμπεριφοράς**).

Από εκεί και πέρα , ο επαγγελματίας πρέπει να συζητήσει με τον πελάτη του , ώστε να εκτιμήσουν μαζί την κατάσταση , να θέσουν τους ίδιους , **δευτερεύοντες** αλλά επιτεύξιμους στόχους , ακολουθώντας μια κοινή πορεία. Ο καθορισμός αυτού του πλάνου, θα βοηθήσει τον πελάτη να μειώσει τους φόβους και την σύγχυση γύρω από το πρόβλημα του , αλλά και να κατανοήσει ότι θα πρέπει να πάρει την κατάσταση στα χέρια του.

Πολύ σημαντικό είναι επίσης να υπάρχει ένα **κριτήριο αξιολόγησης της προόδου** που συντελείται πάνω στην αντιμετώπιση του προβλήματος , ώστε και ο επαγγελματίας να γνωρίζει αν υπάρχει θετική έκβαση των πραγμάτων , αλλά και ο

πελάτης να έχει έναν πραγματικό στόχο να πραγματοποιήσει. Είναι προτιμότερο να μπαίνουν στην αρχή χαμηλότεροι στόχοι και σιγά-σιγά να αυξάνονται, παρά να συμβαίνει το αντίθετο. Ας μην ξεχνάμε ότι η επιτυχία γεννά επιτυχία και η αποτυχία-αποτυχία!

Ο καθορισμός των στόχων επομένως, απαιτεί την συμφωνία και την απόλυτη συνεργασία μεταξύ του επαγγελματία και του πελάτη, πετυχαίνεται -κατά βάση- με την χρησιμοποίηση της δεξιότητας της επικοινωνίας, ενώ αυξάνει την δέσμευση του ενός προς τον άλλο. Είναι επίσης ηθικό χρέος του επαγγελματία, να μην «σπάει» ποτέ αυτήν την δέσμευση.

### **γ) Ο ρόλος του επαγγελματία-βοηθού.**

Ο ρόλος του επαγγελματία-βοηθού στην συμβουλευτική προσπάθεια, όπως έχουμε ήδη αναφέρει, δεν έχει σαν σκοπό να θεραπεύσει ψυχολογικά νοσήματα, αλλά ούτε και να υποκαταστήσει έναν επαγγελματία ψυχολόγο.

Υπενθυμίζουμε ότι η παροχή συμβουλευτικής στήριξης στον επαγγελματικό χώρο του διαιτολόγου ξεκινά από την διαπίστωση πως η μονομερής συμπτωματική αντιμετώπιση μιας δυσμενούς κατάστασης, δεν αποτελεί ολοκληρωμένη θεραπεία και συνεπώς θα πρέπει να ανιχνεύονται από τον επαγγελματία, όλοι οι δρόμοι που οδηγούν στην κατάσταση αυτή. Ο ρόλος επομένως του επαγγελματία σαν βοηθός περιορίζεται στο να «δείξει» αυτούς τους δρόμους στον πελάτη του, αλλά και να του υποδείξει κατά το δυνατόν μεθόδους απαλλαγής από το ψυχολογικό του βάρος. Ο πελάτης είναι στην πραγματικότητα εκείνος που «θεραπεύει» τον εαυτό του.

Όμως ο ρόλος του διαιτολόγου σαν βοηθός σε μια συμβουλευτική προσπάθεια, δεν θα πρέπει να συγχέεται με τον ρόλο του διαιτολόγου σαν επαγγελματία της Υγείας. Για να αποσαφηνιστούν οι δύο όροι, διευκρινίζουμε ότι ο επαγγελματίας διαιτολόγος αναλαμβάνει τον ρόλο του βοηθού, όταν υπάρχει ήδη κάποιο ορατό πρόβλημα βάρους, το οποίο δημιουργεί εμφανισιακές παρεκκλίσεις ενοχλητικές για την ψυχολογία του πελάτη, ενώ στην άλλη περίπτωση, ο διαιτολόγος σαν επαγγελματίας της Υγείας, ασχολείται κυρίως με την πρόληψη διατροφικών παρεκκλίσεων εκτός από την αποκατάστασή τους,

μέσα στην οποία αποκατάσταση εμπεριέχεται και η παροχή της συμβουλευτικής στήριξης.

### δ) Τεχνικές.

Μετά από την ανάπτυξη μιας αληθινής σχέσης ενδιαφέροντος ανάμεσα στον βοηθό και τον βοηθούμενο , με την βοήθεια και της δεξιότητας της επικοινωνίας και αφού αναγνωρίζεται πλέον η ύπαρξη κάποιου ψυχολογικά ενοχλητικού σωματικού προβλήματος που συνδέεται με αποκλίνουσες διατροφικές συμπεριφορές , πρέπει να βρεθούν οι τρόποι αντιμετώπισης του , σύμφωνα πάντα με τους στόχους που έχουν ήδη τεθεί αλλά και που πρέπει να πραγματοποιηθούν , ώστε βοηθός και βοηθούμενος να φτάσουν στο επιθυμητό αποτέλεσμα.

Χωρίζονται σε 2 μεγάλες κατηγορίες:

α) Συμβουλευτικές τεχνικές.

β) Επικοινωνιακές τεχνικές.

### Οι επικοινωνιακές τεχνικές της συμβουλευτικής προσπάθειας :

Οι επικοινωνιακές τεχνικές της συμβουλευτικής προσπάθειας, προσανατολίζονται σε τρεις κατευθύνσεις : **α) την προσέγγιση των πελατών** από τους επαγγελματίες με τέτοιο επικοινωνιακό και φιλικό τρόπο , ώστε , στα πλαίσια μιας απλής αλλά ουσιαστικής συζήτησης , να αντιληφθούν και οι δύο το μέγεθος , το βάθος καθώς και τις πραγματικές ψυχολογικές προεκτάσεις του όποιου προβλήματος διαχείρισης του βάρους , και **β) τις μεθόδους επιρροής** που μπορεί να ασκήσει ο επαγγελματίας-βοηθός στον πελάτη του , ώστε να τον καθοδηγήσει σωστά σε αλλαγή ή βελτίωση των διατροφικών συμπεριφορών ή αρνητικών συναισθημάτων που βλάπτουν την υγεία και την ψυχολογία του , με απώτερο σκοπό βέβαια , την επίτευξη των στόχων που έχουν θέσει, και βέβαια **γ) την δεξιότητα της επικοινωνίας.**

## ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΕΝΟΣ ΣΩΣΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΗ - ΒΟΗΘΟΥ.

### Τα κυριότερα προσόντα και χαρακτηριστικά του σωστού βοηθού :

Εάν , σε μια περίληψη των παραπάνω , θα θέλαμε να συγκεντρώσουμε τα προσωπικά χαρακτηριστικά ενός σωστού συμβουλευτικού βοηθού , θα μπορούσαμε να πούμε ότι :

#### Οι καλοί βοηθοί μπορούν να αντιλαμβάνονται γενικά:

◆ *Από ένα εσωτερικό πλαίσιο, παρά από ένα εξωτερικό πλαίσιο αναφοράς.*

Είναι ευαίσθητοι και ενδιαφέρονται για το πως βλέπουν οι άλλοι , με τους οποίους επικοινωνούν και συναλλάσσονται , τα πράγματα. Χρησιμοποιούν αυτήν την γνώση ως βάση για να προσαρμόσουν την δική τους συμπεριφορά. Ενδιαφέρονται πάντα να ακούσουν τις αντιλήψεις των άλλων.

◆ *Σε σχέση με ανθρώπους, παρά σε σχέση με αντικείμενα.*

Το βασικό θέμα των σκέψεων τους , είναι το πραγματικό ενδιαφέρον για τους βοηθούμενους και τα προβλήματα που αυτοί αντιμετωπίζουν , παρά για γεγονότα , αντικείμενα ή χρήματα.

#### Οι καλοί βοηθοί μπορούν να αντιλαμβάνονται τους άλλους ως :

◆ *Ικανούς, παρά ως μη ικανούς .*

Η αντίληψη τους για τους άλλους ανθρώπους , είναι ότι αυτοί διαθέτουν τις ικανότητες ώστε να αντιμετωπίσουν μόνοι τα προβλήματα τους. Πιστεύουν επίσης , ότι οι άνθρωποι μπορούν να βρουν ικανοποιητικές λύσεις για να χειρισθούν τον εαυτό και την ζωή τους , λύσεις που ένας σωστός βοηθός δεν αμφισβητεί ποτέ.

◆ *Αξιόπιστους, παρά αναξιόπιστους.*

Δείχνουν εμπιστοσύνη στην σταθερότητα και την αξιοπιστία των βοηθούμενων τους και δεν τους υποψιάζονται.

◆ *Φιλικούς, παρά μη φιλικούς.*

Δεν βλέπουν τους άλλους σαν απειλή , αντιθέτως τους βλέπουν να ξεκινούν πάντα με καλές προθέσεις.

◆ *Να αξίζουν , παρά να μην αξίζουν.*

Αντιμετωπίζουν τους βοηθούμενους τους , ως άτομα καταξιωμένα και αξιοπρεπή , άξια σεβασμού , παρά ως άτομα ασήμαντα.

◆ *Ως πρόθυμοι να βοηθήσουν , παρά να εμποδίσουν.*

◆ *Ως δημιουργικούς και δυναμικούς , παρά ως παθητικούς και αδύναμους.*

Οι καλοί βοηθοί αντιλαμβάνονται τους εαυτούς τους ως :

◆ *Ταυτιζόμενους με τους άλλους ανθρώπους , αντί να ξεχωρίζουν.*

Βλέπουν τον εαυτό τους ως μέρος της ανθρωπότητας , ταυτίζονται με τους βοηθούμενους τους και δεν απομονώνονται από αυτούς.

◆ *Επαρκείς , παρά ανεπαρκείς.*

Θεωρούν ότι διαθέτουν ό,τι χρειάζεται για να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα που συναντούν είτε είναι δικά τους είτε των άλλων. Δεν βλέπουν τον εαυτό τους να υστερεί στην εύρεση αποτελεσματικής λύσης των προβλημάτων.

◆ *Άξιους , παρά ανάξιους.*

Βλέπουν τον εαυτό τους ως συνεπή , αξιοπρεπή , άξιο σεβασμού και καταξιωμένο.

◆ *Αξιόπιστους , παρά αναξιόπιστους.*

Έχουν εμπιστοσύνη στην κρίση και την συγκρότηση τους για να αντιμετωπίζουν τις διάφορες δύσκολες καταστάσεις.

Οι καλοί βοηθοί αντιλαμβάνονται τους σκοπούς τους ως :

◆ *Να απελευθερώνουν , παρά να ελέγχουν.*

Ο βασικός τους σκοπός είναι να διευκολύνουν τους βοηθούμενους παρά να τους επιβληθούν , να τους ελέγξουν ή να τους χειραγωγήσουν.

◆ *Αλτροιστικούς , παρά ναρκισσιστικούς.*

Παρακινούνται από αλτροιστικά και ανιδιοτελή συναισθήματα. Ενδιαφέρονται για τους άλλους και όχι για τους εαυτούς τους.



◆ *Ενδιαφέρονται για μεγαλύτερα , ευγενέστερα , παρά για μικροπρεπή νοήματα.*

Προσπαθούν να βλέπουν τα γεγονότα από μακροσκοπική και όχι από μικροσκοπική άποψη. Δεν ενδιαφέρονται μόνο για λεπτομέρειες , αλλά μπορούν να αντιληφθούν πέρα από τα άμεσα , μελλοντικά και βαθύτερα νοήματα.

◆ *Αυτό-αποκαλυπτικούς , παρά αυτό-κρυπτικούς.*

Είναι πρόθυμοι να μιλήσουν για τους εαυτούς τους . Θεωρούν ότι τα συναισθήματα και οι αδυναμίες τους είναι σημαντικά και δεν θέλουν να τα κρύψουν. Είναι ο εαυτός τους.

◆ *Να συμμετέχουν , παρά να αποξενώνονται.*

Εμπλέκονται και προσωπικά με τα άτομα που προσπαθούν να βοηθήσουν.

◆ *Κατευθυνόμενους προς την διαδικασία , παρά προς τον τελικό στόχο.*

Βλέπουν τον ρόλο τους ενθαρρυντικό και διευκολυντικό της διαδικασίας της αναζήτησης , του ψαξίματος και της ανακάλυψης, παρά ως προσπάθεια προώθησης ενός προσωπικού στόχου ή μιας προϋπάρχουσας αντίληψης.

Δεδομένων των διαφορετικών ικανοτήτων του κάθε ανθρώπου να προσεγγίζει πνευματικά τους συνομιλητές του , δεδομένης της πολυπλοκότητας και της πολυδιάστατης φύσης της ανθρώπινης προσωπικότητας , αλλά με οδηγό την πραγματική ανάγκη για επικοινωνία και βοήθεια , γίνεται σαφές ότι υπάρχει μια ατελείωτη σειρά πιθανών και διαφορετικών τρόπων παροχής συμβουλευτικής στήριξης , την οποία έχει ο κάθε επαγγελματίας στην διάθεση του.

Όμως η αποτελεσματικότητα των συμβουλευτικών καθοδηγήσεων που επιλέγουμε τελικά να χρησιμοποιήσουμε , με βάση τον άνθρωπο που έχουμε απέναντι μας , με αφετηρία το πολιτιστικό και πολιτισμικό μας επίπεδο , τα προσωπικά χαρακτηριστικά μας , τις εμπειρίες και την θεώρηση για την ζωή , **η αποτελεσματικότητα αυτή , δεν μετριέται από την μέθοδο που επιλέγουμε , μα ούτε και από την ποιότητα των λεγόμενων μας.**

Η αποτελεσματικότητά μας σαν βοηθοί , μετριέται και αξιολογείται μόνο , από το πως θα αντιδράσει τελικά ο βοηθούμενος μας , από το αν θα υπάρξει δηλαδή θετικό αποτέλεσμα στην επίτευξη των στόχων που έχουμε θέσει μαζί του.

Καθήκον μας είναι συνεπώς , να ακούμε προσεκτικά τα λεγόμενα του συνομιλητή μας , να αντιδράμε ανάλογα με την βαρύτητα των περιστάσεων , να ενεργούμε σύμφωνα με τις ιδιαιτερότητες και τις ανάγκες του, να προσδιορίζουμε γρήγορα εναλλακτικές λύσεις σε ζητήματα , χωρίς παράλληλα να ξεχνάμε ούτε στιγμή , την μοναδικότητα ή την ανάγκη για βοήθεια του πελάτη μας , την δεοντολογία και την επαγγελματικότητα της δουλειάς μας , αλλά ούτε και το ήθος και την αξιοπρέπεια μας.

Η παροχή συμβουλευτικής στήριξης στον πελάτη που την αναζητά , δεν είναι μόνο ένας τρόπος να καλυτερέψουμε τις επαγγελματικές μας σχέσεις. Δεν μπορεί να είναι απλά και μόνο μια στιγμιαία ανάγκη για επικοινωνία , αλλά και σίγουρα δεν πρέπει να είναι η ικανοποίηση μιας ανθρώπινης περιέργειας.

Η παροχή συμβουλευτικής στήριξης πρέπει πάντα να είναι :

- η αντίληψη** για παροχή ολοκληρωμένης φροντίδας ,
- η διάθεση** να ομορφαίνουμε την ψυχή και το σώμα ,
- η ανάγκη** να βλέπουμε χαμογελαστά πρόσωπα ,
- η ικανότητα** να βρίσκουμε λύσεις σε προβλήματα ,
- η ευκαιρία** να φιλοσοφούμε γεγονότα και συναισθήματα ,
- η γνώση** να αντιμετωπίζουμε διλήμματα ,
- ο τρόπος** να ζούμε καλύτερα.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>** **ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ.**

### **ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ** **ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΣΕ ΘΕΜΑΤΑ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗΣ , ΣΕ** **ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΚΛΙΜΑΚΑ.**

**Ιστορική και βιβλιογραφική ανασκόπηση της ανάπτυξης και χρήσης επικοινωνιακών εργαλείων στην Συμβουλευτική και την Ψυχολογία της Υγείας , μέσω παγκόσμιων ερευνητικών δεδομένων.**

Σε παγκόσμια κλίμακα μια πληθώρα διακεκριμένων επιστημόνων επιχείρησε και κατόρθωσε από τις αρχές του 20ου αιώνα έως σήμερα να καθορίσει την θέση της Συμβουλευτικής ψυχολογίας και ειδικότερα της Συμβουλευτικής στον χώρο της υγείας, περιγράφοντας σαφώς το πλαίσιο, τους στόχους, τα όρια, τις στρατηγικές και τις μεθόδους, τα αποτελέσματα, τα συμπεράσματα, τα λάθη και τους φραγμούς στην διαξαγωγή της ανομαζόμενης «συμβουλευτικής διαδικασίας» χρησιμοποιώντας την επιστημονική έρευνα.

Πρώτο χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτών είναι η Αμερικανική Ψυχολογική Ένωση που το 1911 διοργανώνει συμπόσιο με θέμα: «Η θέση της Ψυχολογίας στην Ιατρική εκπαίδευση». Οι ερευνητές Gentry, W.D- Mattarazo, J.D με το άρθρο τους στο περιοδικό “Medical Psychology : three decades of growth and development” μας πληροφορούν πως οι διακεκριμένοι γιατροί και ψυχολόγοι που βρέθηκαν εκεί συμφώνησαν στην αναγκαιότητα διδασκαλίας μαθημάτων ψυχολογίας στα πλαίσια του προγράμματος σπουδών της Ιατρικής, αναγνωρίζοντας την σημαντικότητα παροχής ψυχολογικής στήριξης στους ασθενείς. (Gentry, W.D- Mattarazo, J.D “Medical Psychology: three decades of growth and development.” Στο “Medical Psychology : Contributions to behavioral medicine.” Brandley, L.A & Procop, C.D, Eds, Academic Press : N.Y, 1981.)

Λίγο αργότερα η Συμβουλευτική άρχισε να κάνει τα πρώτα της βήματα σαν αναγνωρισμένος και ξεχωριστός από την Κλινική

και Συμβουλευτική ψυχολογία κλάδος, αρχικά στον χώρο του σχολείου «παιδαγωγική συμβουλευτική» και έπειτα στον χώρο της Υγείας, βασιζόμενη στην διαμόρφωση μιας νέας θεώρησης της υγείας και της ασθένειας ενώ φέρνει εξελίξεις σε θέματα παροχής ολοκληρωμένης, πλέον, βοήθειας από ιατρικής και ψυχολογικής πλευράς.

Το 1959 Αμερικανική ψυχολογική Εταιρία (APA) προτείνει τον ορισμό της συμβουλευτικής και συσχετίζει τους στόχους της με αυτούς της ψυχοθεραπείας, βάζοντας τις βάσεις. Από τότε μέχρι σήμερα αναρίθμητος είναι ο κατάλογος των ερευνητών και επιστημόνων που εξέλιξαν τον κλάδο.

Το 1961 ο Αμερικανός ερευνητής Dubos τονίζει την σημασία της Συμβουλευτικής και παραθέτει δύο ολοκληρωμένες μελέτες γύρω από τα αποτελέσματα της σε ασθενείς. Αναφέρεται σε μεθοδολογίες αποτελεσματικής επικοινωνίας, αναγνώρισης της ψυχολογικής προέκτασης της ασθένειας μέσω της επικοινωνίας και αναλύει τις κατάλληλες τεχνικές προσέγγισης των ασθενών μέσω της χρησιμοποίησης ψυχομετρικών εργαλείων (ερωτηματολόγια και διαφόρων τύπων συνεντεύξεις). Τα αποτελέσματα είναι πρωτοποριακά. (Dubos, R. Preface στο D.S Sobel "Ways of health" . New York: Harcourt-Brace-Jovanovich, 1979) και (Dubos, R. "Mirage of health". Ancor Garden City, 1961).

Το 1969 ο Αμερικανός γίατρος Schofield, W. αφού παρατηρεί πως μόνο η θεραπεία του σώματος δεν αρκεί, «μπερδεύει» την **συμβουλευτική ψυχολογία** στην καθημερινή πράξη και σε έρευνα που κάνει στους ασθενείς του χρησιμοποιώντας συγκεκριμένες ερωτήσεις και ένα μαγνητόφωνο, καταγράφει την πρόοδο εκείνων και τις αντιδράσεις τους. Παρουσιάζει αδιάσειστα στοιχεία για την σημασία της στην θεραπευτική προσέγγιση. (Schofield, W. "The role of psychology in the delivery of health services." American Psychologist, 1969).

Το 1981 ο Antonovsky, A. επηρεασμένος από τα μέχρι τότε δημοσιευμένα αποτελέσματα ερευνών **δεξιοτήτων** συγκεντρώνει , αξιολογεί και συγκρίνει **μεθόδους και τεχνικές** γύρω από την κοινή παραδοχή: η διαταραχή της υγείας συνεπάγεται σωματικά προβλήματα και το αντίθετο. Διαμορφώνει το πρώτο επικοινωνιακό εργαλείο για θέματα συμβουλευτικής.(Antonovsky, A. "Health stress and coping". Josey Bass, N.Y, 1961).

Το 1985 οι κοινωνικοί ψυχολόγοι Cohen, A. S - . Wills, T.A διεξάγουν έρευνες με **δομημένες συνεντεύξεις** σε ανθρώπους που

δεν μπορούσαν να ελέγξουν το άγχος τους και παρατηρούν κάτι βασικό: την σημασία του κοινωνικού περιγυρου, της επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων στην διαχείριση του άγχους και άλλων στρεσογόνων καταστάσεων. Φτιάχνουν και προτείνουν **επικοινωνιακό εργαλείο** που απευθύνεται σε επαγγελματίες της Ψυχικής Υγείας. (Cohen, A. S - . Wills, T .A “Stress, social support and the buffering hypothesis”. Psychological Bulletin, 1985).

Την σκιτάλη παίρνουν οι Heiden, L. - Hersen, M. οι οποίοι προχωρούν ένα βήμα παρακάτω και παρουσιάζουν στην επιστημονική κοινότητα τα «βασικά εγχειρίδια ψυχολογικής γνώσης». Και πάλι τονίζεται η ιδιαίτερη σημασία της επικοινωνίας με μεγαλύτερες αυτήν την φορά ερευνητικές αποδείξεις , ενώ είναι οι συγγραφείς που **βάζουν τις βάσεις για την δημιουργία παρόμοιων ψυχομετρικών-επικοινωνιακών εργαλίων στην Συμβουλευτική.** (Heiden, L. - Hersen, M. “Εισαγωγή στη Κλινική Ψυχολογία : Βασικά εγχειρίδια ψυχολογικής γνώσης”. Μτφρ: Καλατζή-Αζίζη, Α. και Αναγνωστόπουλος, Φ. Ελληνικά Γράμματα, 1997).

Στην επόμενη στροφή του χρόνου, οι ερευνητές και συγγραφείς ψυχολόγοι Ivey, A.E – Gluckstern, N.B δίνουν αυτό που λείπει: ολοκληρωμένες προτάσεις χειρισμού των βοηθούμενων, μέσω συγκεκριμένων προτάσεων εκμάθησης δεξιοτήτων από τους βοηθούς. Είναι κατάλληλα σχεδιασμένα και ελεγμένα μέσω της επιστημονικής έρευνας στάδια πρακτικής εφαρμογής της συμβουλευτικής , όχι για τους ψυχολόγους αλλά για όλους τους άλλους επαγγελματίες , **μη ψυχολόγους** που έρχονται σε επαφή με τον άνθρωπο. (Ivey, A.E – Gluckstern, N.B “ Συμβουλευτική: Μέθοδος πρακτικής προσέγγισης”. Μτφρ: Μαλικιώση-Λοίζου, Μ. Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.) και (Ivey, A.E – Gluckstern, N.B “Συμβουλευτική: Βασικές δεξιότητες επιρροής”. Μτφρ: Μαλικιώση-Λοίζου, Μ. Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα).

Στον Ελλαδικό χώρο τώρα, οι αντιδράσεις από την παγκόσμια αναταραχή σε θέματα της ψυχοσωματικής θεώρησης της υγείας, φέρνουν μια μεγάλη αλλαγή. Είναι η εδραίωση του «βιοψυχοκοινωνικού μοντέλου υγείας». Χάρην αυτού αναγνωρίζεται η Συμβουλευτική σαν σημαντικός κλάδος παροχής συμβουλευτικής ψυχολογικής στήριξης σε πελάτες-ασθενείς και δίνεται η δυνατότητα να προταθούν τρόποι , μέθοδοι και εργαλεία εφαρμογής της.

Από τους πρωτοπόρους στον τομέα θεωρούνται οι ψυχολόγοι Πιάνος, Κ. και Μαλικιώση-Λοίζου, Μ. που με τις ολοκληρωμένες εργασίες τους για την Συμβουλευτική, ανασκοπούν την διεθνή βιβλιογραφία και παρέχουν μια ερευνητικά τεκμηριωμένη ενημέρωση προς όλους τους ενδιαφερομένους. Και οι δύο αναφέρονται εκτενώς στην σημασία της δεξιότητας της επικοινωνίας, την συμβουλευτική σχέση αλλά και στα προσόντα του «καλού συμβουλευτή», ενώ προτείνουν συγκεκριμένα μοντέλα διαδοχικών σταδίων συμβουλευτικής, μέσα από συγκεκριμένα παραδείγματα, τα οποία στηρίζονται και πάλι στην διαπροσωπική επικοινωνία. (Πιάνος, Κ. «Συμβουλευτικός θεραπευτικός διάλογος. Θεωρία και πράξη.» Εκδόσεις Έλλην.) και (Μαλικιώση-Λοίζου, Μ. «Συμβουλευτική Ψυχολογία»).

Η Καλατζή-Αζίζη, Α. σε μια από τις προσπάθειες της να οργανώσει ακόμη καλύτερα το θέμα της Συμβουλευτικής στην Ελλάδα διεξάγει μια μεγάλη έρευνα με ερωτηματολόγια σε διάφορα πανεπιστήμια της χώρας, μιμούμενη αντίστοιχες κινήσεις στο εξωτερικό. Ένα μεγάλο δείγμα φοιτητών διαφόρων σχολών απαντά σε ερωτήσεις ανοικτού και κλειστού τύπου σχετικά με τον βαθμό επάρκειας των γνώσεων συμβουλευτικής που αποκτούν κατά την διάρκεια της φοίτησης τους. Η ίδια, αφού διαπιστώνει το έλλειμα, προσπαθεί με την σειρά της να προτείνει τρόπους για να εφαρμόζεται πρακτικά πλέον η Συμβουλευτική από όλα τα επαγγέλματα Υγείας. (Καλατζή-Αζίζη, Α. «Εφαρμοσμένη κλινική ψυχολογία στον χώρο της υγείας. Θέματα κλινικής ψυχολογίας 1.» Δ' έκδοση βελτιωμένη, Ελληνικά Γράμματα, 1996.)

Στον χώρο της επαγγελματικής ψυχολογίας μια σημαντική έρευνα του ΕΚΚΕ με ερωτηματολόγια μέσω ταχυδρομείου και συνεντεύξεων δια του τηλεφώνου σε ενήλικες εργαζόμενους-πελάτες-ασθενείς, εξάγει χρήσιμα συμπεράσματα για τα είδη των σχέσεων που αναπτύσσονται μέσω της επαγγελματικής δραστηριότητας. (Πετρονότη, Μ. «Δίκτυα κοινωνικών σχέσεων. Όψεις και αλληλεπιδράσεις με την διαδικασία επαγγελματικής αποκατάστασης.» Έρευνα για τα κοινωνικά χαρακτηριστικά της απασχόλησης. ΕΚΚΕ, Αθήνα, 1995.)

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι εργασίες των Αναπλιώτη-Βαζαίου, Ε. , Καζάζη, Μ. και Παπαχρήστου Γ.Κ. που αναλύουν τρόπους συμβουλευτικής ψυχολογικής παρέμβασης στα επαγγέλματα υγείας, σαν αποτελέσματα δικών τους

ερευνητικών προσπαθειών που στηρίζονται στην επικοινωνία και την προσωπική συνέντευξη . (Αναπλιώτη-Βαζαίου, Ε. «Καθημερινά ιατρικά προβλήματα.»), (Καζάζη, Μ. «Ανθρώπινες σχέσεις και επικοινωνία.» Ελληνικά γράμματα.) και (Παπαχρήστου Γ.Κ. «Παροχή υπηρεσιών υγείας.» Περιοδικό Ιατρικό Βήμα, 1990).

Οι πλέον ενδεδειγμένοι και αναγνωρισμένοι τρόποι με τους οποίους είναι δυνατόν να διεξαχθεί μια επιστημονική έρευνα στον τομέα της υγείας και ειδικότερα της ψυχολογίας, παρουσιάζονται αναλυτικά σε στάδια στην βιβλιογραφία των Παρασκευόπουλου, Ι.Ν και Θεοφανίδη, Σ. ενώ η Αίγλη Κομίλη παρουσιάζει τον τρόπο διεξαγωγής έρευνας στην ψυχολογία και μάλιστα στην Συμβουλευτική. (Παρασκευόπουλος, Ι.Ν «Μεθοδολογία επιστημονικής έρευνας.» Αθήνα, 1985.) και (Θεοφανίδης, Σ. «Μέθοδοι επιστημονικής σκέψης και έρευνας. Πως γίνεται μια επιστημονική έρευνα και πως γράφεται μια επιστημονική εργασία.» Αθήνα.) , (Αίγλη Κομίλη. «Βασικές αρχές και μέθοδοι επιστημονικής έρευνας στην ψυχολογία.» 2<sup>η</sup> έκδοση, εκδόσεις Οδυσσέας.)

Οι σημειώσεις παράδοσης των μαθημάτων κοινωνικής ψυχολογίας του καθηγητή Γεωργά, Δ. παραθέτουν πλήθος μορφών ερωτηματολογίων τέτοιων ερευνών. (Γεωργάς, Δ. «Σημειώσεις για μορφές ερωτηματολογίων.» Πανεπιστημιακές παραδόσεις. Κοινωνική ψυχολογία, Τόμος Α', Αθήνα.)

Πολύτιμος είναι και ο οδηγός συλλογής των πιο εύχρηστων ψυχομετρικών εργαλείων από τις περισσότερες εγχώριες Ψυχολογικές Εταιρίες και Οργανισμούς που επιμελήθηκε ο Σταλίκας, Α. (Σταλίκας, Α. «Τα ψυχομετρικά εργαλεία στην Ελλάδα. Μια συλλογή και παρουσίαση των ερωτηματολογίων, δοκιμασιών και καταλόγων καταγραφής χαρακτηριστικών στον Ελληνικό χώρο.» β' έκδοση, Ελληνικά Γράμματα, 2002.)



**ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ  
ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΣΕ ΘΕΜΑΤΑ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗΣ , ΣΤΗΝ  
ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑ.**

**Ιστορική και βιβλιογραφική ανασκόπηση της ανάπτυξης και χρήσης επικοινωνιακών εργαλείων στην Διαιτολογία-Διατροφή μέσω παγκόσμιων ερευνητικών δεδομένων.**

Στην Αγγλία, οι ερευνητές Raparport, L. και Nicholson Perry, K. διεξήγαγαν ενδιαφέρουσα έρευνα με ερωτηματολόγια μέσω ταχυδρομείου σε μεγάλο δείγμα επαγγελματιών διαιτολόγων-διατροφολόγων για να διαπιστώσουν εάν οι γνώσεις τους γύρω από θέματα ψυχολογικής στήριξης των πελατών ήταν κατά την διάρκεια της εκπαίδευσης τους επαρκείς. Τα αποτελέσματα είναι αποκαρδιωτικά την ίδια ώρα μάλιστα που πλήθος άλλων ερευνών αποδεικνύουν την σημαντικότητα των θεραπειών τροποποίησης της συμπεριφοράς, την αξία της δημιουργίας ομάδων , την σωστή διαχείριση της επικοινωνίας, τον σχεδιασμό προγραμμάτων αγωγής υγείας με στόχο μια αποτελεσματική παρέμβαση. (Raparport, L. και Nicholson Perry, K. “Do dietitians feel that they have had adequate training in behavior change methods?” London, U.K.)

Στην Ελλάδα, τα περισσότερα από τα συγγράμματα που γράφτηκαν , είχαν σαν στόχο να εξηγήσουν προς όλες τις συναφείς με την υγεία κατευθύνσεις , την σημασία που πρέπει να δίνεται στην ευαισθητοποίηση του προσωπικού Υγείας για την κάλυψη των κοινωνικών , αλλά και των ψυχολογικών αναγκών των ασθενών και των μελών των οικογενειών τους , στην προσεκτική μελέτη των αντιδράσεων των στελεχών αυτών , ώστε να καταφέρνουν να χειρίζονται με λεπτότητα , σοβαρότητα και ευαισθησία περιπτώσεις που αφορούν στην επαφή με τον ασθενή , στην αναπηρία , στον θάνατο , αλλά και σε άλλες ψυχοκαταπιεστικές καταστάσεις , οι οποίες όμως προκύπτουν μέσα στα πλαίσια της παροχής των υπηρεσιών τους.

Παράλληλα , στην διάρκεια των ετών , εμφανίστηκαν στην Ελληνική βιβλιογραφία , πολλά εγχειρίδια , πολλοί ενδεδειγμένοι και επιστημονικά κατάλληλοι τρόποι , με τους οποίους δίνονταν στους ενδιαφερόμενους αναγνώστες , η ακριβής μεθοδολογία για μια επιστημονική προσέγγιση συμβουλευτικής διαδικασίας , με

σκοπό αυτή να χρησιμοποιηθεί σε άτομα που καταφεύγουν στις επιστήμες Υγείας για να βοηθηθούν. Τα εγχειρίδια αυτά απευθύνονταν , ως επί το πλείστον , σε γιατρούς , νοσηλευτές , ψυχολόγους , κοινωνικούς λειτουργούς , φυσιοθεραπευτές , επισκέπτες Υγείας , καθώς και προς όλους τους φοιτητές των ανωτέρω κλάδων , οπάνια δε προς τους διαιτολόγους.

Με βάση τα αποτελέσματα των παραπάνω λίγων , έστω , ερευνών, φαίνεται ξεκάθαρα πως υπάρχει αρκετός χώρος εξέλιξης και ανάπτυξης των μεθόδων αποτελεσματικής επικοινωνίας στον επαγγελματικό χώρο του Διαιτολόγου-Διατροφολόγου , ακριβώς γιατί υπάρχει από την μία πλευρά κενό σε ανάλογες προσπάθειες μα πραγματική ανάγκη για στήριξη των πελατών-ασθενών από την άλλη.

Η μικρή αλλά «φιλότιμη» ερευνητική μελέτη που πραγματοποιήθηκε προς αυτήν την κατεύθυνση , προσπάθησε να ακολουθήσει τις εξαιρετικά λίγες προηγούμενες επικυρωμένες διεργασίες και πρωτόκολλα σχετικά με το ευρύτερο θέμα που πραγματεύθηκε και που θέλησε να εξετάσει.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup>**

### **Η ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ.**

**Γενικά χαρακτηριστικά των επιστημονικών ερευνών , το κύριο ερώτημα στο οποίο απαντά η συγκεκριμένη έρευνα, η αφορμή για την συγγραφή , τα γενικά χαρακτηριστικά της.**

Η επιστημονική έρευνα γενικά , είναι ένα ιδιαίτερο σύστημα σκέψεως. Είναι μια **ενεργητική , επίμονη και συστηματική** εξέταση κάθε μορφής γνώσεως , που έχει ως βάση δύο πολύ σημαντικά στοιχεία : **α) τα εμπειρικά δεδομένα , τα οποία την επαληθεύουν και β) την γενίκευση των αρχών** στις οποίες οδηγεί τους ερευνητές και τείνει σαν γνώση. Με την χρήση της έρευνας σαν τρόπο ανίχνευσης , περιγράφονται τα δεδομένα όπως ακριβώς διαπιστώνονται από την εμπειρία των ερευνητών , γίνονται προσπάθειες να αναχθούν σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερα επίπεδα γενικότητας , ώστε να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα για τους ίδιους τους ερευνητές και κατ' επέκταση για το κοινωνικό σύνολο. Γι' αυτό το λόγο άλλωστε η έρευνα χρησιμοποιείται ταυτόχρονα με την συγγραφή της αντίστοιχης μελέτης. Για να σφραγίσει με τα τεκμηριωμένα πια αποτελέσματα της , την ορθότητα και την «πραγματικότητα» των όσων υποστηρίζουν οι μελετητές της.

Στην προκειμένη περίπτωση , η έρευνα ήταν όντως **ενεργητική** γιατί είχε την ενεργό συμμετοχή του ανθρώπινου παράγοντα , **επίμονη** λόγω της ενασχόλησης του ερευνητή της με πολλές διαφορετικές ατομικές προσωπικότητες , αλλά και **συστηματική** ακριβώς επειδή ήταν προσχεδιασμένη και ακριβής.

Προσπάθησε να εξετάσει έναν συγκεκριμένο τρόπο , ένα συγκεκριμένο εργαλείο επικοινωνίας που ήταν ήδη σχεδιασμένο με βάση τις πιο σημαντικές και απαραίτητες αρχές της Συμβουλευτικής , Συμβουλευτικής και Κλινικής Ψυχολογίας , και ενδιαφέρθηκε να διαπιστώσει εάν ο τρόπος αυτός αυτά έχει **πρακτική αξία , εάν δηλαδή μπορεί να εφαρμοσθεί με ευκολία, ασφάλεια και αποτελεσματικότητα στον συγκεκριμένο επαγγελματικό χώρο του διαιτολόγου-διατροφολόγου.**

## ΤΟ ΚΥΡΙΟ ΕΡΩΤΗΜΑ ΣΤΟ ΟΠΟΙΟ ΑΠΑΝΤΑ Η ΕΡΕΥΝΑ.

Στον επαγγελματικό χώρο του διαιτολόγου-διατροφολόγου , που σε μια γρήγορη ματιά δεν φαίνεται να σχετίζεται τόσο πολύ με ψυχοκαταπιεστικές καταστάσεις , γεννάται το ερώτημα εάν τελικά οι αρχές της Συμβουλευτικής βρίσκουν τον χώρο και τον χρόνο αξιοποίησης τους , εάν οι ίδιοι οι επαγγελματίες αξίζει τελικά να ενημερωθούν και να βρουν την διάθεση να στραφούν προς αυτήν την κατεύθυνση. Εάν θα βγουν χαμένοι ή κερδισμένοι από αυτήν την προσπάθεια , εάν θα δώσουν και θα πάρουν από αυτήν την επικοινωνία.

Όσοι από τους επαγγελματίες διαιτολόγους απαντούν καταφατικά σε τέτοια ερωτήματα, είναι και αυτοί που επωφελούνται από την όλη προσπάθεια : πως μπορούμε τελικά να επικοινωνήσουμε συμβουλευτικά , πρακτικά και αποδοτικά με τους πελάτες-ασθενείς στα πλαίσια της διαιτολογικής συνεδρίας;

## Η ΑΦΟΡΜΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΤΗΣ.

Για τον ειδικό επαγγελματικό χώρο της Διατροφής και της Διαιτολογίας , το πλαίσιο μέσα στο οποίο μπορεί να κινηθεί η συμβουλευτική ψυχολογία και η συμβουλευτική άρχισε να καθορίζεται στο εξωτερικό και είναι εξαιρετικά λίγες οι έρευνες που συσχετίζουν το επάγγελμα του διαιτολόγου με την συμβουλευτική διαδικασία. Τούτο αποδεικνύει πως η ανάγκη για ενημέρωση πρωτίστως και η παροχή κατάλληλων γνώσεων στους επαγγελματίες δευτερευόντως, είναι μείζονος σημασίας.

Έτσι η προσπάθεια για αξιολόγηση ενός επικοινωνιακού εργαλείου που θα μπορούσε να βοηθήσει στην εφαρμογή της συμβουλευτικής διαδικασίας κατά την διάρκεια της διαιτολογικής συνεδρίας είναι , αν μη τι άλλο , σκόπιμη.

## ΟΙ ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΟΔΗΓΗΣΑΝ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ.

Οι λόγοι που οδήγησαν στην διεξαγωγή της έρευνας τώρα , ξεκινούν από την παραδοχή της χρησιμότητας που αποκτά η παροχή συμβουλευτικής ψυχολογικής στήριξης στον χώρο της διαιτολογίας και δίνουν ένα επιστημονικά ορθό πλέον πλαίσιο χρησιμοποίησης και αξιολόγησης ενός πρακτικού τρόπου-οδηγού, ενός επικοινωνιακού εργαλείου για την προσφορά αυτής της στήριξης , ώστε να βρεθεί η πιο κατάλληλη κατά περίπτωση μέθοδος , ο ορθότερος τρόπος προσέγγισης, επιρροής και καθοδήγησης των ατόμων , να διερευνηθεί αν υπάρχει σωστή ανταπόκριση από τους πελάτες , καθώς και αν ο προτεινόμενος αυτός τρόπος , είναι πρακτικά εύκολος , γρήγορος και αποτελεσματικός στην εφαρμογή του από τους επαγγελματίες.

Για να αποφευχθεί λοιπόν ο κίνδυνος αυτές οι γνώσεις να προσφερθούν άτσαλα , χωρίς σειρά και μεθοδολογία , καταβλήθηκε ιδιαίτερη προσπάθεια να συστηματοποιηθούν με απώτερο σκοπό να μείνουν εύκολα στο μυαλό των ενδιαφερομένων. Η μεθοδολογία αυτή διερευνήθηκε για την ορθότητα της μέσα στον ίδιο χώρο στον οποίο προορίζεται να ασκηθεί , στον επαγγελματικό χώρο του διαιτολόγου-διατροφολόγου , και απευθύνεται όχι σε επιστήμονες ψυχολόγους, όχι σε ανθρώπους με πολλές εξειδικευμένες γνώσεις , αλλά σε ανθρώπους.

Έτσι εξετάσθηκε -κατά το δυνατόν- για την αποτελεσματικότητα του σε θέματα διατροφής αυτό το συγκεκριμένο επικοινωνιακό εργαλείο και παραθέτει τις γνώσεις και τις πληροφορίες τις σχετικές με το ζήτημα της ορθής συμβουλευτικά επικοινωνιακής προσέγγισης των πελατών-ασθενών.

**ΣΥΝΤΟΜΗ , ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΗΚΕ.**

Η συγκεκριμένη έρευνα τα εξής συνολικά χαρακτηριστικά :

**\*Ως προς τον επιστημονικό κλάδο :** μπορεί να χαρακτηριστεί ως κοινωνιολογική , γιατί κατά την διάρκεια της καταγράφηκαν επικοινωνιολογικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ των ατόμων.

**\*Ως προς τον αριθμό των εξεταζομένων ατόμων :** είναι μια δειγματοληπτική έρευνα , διότι χρησιμοποιήθηκε για τους σκοπούς της ένα συγκεκριμένο δείγμα πληθυσμού το οποίο αποτέλεσαν τα άτομα που πήραν μέρος σ' αυτήν.

**\*Ως προς τα μέσα που χρησιμοποιήθηκαν για την συλλογή των δεδομένων της :** χαρακτηρίζεται ως συνεντευκτική , γιατί το μοναδικό ψυχομετρικό εργαλείο συλλογής των πληροφοριών ήταν η συνέντευξη (ημιδομημένης μορφής).

**\*Ως προς το είδος των δεδομένων που συλλέχθηκαν :** είναι μια ποιοτικά αναλυμένη έρευνα , διότι βοήθησε στην εξαγωγή γενικότερων συμπερασμάτων και όχι στην στατιστική επεξεργασία και την ποσοτικοποίηση των ευρημάτων της.

**\*Ως προς την δυνατότητα της πρακτικής εφαρμογής και αξιοποίησης των αποτελεσμάτων που παρουσιάζει :** χαρακτηρίζεται ως εφηρμοσμένη έρευνα , ακριβώς επειδή έχει ως σκοπό την άμεση αξιοποίηση των συμπερασμάτων που εξήχθησαν, για την βοήθεια των επαγγελματιών διαιτολόγων σε πραγματικές καταστάσεις , στα πλαίσια δηλαδή της εκάστοτε διαιτολογικής συνεδρίας.

**\*Ως προς τον επιδιωκόμενο σκοπό της :** χαρακτηρίζεται ως περιγραφική , γιατί σχεδιάστηκε για να καταγράψει φαινόμενα ή αλληλεπιδράσεις που συμβαίνουν σε ένα δεδομένο χρονικό διάστημα αυτό της εκάστοτε διαιτολογικής συνεδρίας, να ανακαλύψει τις αλληλεξαρτήσεις μεταξύ των παραγόντων της (διαιτολόγου-πελάτη-επικοινωνιακού εργαλείου), αλλά και να μελετήσει τις γενικότερες τάσεις που αναπτύσσονται μέσα στην κοινωνική ομάδα των πελατών που επισκέπτονται τον διαιτολόγο.

## ΤΑ ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.

\* **Ασχολήθηκε** με την συγκέντρωση , την ανάλυση και την ερμηνεία στοιχείων που βασιζόνταν σε μια σταθερή παράμετρο η οποία επιλέχθηκε για την απλότητα της : την καταγραφή των κινήτρων που παρακινούν τα άτομα που παρουσιάζουν πρόβλημα βάρους να επισκεφθούν το γραφείο ενός διαιτολόγου. Έτσι από την μιά πλευρά υπήρχε η σταθερή αυτή παράμετρος που επιλέχθηκε να ανιχνευθεί και από την άλλη το επικοινωνιακό εργαλείο που εξετάζεται εδώ και που προσπάθησε να κάνει την ανίχνευση.

\* **Είχε ως σκοπό** να διαπιστώσει αν και κατά πόσον το επικοινωνιακό εργαλείο που εξετάστηκε , βοήθησε στην καταγραφή και διερεύνηση κάποιου θέματος (στην προκειμένη περίπτωση στην ανίχνευση των κινήτρων των ατόμων για την διόρθωση του σωματικού τους βάρους) , που όμως σχετίζεται με την συμβουλευτική διαδικασία στον επαγγελματικό χώρο του διαιτολόγου.

\* **Η επιλογή της μεθόδου (του ψυχοτεχνικού μέσου)** , το οποίο θεωρήθηκε ως καταλληλότερο για να βοηθήσει στην συγκέντρωση των παραπάνω πληροφοριών , ήταν η συνέντευξη και μάάλιστα ημι-δομημένης μορφής (είχε την μορφή ελεύθερης συζήτησης , περιλάμβανε όμως κάποιες μόνιμες ερωτήσεις , οι οποίες θέτονταν σε όλους τους πελάτες). Όλες οι συνεντεύξεις διεξάγονταν στα πλαίσια φιλικής συζήτησης.

\* **Η μορφή της επικοινωνίας και της συζήτησης** , επιδιώχθηκε από τον ερευνητή να είναι -όσο το δυνατόν- ίδια για όλους τους πελάτες. Έγιναν προσπάθειες να μην δίνεται σε κανέναν από αυτούς περισσότερη έμφαση ή συμπάθεια , ενώ η εξαγωγή των συμπερασμάτων επιδιώχθηκε να γίνει χωρίς καμία παρεμβολή προσωπικών αντιλήψεων ή θεωρήσεων από την πλευρά του ερευνητή. Σ' αυτό βοήθησε το γεγονός ότι οι πελάτες ήταν όλοι άγνωστοι προς τον ερευνητή και έτσι υπήρχε για όλους , μια κοινή αφετηρία. Παρόλα αυτά , πρέπει να πούμε , η ανθρώπινη φύση και η ψυχική επιρροή που ασκήθηκε -όπως είναι

φυσιολογικό και επόμενο- από τους πελάτες προς τον ερευνητή , καθώς και ο μικρός ή ο μεγάλος βαθμός συμπάθειας που αναπτύχθηκε ανάμεσα τους , άφησε αρκετά περιθώρια λάθους ή υποκειμενικής κρίσεως.

\* Η συγκέντρωση των αποτελεσμάτων από όλες τις συνεντεύξεις οδήγησε σε μια ανάλυση περισσότερο ποιοτική και όχι ποσοτική. Τούτο γιατί δεν ενδιαφέρει τόσο η στατιστική ανάλυση και η αναγωγή σε αριθμούς ή ποσοστά , όσο η εξαγωγή συμπερασμάτων που να μπορούν να συσχετιστούν με τις γενικότερες αρχές της Επικοινωνιολογίας και της Συμβουλευτικής, ώστε να καταλήξουν σε χρήσιμα –είναι ο στόχος– συμπεράσματα.

\* Αρκετές **δυσκολίες** παρουσιάστηκαν , περισσότερο στον σωστό χειρισμό του χρόνου διεξαγωγής της έρευνας ώστε να καταφέρνει να μοιρασθεί εξίσου σε όλα τα ερωτήματα που έπρεπε να απαντηθούν. Πολλές φορές , χρειάστηκε να κερδιθεί η εμπιστοσύνη προς το πρόσωπο του ερευνητή , ενώ εξαιρετικά δύσκολη ήταν η αποφυγή του «ανοίγματος» της συζήτησης σε άλλα, άσχετα με το υπό διερεύνηση θέμα της μελέτης , ζητήματα.

\* Είναι πολύ σημαντικό να σημειώσουμε , ότι από τα 80 σε αριθμό **άτομα του δείγματος** που προορίζονταν να βοηθήσουν στους σκοπούς της ερευνητικής μελέτης , μόνο τα 60 τελικά ήταν τα άτομα που συμπεριλήφθησαν στο ενεργό δείγμα. Αυτό γιατί πολλοί πελάτες δεν ήταν καθόλου φιλικοί και επικοινωνιακοί , άλλοι δεν παρουσίασαν στοιχεία που θα ενδιέφεραν την έρευνα , ενώ πολλοί από αυτούς δεν ήταν ιδιαίτερα συνεργάσιμοι.

\* Όλη αυτή η διαδικασία της ερευνητικής μελέτης , καταλήγει σε αυτήν την γραπτή πληροφόρηση. Δικαίωσε τον συγγραφέα της , όχι γιατί άλλαξε ή διαμόρφωσε αντιλήψεις και συνειδήσεις , τούτο άλλωστε είναι θέμα του καθενός που διαβάξει και ενημερώνεται , αλλά επειδή εκείνος –ο ίδιος ο ερευνητής- κατάφερε να ενημερωθεί , να συνειδητοποιήσει και να προσφέρει μέσα στον χώρο της δουλειάς του , στους συνανθρώπους του. Αυτό σαν αποτέλεσμα , είναι από μόνο του ανυπολόγιστης αξίας.



**ΤΟ ΕΞΕΤΑΖΟΜΕΝΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΠΟΥ  
ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ.**

**Τα επιμέρους στοιχεία του επικοινωνιακού εργαλείου:**

Ένα οποιοδήποτε επικοινωνιακό εργαλείο σαφέστατα χρησιμοποιεί την επικοινωνία. Για τον επαγγελματία διαιτολόγο-διατροφολόγο τούτο είναι και το σημαντικότερο στοιχείο της δουλειάς του. Έτσι η εκμάθηση της **δεξιότητας της επικοινωνίας** είναι κατ' ανάγκην το πρώτο βασικό στοιχείο.

Το δεύτερο είναι η **ουσιαστική επικοινωνία**. Η πνευματική, ψυχική αλλά και η πρακτική πολύ περισσότερο, επικοινωνιακή προσέγγιση του ασθενή-πελάτη, το «άνοιγμα» με λίγα λόγια του ενός προς τον άλλο. Η εμπιστοσύνη. Η δυναμική. Η αλληλεπίδραση.

Το τρίτο είναι η **αποτελεσματική επικοινωνία**. Η καθοδήγηση και η κατά το δυνατόν και δέον επιρροή του πελάτη προς την επίτευξη των στόχων που έχουν είδη τεθεί.

Σαν μια σύνθεση των παραπάνω, μπορούμε να πούμε ότι το εξεταζόμενο εργαλείο επικοινωνίας στην συμβουλευτική διαδικασία της διαιτολογικής συνεδρίας **αποτελείται από:**

- 1)την ανάλυση της δεξιότητας της επικοινωνίας,**
- 2)την ανάλυση της μεθόδου πρακτικής προσέγγισης των πελατών,**
- 3)την ανάλυση των βασικών δεξιοτήτων επιρροής των πελατών.**

Στην συνέχεια παρουσιάζεται ανάλυση των στοιχείων αυτών:

## 1) ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ.

Η δεξιότητα της επικοινωνίας στηρίζεται σε 5 βασικούς παράγοντες επιτυχίας : **α)** την θέληση για επικοινωνία , **β)** την δημιουργία κατάλληλου συναισθηματικού κλίματος ανάμεσα στους συνομιλητές , **γ)** την σωστή μετάδοση του όποιου μηνύματος ανάμεσα στον πομπό και τον δέκτη , **δ)** την βεβαίωση ότι εστάλη ή ελήφθη το σωστό μήνυμα , αλλά και **ε)** την αποφυγή των φραγμών επικοινωνίας.

### **α) Θέληση για επικοινωνία :**

Για να αφιερώσουμε λίγο από τον πολύτιμο χρόνο μας , ώστε να έρθουμε σε επαφή με κάποιο άτομο, να το ακούσουμε προσεκτικά ανταλλάσσοντας γνώμες και πληροφορίες , πρέπει να το θέλουμε πραγματικά. Πρέπει να έχουμε την διάθεση , συνειδητά να μπούμε στην όλη διαδικασία της αλληλεπίδρασης , μέσω της επικοινωνίας.

### **β) Δημιουργία κατάλληλου συναισθηματικού κλίματος :**

**β1) Στρέψιμο της προσοχής στην συζήτηση :** μια προσπάθεια επικοινωνίας είναι άσκοπο να γίνεται επιφανειακά , βιαστικά από αγγαρεία και μόνο. Όταν μιλάμε με κάποιον , θέλουμε πάντα να ξέρουμε αν και πόσο ενδιαφέρεται να μας ακούσει ώστε να του «ανοίξουμε την πόρτα» στην συζήτηση. Έτσι και εμείς με την σειρά μας , όταν μιλάμε με κάποιον οφείλουμε **να τον κοιτάμε κατά πρόσωπο** , να του δείχνουμε με **το βλέμμα** μας το ειλικρινές ενδιαφέρον , **να μιλάμε δυνατά και καθαρά** ώστε να μας ακούει **και να εκφράζουμε τις απόψεις μας με πολιτισμένο τρόπο.** Πρέπει άλλωστε να γνωρίζουμε ότι δεν μπορούμε να περιμένουμε από κανέναν να μας εμπιστευθεί , να μας βοηθήσει ή ακόμα και να μας πάρει στα σοβαρά , αν δεν του δείξουμε πως **είμαστε πράγματι προσανατολισμένοι στην συζήτηση.**

**β2) Κάλυψη της απόστασης :** ανάμεσα σε όλους σχεδόν τους ανθρώπους , υπάρχει ένας φυσιολογικός «επικοινωνιακός» φραγμός. Είναι η απόσταση που κρατάμε θέλοντας να διαφυλάξουμε την προσωπική ζωή και τις βαθύτερες σκέψεις μας για τον εαυτό μας. Ένας δείκτης που μετρά αυτήν ακριβώς την

απόσταση , είναι ο βαθμός συμπάθειας. Όσο πιο πολύ συμπαθούμε κάποιον , τόσο περισσότερο τον θέλουμε κοντά μας , τόσο λιγότερο ενοχλητικός είναι για εμάς και άρα τόσο καλύτερα επικοινωνούμε μαζί του. Στόχος λοιπόν θα πρέπει να είναι η **κατάρριψη όλων εκείνων των συναισθηματικών εμποδίων που οδηγούν σε διεύρυνση αυτής της απόστασης** , γνωρίζοντας πλέον ότι είναι πολύ πιο εύκολο να ανοιχτούμε , να εμπιστευθούμε , να ακούσουμε και να εφαρμόσουμε μια συμβουλή ή γνώμη από κάποιον που τον συμπαθούμε.

β<sub>3</sub>) Κοινή αίσθηση της πραγματικότητας : πολύ σημαντικό είναι επίσης να γνωρίζουμε πως δεν βλέπουμε όλοι οι άνθρωποι τα πράγματα από την ίδια οπτική γωνία. Πως δεν μπορούμε πάντα να συμφωνούμε με τους άλλους , αλλά ούτε και να ενστερνιζόμαστε άβουλα τις απόψεις τους. Δεν έχουμε όλοι δηλαδή , την ίδια αίσθηση της πραγματικότητας. Όμως **ο σκοπός της σωστής επικοινωνίας δεν είναι η ταύτιση των απόψεων**. Είναι πρωτίστως η **ανακάλυψη και η εξερεύνηση της όποιας πραγματικότητας του συνομιλητή μας** και ίσως αργότερα , μετά από κάποια επεξεργασία των δεδομένων , η συμφωνία.

### γ) Σωστή μετάδοση του μηνύματος :

Πολύ σημαντικός για την διεξαγωγή της συζήτησης είναι και **ο τρόπος που εκφράζουμε τις απόψεις μας**. Για να γίνει σωστά η μετάδοση του μηνύματος που θέλουμε να περάσουμε στον συνομιλητή μας , με ξεκάθαρο και κατανοητό τρόπο , πρέπει εμείς να είμαστε σε θέση να το διατυπώσουμε ξεκάθαρα και κατανοητά. Σ' αυτό βοηθά η παρακολούθηση της συζήτησης από την αρχή ως το τέλος , η πλήρης δηλαδή κατανόηση του θέματος , η χρησιμοποίηση μιας κοινής γλώσσας επικοινωνίας , ώστε να είμαστε σίγουροι ότι το μήνυμα ελήφθη από τον παραλήπτη του. Μερικές φορές όμως τα λόγια δεν είναι αρκετά για να κερδίσουν την εμπιστοσύνη του συνομιλητή μας. Τα **μη λεκτικά σημάδια** ή αλλιώς η γλώσσα του σώματος , μπορούν να σφραγίσουν την όλη προσπάθεια. Τα μικρά νεύματα του κεφαλιού μας όταν συμφωνούμε ή ένα χαμόγελο όταν διαφωνούμε , αποτελούν τέτοια παραδείγματα.

### δ) Βεβαίωση για την αποδοχή του μηνύματος :

Εάν φανταστούμε την επικοινωνία σαν μια **κυκλική διεργασία** , θα πρέπει να είμαστε σίγουροι ότι ο κύκλος κλείνει φτάνοντας σε ένα τέλος , σε ένα συμπέρασμα. Ότι το μήνυμα έφτασε σωστά στον αποδέκτη του. Η αναζήτηση του συμπεράσματος αυτού περιλαμβάνει ένα νέο μήνυμα , από τον αποδέκτη αυτήν την φορά, που θα μας πληροφορεί για το «κοινό» συμπέρασμα της συζήτησης. Κάθε επικοινωνιακή προσπάθεια λοιπόν , πρέπει να επικυρώνεται με την εξαγωγή ενός συμπεράσματος , έστω και αν αυτό δεν είναι αποτέλεσμα συμφωνίας.

### ε) αποφυγή φραγμών επικοινωνίας:

Επειδή μερικές φορές κατανοούμε ευκολότερα τι δεν πρέπει να κάνουμε για να επιτύχουμε έναν σκοπό ή στόχο που θέτουμε , από το να θυμόμαστε όλα αυτά που πρέπει να κάνουμε , είναι σκόπιμο να ενημερωθούμε για τους φραγμούς της επικοινωνίας. Είναι μια μικρή ενημέρωση για , συχνούς , λανθασμένους τρόπους έκφρασης, συμπεριφοράς ή επικοινωνίας που μπορούν να δημιουργήσουν , έστω και άθελα μας , πολλά προβλήματα στην παροχή της συμβουλευτικής στήριξης :

♦ **Χρήση αλληπάληλων ερωτήσεων** : Μπορεί να νομίζουμε ότι όσα πιο πολλά ρωτήσουμε , τόσα πιο πολλά θα μάθουμε γύρω από το πρόβλημα που απασχολεί τον πελάτη μας και άρα πιο πολύ θα βοηθήσουμε. Όμως έτσι , συχνά , δίνουμε την αίσθηση της ανάκρισης , με συνέπεια να απομακρύνουμε ψυχικά τον πελάτη-ασθενή μας.

♦ **Κήρυγμα –ηθικολογία** : Δεν πρέπει να καθοδηγούμε την σκέψη του συνομιλητή μας για το πώς πρέπει να νοιώθει , να σκέπτεται ή να συμπεριφέρεται διατροφικά . Ακόμα και αν οι προθέσεις μας είναι καλές , κινδυνεύουμε να ακουγόμαστε σαν γονείς που συμβουλεύουν τα παιδιά τους!

♦ **Κριτική** : Ιδίως όταν συνοδεύεται από αρνητικές λέξεις και απαξιοτικές εκφράσεις , υποβιβάζει τον πελάτη και τον κάνει να κρατά μια αμυντική ή ακόμα και επιθετική στάση απέναντι μας.

♦ **Καθοδήγηση** : Πριν αρχίσουμε να δίνουμε συμβουλές στον συνομιλητή μας σχετικά με το διατροφικό πρόβλημα που τον απασχολεί , θα πρέπει να είμαστε σίγουροι ότι εκείνος ζητά την άποψη μας , αλλά και ότι εμείς έχουμε κατανοήσει πλήρως το πρόβλημα αυτό. Ο καταιγισμός του πελάτη με συμβουλές του δίνει την εντύπωση ότι είναι ανίκανος να πάρει την κατάσταση στα χέρια του και να λύσει μόνος το πρόβλημα του , κάτι που μειώνει σε τελική ανάλυση τις πιθανότητες επιτυχίας της όποιας διαιτολογικής προσπάθειας.

♦ **Παρηγοριά** : Η παρηγοριά δίνει συχνά την αίσθηση της λύπησης και του οίκτου στον πελάτη-ασθενή , ενώ από την μεριά μας μπορεί να είναι και ένας τρόπος αποφυγής της συζήτησης για τα οδυνηρά συναισθήματα και τις σκέψεις που δημιουργεί το περιττό βάρος στον συνομιλητή μας. Όπως και να έχει , σίγουρα δεν διευκολύνει την διαδικασία της επικοινωνίας και κατ' επέκταση της διαιτολογικής προσπάθειας.

♦ **Απειλή** : Όσο σοβαρή ή επικίνδυνη κι αν είναι μια κατάσταση ή διατροφική συμπεριφορά του πελάτη , η συνεχής υπενθύμιση των δυσάρεστων συνεπειών της δεν θα πρέπει να επαναλαμβάνεται διαρκώς. Οδηγεί συχνά σε λήξη της συνεργασίας διότι ο πελάτης θεωρεί ότι δεν βρίσκει ανταπόκριση.

♦ **Αποφυγή ή αλλαγή του θέματος συζήτησης** : Όσο αμήχανα και να νοιώθουμε ορισμένες φορές για κάποια θέματα συζήτησης που θέτει ο πελάτης , δεν θα πρέπει να αποφεύγουμε να τα κουβεντιάσουμε μαζί του. Η αλλαγή του θέματος της συζήτησης σημαίνει τερματισμό της συζήτησης αυτής.

## 2) ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ.

Η πρακτική προσέγγιση των πελατών μέσα από τον διάλογο, την επικοινωνία και την διάθεση για βοήθεια , είναι καθοριστικής σημασίας δεξιότητα των βοηθών και περιλαμβάνει κανόνες και μεθοδολογία :

\* Η πιο βασική ικανότητα του βοηθού , είναι να ακούει προσεκτικά τον πελάτη του. Να παρακολουθεί δηλαδή τα λεγόμενα του , χωρίς να μιλά ή να αντιδρά , δίνοντας ταυτόχρονα την εντύπωση του πραγματικού ενδιαφέροντος. Και έτσι πρέπει να είναι. Αν δεν υπάρχει το πραγματικό ενδιαφέρον για οτιδήποτε απασχολεί τον άνθρωπο που μας ζητά βοήθεια , σίγουρα δεν μπορούμε και δεν θέλουμε να βοηθήσουμε. Αυτό το ενδιαφέρον όμως πρέπει και να το δείχνουμε , όχι μόνο να το νοιώθουμε.

Όταν λοιπόν ακούμε κάποιο άτομο να μας μιλά για κάποιο θέμα , πρέπει να το κοιτάμε κατά πρόσωπο , να είμαστε στραμμένοι προς την πλευρά του , ώστε να δείχνουμε πως παρακολουθούμε όντως την συζήτηση , χωρίς να μας αποσπά την προσοχή οτιδήποτε άλλο. Μια φυσική , χαλαρή στάση , με άνετες χειρονομίες αλλά χωρίς το βαρύ ύφος του παντογνώστη επιστήμονα , με έναν φυσικό τόνο φωνής , σοβαρότητα και έχοντας επικεντρωθεί στο συγκεκριμένο θέμα και σε κανένα άλλο , θέτουμε τις βάσεις για έναν άνετο , ουσιαστικό διάλογο.

Δεν πρέπει ποτέ να ξεχνάμε , ότι οι συνομιλητές μας μιλούν για τα βαθύτερα θέματα που τους απασχολούν , όσο εμείς έχουμε την θέληση , την διάθεση και την ικανότητα να παρακολουθήσουμε προσεκτικά. Όταν αυτή η προσοχή αποσπάται, η συζήτηση τερματίζει , η εμπιστοσύνη κλονίζεται και η επικοινωνία γίνεται καθαρά επιφανειακή.

Να θυμόμαστε πως το να είμαστε προσεκτικοί ακροατές , δεν βοηθά μόνο τους άλλους να ακούν και να κατανοούν καλύτερα τα συναισθήματα τους. Βοηθά και εμάς του ίδιους να επικοινωνούμε καλύτερα με το περιβάλλον μας.

\* Τις περισσότερες φορές , η συζήτηση πρέπει να κατευθυνθεί σε άλλα επίπεδα , πιο εσωτερικά και πιο εξειδικευμένα. Για να διευκολύνουμε την συζήτηση να προχωρήσει πιο βαθιά , να ανοίξουμε νέα πεδία επικοινωνίας , αλλά και να

εντοπίσουμε με ακρίβεια το πρόβλημα , μπορούμε να θέτουμε ερωτήσεις στον πελάτη-βοηθούμενο. Οι ερωτήσεις μπορούν να είναι ανοιχτού τύπου , ώστε να παίρνουμε γενικές πληροφορίες , ή κλειστού τύπου , για να μαθαίνουμε ειδικές λεπτομέρειες άμεσα και γρήγορα.

Ο βοηθός δεν θα πρέπει να ξεχνά πως ο πελάτης έρχεται σ' αυτόν «κουβαλώντας» κάτι που το αισθάνεται σαν πρόβλημα. Για να καταφέρει λοιπόν να το ανιχνεύσει , μπορεί να θέτει στον βοηθούμενο ανοικτές ερωτήσεις , αφήνοντας τον να εκφράσει μόνος του τα γεγονότα και τα συναισθήματα του , ή κλειστές (πιο ειδικές) , που εστιάζουν περισσότερο στα ίδια τα γεγονότα και μπορούν να απαντηθούν με ένα ΝΑΙ ή ΟΧΙ.

Όμως οι ερωτήσεις αυτές , δεν πρέπει να καθοδηγούν την συζήτηση για να αποσαφηνίζουν θέματα που κινούν την περιέργεια του βοηθού. Πρέπει να επικεντρώνονται στην ανίχνευση του ζητήματος που απασχολεί τον πελάτη **και εκεί να σταματούν**. Ειδάλλως , υπάρχει κίνδυνος βοηθός και βοηθούμενος να παρεκτρέπονται από το θέμα , ή να συζητούν για μικρότερης ή ακόμα και άνευ σημασίας υποπροβλήματα.

Σε κάθε περίπτωση πάντως , πρέπει να δίνεται στον πελάτη ο χρόνος να σκέφτεται για να εκφράσει , όπως εκείνος νομίζει καλύτερα , τις απαντήσεις του.

**\*** Με ποιόν όμως τρόπο μπορούμε να ανατροφοδοτούμε την συζήτηση , ώστε να παίρνουμε ακόμη περισσότερες , χρήσιμες πληροφορίες γύρω από το μείζον πρόβλημα , δείχνοντας ταυτόχρονα στον πελάτη μας ότι τον ακούμε προσεκτικά;

Η ενθάρρυνση της κουβέντας , βοηθά τον πελάτη να ανιχνεύσει καλύτερα τον εαυτό του καθώς και να διερευνήσει μόνος το πρόβλημα του , μιλώντας πιο αναλυτικά στον βοηθό του, γνωρίζοντας παράλληλα ότι κάποιος τον ακούει προσεκτικά.

Αυτή η ενθάρρυνση μπορεί να επιτευχθεί από τον επαγγελματία-βοηθό , με την χρήση και επανάληψη ακριβώς των ίδιων , σημαντικών λέξεων που χρησιμοποίησε ο πελάτης , ώστε αναπόφευκτα αλλά και άμεσα , να τον κάνει να ανταποκριθεί με σκοπό να αναπτύξει λεπτομερέστερα την έννοια που ανέφερε πριν.

Μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν , και πάλι από την πλευρά του βοηθού , μικρές φράσεις ή λέξεις που να τονίζουν το ενδιαφέρον του για την εξέλιξη των γεγονότων , αλλά και που

αποδεικνύουν ότι βοηθός και βοηθούμενος , βρίσκονται στο «ίδιο μήκος κύματος».

Ούτε εδώ πρέπει να ξεχνάμε , πως η σωστή στάση του σώματος μας , η σιωπή και προσεκτική ακρόαση , μας βοηθούν να επικοινωνούμε καλύτερα.

\* Αν παρόλα αυτά , ο πελάτης μας νοιώθει την ανάγκη να εμβαθύνει ακόμη περισσότερο στο ζήτημα που τον απασχολεί , η ικανότητα της παράφρασης των λεγόμενων του , από την πλευρά του βοηθού , τον διευκολύνει να αναπροσαρμόσει την κουβέντα πάνω σε νέα δεδομένα , ώστε να μην μιλά συνέχεια για το ίδιο θέμα , αλλά να γίνεται πιο περιγραφικός και λεπτομερής.

Η παράφραση επιτυγχάνεται , όταν ο βοηθός , ακούγοντας και παρατηρώντας προσεκτικά , διαλέγει κάποιες λέξεις κλειδιά από τα λεγόμενα του πελάτη του και προσθέτοντας δικές του παρατηρήσεις , ανατροφοδοτεί την συζήτηση ή ερωτά λεπτομέρειες παραμένοντας , φυσικά , στο θέμα.

Με την χρησιμοποίηση των δεξιοτήτων της ενθάρρυνσης και της παράφρασης , είμαστε σε θέση να αποδείξουμε στον βοηθούμενο , πως έχουμε καταλάβει περί τίνος πρόκειται , πως αντιλαμβανόμαστε την ουσία των πραγμάτων , αλλά και ότι -πολύ περισσότερο- θα καταφέρουμε μετά το πέρας της συζήτησης , να δώσουμε μια σωστή καθοδήγηση , μια γνώμη ή ιδέα για την ορθή αντιμετώπιση του όποιου προβλήματος. **Η εμπιστοσύνη , πλέον , αναπτύχθηκε.**

\* Ο τελικός στόχος της προσεκτικής προσέγγισης του πελάτη από τον επαγγελματία , είναι να καταφέρει να τον συμβουλέψει σωστά , για θέματα που τον προβληματίζουν. Γι' αυτό , οι δεξιότητες της ενσυναίσθησης και της αντανάκλασης συναισθήματος , κρίνονται απαραίτητες για τον βοηθό.

**Η ενσυναίσθηση** , είναι η ικανότητα που αποκτάμε σαν βοηθοί , μέσα από την προσεκτική ακρόαση της συζήτησης , αλλά και με την βοήθεια της γενικότερης αντίληψης μας , να αντιλαμβανόμαστε τον κόσμο , όπως ακριβώς τον βλέπει ο συνομιλητής μας , άσχετα από την δική μας θεώρηση των πραγμάτων.

Η δεξιότητα της αντανάκλασης του συναισθήματος , μας δίνει την δυνατότητα να προσθέτουμε στον κόσμο του πελάτη μας, το «αλατοπίπερο» των δικών του συναισθημάτων , έτσι όπως



καταφέρνουμε να τα αντιληφθούμε εμείς , ώστε να σχηματίσουμε μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα γι' αυτά που τον απασχολούν. Όσο πιο κοντά στην πραγματικότητα βρίσκεται αυτή η εικόνα που σχηματίζουμε , τόσο πιο εύκολα και αποτελεσματικά θα καταφέρουμε στο τέλος να βοηθήσουμε.

Με την σωστή χρησιμοποίηση αυτών των δεξιοτήτων , μπορούμε να ενθαρρύνουμε ή όχι τον πελάτη μας για τις αποφάσεις που πρόκειται να πάρει , να του δείξουμε άλλους δρόμους και εναλλακτικές λύσεις που γνωρίζουμε πως δεν έχει σκεφθεί ή απλά να πούμε αυτό που χρειάζεται να ακούσει , ώστε να πάρει δύναμη και να βοηθηθεί.

Δεν πρέπει ποτέ να ξεχνάμε , ότι πολλοί λίγοι άνθρωποι έχουν την ικανότητα να αναγνωρίζουν οι ίδιοι τα συναισθήματα τους και να τα παραθέτουν σε φράσεις , απλά και κατανοητά , αλλά ακόμη λιγότεροι είναι αυτοί που μας αφήνουν τελικά να τα ανακαλύψουμε. Είναι , επομένως , μέρος της δικής μας δεξιότητας σαν βοηθοί , να αποσαφηνίζουμε τα γεγονότα και τα πραγματικά συναισθήματα από όλα αυτά που ακούμε , καθώς και να κερδίζουμε την εμπιστοσύνη και τον σεβασμό των συνομιλητών μας.

\* Όλες αυτές τις πληροφορίες που εκμαιεύουμε από τον πελάτη μας , πρέπει να τις χειριστούμε κατάλληλα ώστε να καταλήξουμε στο σωστό συμπέρασμα και άρα να οδηγηθούμε στην σωστή επιλογή λύσης ή προοπτικής. Για να μην ξεχνάμε λοιπόν την αλληλουχία ή την ουσία των πραγμάτων , να μην αφήνουμε πίσω καμιά σημαντική λεπτομέρεια , αλλά και για να γνωρίζουμε ανά πάσα στιγμή γεγονότα και συναισθήματα , είναι σκόπιμο να κάνουμε συχνά , μια μικρή **περίληψη** των όσων έχουμε ακούσει και που τα κρίνουμε σημαντικά. Μ' αυτόν τον τρόπο , αποκρυσταλώνουμε την ουσία των όσων ελέχθησαν , κατευθύνουμε την συζήτηση εκεί όπου θέλουμε εμείς να οδηγηθεί , ενώ είναι ο μόνος τρόπος να διαπιστώσουμε αν έχουμε πέσει έξω στις εκτιμήσεις μας. Ταυτόχρονα , βοηθάμε και ίδιο το άτομο να ακούσει συγκεντρωτικά τα γεγονότα ή τα συναισθήματα που το προβληματίζουν , καθώς επίσης και να βρει μόνο του -πολλές φορές- λύση στο πρόβλημα του.

Σ' αυτήν την περίληψη , θα πρέπει να προσθέτουμε , με την βοήθεια της παρατηρητικότητας μας , και την μη-λεκτική συμπεριφορά του συνομιλητή μας , την σωματική του γλώσσα

δηλαδή , ώστε να συμπεριλάβουμε τα «κρυφά» μηνύματα συμπεριφοράς που δεχόμαστε από εκείνον και που μας βοηθούν να εξάγουμε χρήσιμα συμπεράσματα για την βαρύτητα και την «αλήθεια» των γεγονότων που μας περιγράφει.

Η δεξιότητα της περίληψης , πολύ συχνά χρησιμοποιείται λανθασμένα όταν αντιπροσωπεύει την προσωπική γνώμη και αντίληψη του βοηθού και όχι του βοηθούμενου. Όταν ο βοηθός «κουβαλάει» μαζί του το δικό του σύστημα αξιών και εμπειριών και αδυνατεί να τις ξεχωρίσει από αυτές που ακούει από τον βοηθούμενο.

Σε καμιά λοιπόν περίπτωση δεν θα πρέπει να συγχέουμε την δική μας πραγματικότητα , με αυτήν του ανθρώπου που θέλουμε να βοηθήσουμε.

\* Η ικανότητα της αποτελεσματικής συμβουλευτικής βοήθειας , σε ανθρωπιστικό , ατομικό επίπεδο , δεν είναι ένα χάρισμα που το διαθέτουν λίγοι , σπάνιοι άνθρωποι. Είναι μια δεξιότητα , σύνθετη και πολυπαραγοντική , που όμως έχουμε την δυνατότητα να παραθέσουμε εδώ , σαν πληροφορία , με σκοπό να ενημερώσει τους ενδιαφερομένους.

Η σύνθεση των δεξιοτήτων που περιγράφηκαν παραπάνω για μια ουσιαστική ακρόαση , αλλά και των όσων θα αναφερθούν πιο κάτω και αφορούν στην αποτελεσματική επιρροή των βοηθούμενων πελατών , είναι μια συγκεκριμένη ακολουθία χειρισμών , ένας μόνο τρόπος , που εξετάζεται εδώ και περιγράφεται ως «εργαλείο επικοινωνίας».

Για την διευκόλυνση των αναγνωστών , δίνονται περιληπτικά οι δεξιότητες πρακτικής προσέγγισης των πελατών , καθώς και η προτεινόμενη σειρά εφαρμογής τους :

1. Προσεκτική ακρόαση της συζήτησης.
2. Θέτουμε ερωτήσεις.
3. Ενθάρρυνση της συζήτησης.
4. Παράφραση της συζήτησης.
5. Ενσυναίσθηση και αντανάκλαση συναισθήματος.
6. Περίληψη των γεγονότων.
7. Σύνθεση όλων των παραπάνω δεξιοτήτων.

### 3) ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ.

Οι βασικές δεξιότητες επιρροής έχουν πολύ μεγάλη σημασία για την πορεία της επίτευξης των στόχων βοηθού και βοηθούμενου, ακριβώς επειδή είναι καθοδηγητικές δεξιότητες και μπορούν να οδηγήσουν -πλέον- και όχι απλά να βοηθήσουν, μέσα πάντα από την επικοινωνία και την συζήτηση, τον πελάτη να πάρει αποφάσεις, να αναιρέσει επικίνδυνες συμπεριφορές για εκείνον και το περιβάλλον του, καθώς επίσης και να κατανοήσει ακόμη καλύτερα το πρόβλημα του για να μπορέσει να βρει λύσεις, ώστε να το αντιμετωπίσει αποφασιστικά.

\* Δεν μπορούμε να αποφύγουμε το γεγονός, ότι επηρεάζουμε τον κόσμο μας, αλλά και ότι ο κόσμος επηρεάζεται από εμάς. Αυτή η αλληλεπίδραση, δεν μπορεί να μην «ακουμπά» και την συμβουλευτική σχέση. Γι' αυτό λοιπόν πρέπει να γνωρίζουμε πολύ καλά σαν επαγγελματίες βοηθοί, πως ότι λέμε στον πελάτη-βοηθούμενο μας κατά τη διάρκεια της συμβουλευτικής προσπάθειας, αναπόφευκτα θα επηρεάσει αυτό που θα επακολουθήσει στην συνέχεια και θα αφορά στην ίδια την πορεία της συμβουλευτικής σχέσης, αλλά και στην λήψη των αποφάσεων. Οι γνώμες, οι εμπειρίες, οι καθοδηγήσεις, οι απαντήσεις μας στις ερωτήσεις του βοηθούμενου, σίγουρα θα επηρεάσουν αυτά που πιθανόν θα σκεφτεί, θα απορρίψει ή θα αποφασίσει στην συνέχεια, ενεργοποιώντας μια σειρά σκέψεων, που θα τον βοηθήσουν να διαμορφώσει μια νέα συμπεριφορά.

Προσοχή: το συχνότερο λάθος που μπορούμε να κάνουμε σαν βοηθοί, είναι να προσπαθούμε να βρούμε την «σωστή» απάντηση ή τη «σωστή» καθοδηγητική φράση, που θα λύσει ως δια μαγείας το πρόβλημα του βοηθούμενου. Το ζήτημα δεν είναι ποια μοναδική λέξη ή πρόταση, θα τον καθησυχάσει ή θα τον κάνει να χαρεί, ποια φράση μας θα του δώσει την απάντηση που περιμένει για να βοηθηθεί. Πρέπει να γνωρίζουμε ότι στην πραγματικότητα, η αλλαγή της συμπεριφοράς του ατόμου σε ψυχολογικό επίπεδο, είναι μια εξαιρετικά δύσκολη, χρονοβόρα και επίπονη προσπάθεια -και για τον βοηθό και για τον βοηθούμενο- αλλά και πως χρειάζεται χρόνο, κόπο και υπομονή για να επιτευχθεί, αν τελικά το καταφέρει. Γι' αυτόν τον λόγο οφείλουμε, σαν βοηθοί, να ψάχνουμε -πάντα με την βοήθεια της

επικοινωνίας- να βρούμε όσες περισσότερες «σωστές» απαντήσεις, φράσεις ή προτάσεις είναι χρήσιμες για τον πελάτη μας , ώστε να του δώσουμε , όχι μόνο μία , αλλά περισσότερες λύσεις στο ζήτημα που τον απασχολεί. Μέσα απ' αυτήν την διαδικασία , ανακαλύπτουμε ότι όντως υπάρχει ένας απεριόριστος αριθμός «σωστών καθοδηγήσεων» που έχουμε στη διάθεση μας , αλλά και ότι κάθε μια οδηγεί τον βοηθούμενο σε διαφορετική κατεύθυνση , επηρεάζοντας τον είτε σε μικρότερο είτε σε μεγαλύτερο βαθμό.

Ας μην ξεχνάμε : σωστή καθοδήγηση δεν είναι , κατ' ανάγκην , αυτή η πρόταση λύσης που θα ήθελε ο βοηθούμενος να ακούσει από εμάς , για να ευχαριστηθεί . Σωστή καθοδήγηση είναι αυτή που πραγματικά και ουσιαστικά βοηθά τον πελάτη.

\* Για να καταφέρουμε λοιπόν να καθοδηγήσουμε σωστά τον πελάτη μας , πρέπει να γνωρίζουμε πως να τον προσεγγίσουμε σωστά , να τον κάνουμε να μας εμπιστευθεί και να μας ανοιχτεί, αλλά και να καταφέρουμε να δούμε το πρόβλημα του , από την δική του οπτική γωνία (μέθοδος πρακτικής προσέγγισης). Για να το καταφέρουμε αυτό , πρέπει να μάθουμε να ακούμε προσεκτικά τον βοηθούμενο , ώστε να γνωρίσουμε και να οργανώσουμε τα γεγονότα και τα συναισθήματα του , σε μια σειρά τόσο απλή και ξεκαθαρισμένη , ώστε και ο ίδιος να πάψει να είναι μπερδεμένος ή απαισιόδοξος.

Στην προσεκτική ακρόαση που επιχειρούμε σαν βοηθοί, θετικά αποτελέσματα φέρνουν οι εύστοχες ερωτήσεις (ανοικτού ή κλειστού τύπου) που θέτουμε γύρω από το μείζον θέμα , η χρησιμοποίηση ενθαρρυντικών εκφράσεων , που διευκολύνει την περαιτέρω διεξαγωγή της συζήτησης και κερδίζει παράλληλα την εμπιστοσύνη του βοηθούμενου , η παράφραση των εκφράσεων που χρησιμοποιεί ο ίδιος ο βοηθούμενος για να περιγράψει τα συναισθήματα ή τα γεγονότα που τον προβληματίζουν , ώστε αυτά να ανατροφοδοτούνται και να συζητούνται πιο διεξοδικά με τον βοηθό , η χρησιμοποίηση της δεξιάς της ενσυναίσθησης και της αντανάκλασης των συναισθημάτων που περιγράφουν το πρόβλημα μέσα από την ματιά του πελάτη και μας κατατοπίζουν σχετικά με το πώς βλέπει εκείνος τα πράγματα και τέλος , η πολύ χρήσιμη για την εξαγωγή συμπερασμάτων , περίληψη των γεγονότων.

Παράλληλα όμως με την προσπάθεια προσέγγισης του πελάτη μας , δεν πρέπει να παραλείψουμε να εστιάζουμε στα

θετικά στοιχεία ή γεγονότα της κατάστασης , αλλά και της προσωπικότητας του.

Είναι γεγονός , ότι μια ανεπαρκής συμβουλευτική συζήτηση , εστιάζει μόνο σε προβλήματα , αρνητικές σκέψεις και συναισθήματα. Η αποτελεσματική όμως συμβουλευτική συζήτηση , ισορροπεί την προσπάθεια επίλυσης ενός ζητήματος , που ήδη από μόνο του είναι κάτι αρνητικό , με μια συνεχή έμφαση στα θετικά χαρακτηριστικά του βοηθούμενου , μα και σε όλα εκείνα που μπορεί να επιτύχει ο ίδιος , για την καλυτέρευση της κατάστασης του.

\* Ο βοηθός , όπως είπαμε , είναι εκείνος που κατευθύνει την ροή της συζήτησης , που καθοδηγεί τον πελάτη σε μια σωστή διερεύνηση του προβλήματος , από όλες τις οπτικές γωνίες. Η προσεκτική λοιπόν εκτίμηση όλων των παραμέτρων του ζητήματος που απασχολεί τον πελάτη μας , προϋποθέτει την εστίαση σε αυτό.

Στην δεξιότητα της εστίασης , εμπεριέχεται η επισημάνση κάποιων πολύ συγκεκριμένων λέξεων που χρησιμοποιεί ο βοηθούμενος την ώρα που μιλά , οι οποίες μας οδηγούν στο να κατανοήσουμε τι είναι αυτό που τον απασχολεί περισσότερο. Εάν μάλιστα γνωρίζουμε με ποιον τρόπο να χρησιμοποιούμε κατάλληλα κάποια παραδείγματα από την δική μας ζωή και εμπειρία , σχετικά με το θέμα , τότε μπορούμε να διευκολύνουμε τον πελάτη μας να εκθέσει ακόμη καλύτερα τα γεγονότα , με περισσότερη ειλικρίνεια και αποκάλυψη.

Είναι πολύ σημαντικό η εστίαση των σχολίων και των προσωπικών μας παραδειγμάτων , να είναι απόλυτα σχετικά και αλληλένδετα με όλα αυτά που μας εμπιστεύεται ο πελάτης , ώστε να επανατροφοδοτούμε την συζήτηση χωρίς να διακόπτουμε την ροή των σκέψεων του. Η ξαφνική αλλαγή του θέματος που κουβεντιάζουμε , αναγκάζει τον βοηθούμενο να σταματήσει να μιλά και μας αποπροσανατολίζει από τον σκοπό μας.

\* Ένα άλλο πολύ σημαντικό προσόν του βοηθού , είναι να αντιμετωπίζει τις καταστάσεις και τους προβληματισμούς του πελάτη του με σαφήνεια και παρρησία. Αυτή η δεξιότητα έγκειται στην ικανότητα της αντιμετώπισης των πραγμάτων κατά πρόσωπο. Εδώ συμπεριλαμβάνονται , η αντίληψη του βοηθού να αναγνωρίζει τις ενδεχόμενες διαφωνίες του με τον βοηθούμενο , να μπορεί να επισημαίνει τις ασυμφωνίες μεταξύ των στάσεων ,

των σκέψεων ή των συμπεριφορών τους , με πολιτισμένο τρόπο , χωρίς να οδηγεί την συζήτηση σε αδιέξοδα , καθώς επίσης και να αντιλαμβάνεται τις αντιφάσεις στις οποίες περιπέφτει συχνά ο βοηθούμενος , την ώρα μάλιστα που προσπαθεί να βάλει σε σειρά τις σκέψεις του.

Με την αντιμετώπιση των πραγμάτων κατά πρόσωπο , συνεπώς , τοποθετούμαστε άμεσα απέναντι στο γεγονός ότι οι άνθρωποι συνήθως λένε άλλα από αυτά που στην πραγματικότητα εννοούν , ή κάνουν άλλα από αυτά που λένε. Παράλληλα δίνουμε την δυνατότητα στους πελάτες μας να δουν την κατάσταση πιο ρεαλιστικά , πρακτικά και με περισσότερη διορατικότητα.

Δεν πρέπει να παραλείψουμε ποτέ το γεγονός , ότι οι άνθρωποι δεν βρίσκονται πάντα σε αρμονία με τον εαυτό τους , αλλά και πως δεν είναι συνεπείς , ούτε ως προς τους στόχους που θέτουν για τους εαυτούς τους , ούτε και ως προς την υλοποίηση των υποσχέσεων που δίνουν προς τους άλλους ανθρώπους.

\* Η πιο σημαντική όμως δεξιότητα του βοηθού , αυτή που του δίνει την δυνατότητα να αντιλαμβάνεται πλήρως τις καταστάσεις και άρα να καθοδηγεί τον πελάτη του προς την σωστή κατεύθυνση λήψης αποφάσεων , είναι η σωστή ερμηνεία των πραγμάτων.

Οι περισσότεροι άνθρωποι , όταν έρχονται αντιμέτωποι με μια κατάσταση για πρώτη φορά , όταν «βλέπουν» και συζητούν για ένα πρόβλημα , δικό τους ή των άλλων , που δεν έχουν δει ποτέ ξανά , σχηματίζουν –μοιραία– μια πρώτη εικόνα για τα πράγματα , η οποία θεωρούν πως είναι και η σωστή. Είναι πρακτικά πολύ δύσκολο να αλλάξει , να «σπάσει» κανείς αυτό το εγκατεστημένο πλαίσιο ερμηνείας των πραγμάτων και να οδηγήσει τα άτομα αυτά σε μια καινούρια προσέγγιση της κατάστασης. Το ίδιο μπορεί να συμβεί και με τους βοηθούς. Εάν ακούγοντας και διερευνώντας το θέμα που μας εμπιστεύεται ο πελάτης μας , εγκλωβιστούμε στην πρώτη εικόνα που συνθέτουμε , χωρίς να γνωρίζουμε όλες τις παραμέτρους του προβλήματος που συζητάμε , θα είναι πολύ δύσκολο στην συνέχεια να επαναπροσδιορίσουμε αυτήν την πρώτη , ελλιπή ερμηνεία των πραγμάτων.

Η προσεκτική , όχι βιαστική , ενδελεχής ερμηνεία της κατάστασης , η οποία «πατά» πάνω στην πραγματικότητα , είναι ο μόνος τρόπος να καταφέρουμε στην συνέχεια να καθοδηγήσουμε

σωστά τον πελάτη μας , να τον κάνουμε να μας εμπιστευθεί , ώστε να είμαστε τελικά σε θέση να τον προτρέψουμε ή να τον αποτρέψουμε στις αποφάσεις που θα προσπαθήσει να πάρει.

Η πολυδιάστατη σκέψη , η υψηλή αντίληψη , η ψυχραιμία και η εξυπνάδα , είναι έμφυτα προσόντα , που όμως πρέπει να τα διαθέτει ο κάθε επαγγελματίας-βοηθός , ακριβώς επειδή δεν μπορούν να διδαχθούν άμεσα. Σ' αυτά τα προσόντα που συνθέτουν την δεξιότητα της επιτυχημένης ερμηνείας των πραγμάτων , έγκειται τελικά και η όλη αποτελεσματικότητα του οποιουδήποτε επαγγελματία σαν βοηθός , η ικανότητα του σαν συνομιλητής , αλλά και η προσφορά του σαν άνθρωπος.

\* Ποτέ δεν πρέπει να παραλείπουμε το γεγονός ότι επικοινωνούμε με τους συνανθρώπους μας με σκοπό να τους επηρεάσουμε , σε διάφορες εκφάνσεις της ζωής τους , για θέματα που τους απασχολούν. Έχουμε δηλαδή κάποια πρόθεση. Έτσι και ο επαγγελματίας-βοηθός , στα πλαίσια πάντα του επιτρεπτού, επηρεάζει τον πελάτη του με πρόθεση , τον καθοδηγεί δηλαδή , με τέτοιο τρόπο , ώστε να επιτύχουν μαζί τους στόχους τους.

Είναι όμως ξεκάθαρο και κατανοητό στους πελάτες μας αυτό που εμείς σαν βοηθοί επιθυμούμε να συμβεί σε αυτούς;

Ο τρόπος με τον οποίο δίνουμε τις καθοδηγήσεις μας στον πελάτη που τις αναζητά , είναι εξίσου σημαντικός , όσο και το περιεχόμενο των ίδιων των καθοδηγήσεων. Η στάση του σώματος μας , το βλέμμα , ο τόνος της φωνής , τα ξεκάθαρα -κατανοητά- λόγια καθώς και η προσεκτική βήμα προς βήμα διατύπωση τους , θα πρέπει να μεταδίδουν στον βοηθούμενο το πόσο πολύ πιστεύουμε και εμείς οι ίδιοι σ' αυτές τις καθοδηγήσεις που του δίνουμε.

Οι προσεκτικές , ξεκάθαρα διατυπωμένες προτάσεις μας , που συνοδεύονται από μια πειστική , μη-λεκτική γλώσσα του σώματος , βοηθούν τον πελάτη να κατανοήσει πλήρως τα λεγόμενα μας , τον εφοδιάζουν με πίστη και ελπίδα , ενώ του δίνουν στόχους και προκλήσεις που κινούν το ενδιαφέρον του , ώστε να δραστηριοποιηθεί και να βοηθήσει αποτελεσματικά τον εαυτό του.

Η παροχή λοιπόν σωστών συμβουλευτικών καθοδηγήσεων , δεν σημαίνει μόνο ότι πρέπει να ανοίγουμε σαφείς δρόμους λύσεων , αλλά και πως πρέπει να πείθουμε τον συνομιλητή μας , ότι αυτοί οι δρόμοι αξίζει να περπατηθούν.



\* Είναι πολύ σημαντικό , κατά την διάρκεια της συζήτησης με τον πελάτη μας , να καταφέρουμε να συνδεθούμε τόσο πολύ μαζί του , ώστε να τον κάνουμε να μας εμπιστευθεί και άρα , στην συνέχεια , να μας ακούσει. Να μοιραστεί δηλαδή μαζί μας , τα προσωπικά του βιώματα αλλά και εμπειρίες (αυτοαποκάλυψη) , που θα μας βοηθήσουν να κατανοήσουμε γεγονότα και συναισθήματα σε βάθος. Δεν αρκεί όμως μόνο αυτό. Είναι εξαιρετικά χρήσιμο να γνωρίζουμε την γνώμη που έχει σχηματίσει ο πελάτης μας , σχετικά με το πως τον βλέπουν οι άλλοι άνθρωποι , με το πως τον αντιμετωπίζουν ή κρίνουν τις πράξεις και τις αντιλήψεις του (ανατροφοδότηση).

Οι πληροφορίες αυτές μας βοηθούν , ώστε να καταφέρουμε να κάνουμε τον βοηθούμενο να ανιχνεύσει μόνος του την αλληλεπίδραση που έχει με το περιβάλλον του , να κατανοήσει από που πηγάζουν τελικά τα όποια αρνητικά συναισθήματα έχει αναπτύξει , αλλά –πολύ περισσότερο– να χρησιμοποιήσει αυτά τα συμπεράσματα με σκοπό να αντικρούσει μια πιθανή , μελλοντική , άσχημη συμπεριφορά των άλλων απέναντι στο πρόσωπο του.

Για να επιτύχουμε την δεξιότητα της αυτοαποκάλυψης και της ανατροφοδότησης , θα πρέπει να γνωρίζουμε καλά το θέμα της συζήτησης , να είμαστε πλήρως ενημερωμένοι για την ψυχοσωματική αλληλεπίδραση των προβλημάτων που σχετίζονται με θέματα βάρους, να είμαστε συγκεκριμένοι και ακριβείς στις εκτιμήσεις μας. Σε καμιά περίπτωση δεν πρέπει να υιοθετούμε μια κριτική στάση απέναντι στον συνομιλητή μας , αλλά μια κριτική σκέψη , να επικεντρωνόμαστε όσο το δυνατόν στα θετικά προσόντα και όχι στις αδυναμίες του , δίνοντας ταυτόχρονα έμφαση στα ίδια τα γεγονότα και όχι σε άσχημους χαρακτηρισμούς , που όταν διατυπώνονται , πληγώνουν και στεναχωρούν. Πάντα πρέπει να αφήνουμε το κατάλληλο περιθώριο στον πελάτη μας να αντιδρά καθώς συνειδητοποιεί τα γεγονότα , χωρίς όμως να νευριάζει , ώστε να είναι σε θέση να αντιλαμβάνεται μόνος τα λάθη και τις αδυναμίες του.

\* Οι διάφορες πράξεις στις οποίες προβαίνουμε στην καθημερινή μας ζωή , μας οδηγούν πάντα σε συνέπειες , τόσο εμάς τους ίδιους , όσο και τους συνανθρώπους μας. Είναι πολύ σημαντικό επομένως , να υπολογίζουμε πάντα το μέγεθος , τον αντίκτυπο , την αρνητικότητα ή την θετικότητα των πράξεων και των αποφάσεων μας , πριν προβούμε σ' αυτές , αλλά και πως η

όποια αλληλεπίδραση των ενεργειών μας με το περιβάλλον , δεν πρέπει να μας αφήνει ανεπηρέαστους.

Αυτήν την πολύτιμη γνώση , είναι σκόπιμο να την γνωστοποιούμε στον βοηθούμενο μας , κατά την διάρκεια της συμβουλευτικής προσπάθειας , με τρόπο απλό , αλλά επεξηγηματικό. Σκοπός μας δεν είναι φυσικά να τον πανικοβάλλουμε , να τον προβληματίσουμε περισσότερο , αλλά και ούτε να τον επηρεάσουμε δραματικά , ως προς την λήψη των αποφάσεων του. Στόχος μας θα πρέπει να είναι , να τον καταστήσουμε ικανό να προβλέπει μόνος , τι μπορεί να συμβεί στο μέλλον, σχετικό με τις ενέργειες του , καθώς επίσης και τον τρόπο με τον οποίο είναι δυνατόν να επηρεάσουν αυτές οι ενέργειες τον ίδιο και το περιβάλλον του.

Παράλληλα , πρέπει να του δείχνουμε με διακριτικότητα , ενδιαφέρον , αλλά και σαφήνεια , νέους τρόπους , δρόμους εναλλακτικών λύσεων , ώστε να αλλάξει σκέψεις , συναισθήματα ή και ενδεχομένως συμπεριφορά , αποφεύγοντας τις δυσάρεστες συνέπειες των πράξεων ή των αντιλήψεων του.

Ο τρόπος για να επιτύχουμε να συμβουλέψουμε σωστά τους βοηθούμενους μας σχετικά με τα αποτελέσματα των πράξεων τους, είναι η χρήση προειδοποιήσεων κατά την διάρκεια της επικοινωνίας μας μαζί τους. Μετά από την προσεκτική ακρόαση , την συζήτηση , την πλήρη κατανόηση του προβλήματος , αλλά και την αποτελεσματική καθοδήγηση του πελάτη ώστε να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά το πρόβλημα , ο βοηθός έχει ηθική υποχρέωση να προειδοποιεί σχετικά με τα αρνητικά αποτελέσματα των αποφάσεων , να ενθαρρύνει για την ενδεχόμενη θετική έκβαση άλλων , να στηρίζει και να βρίσκεται , σε κάθε περίπτωση , στο πλευρό του συνομιλητή του , από την πρώτη ως την τελευταία στιγμή.

Η ακραία αρνητικότητα , η υιοθέτηση ενός ψυχρού και κριτικού πνεύματος , αλλά και από την άλλη πλευρά ο υπέρμετρος ενθουσιασμός και η απερισκεπτη θετικότητα προσέγγισης των καταστάσεων , από την πλευρά του βοηθού , οδηγούν σε αδιέξοδα και γι' αυτό πρέπει να αποφεύγονται. Η τελική απόφαση , ανήκει πάντα και δικαιωματικά στον πελάτη.

Για την διευκόλυνση των αναγνωστών , δίνονται περιληπτικά οι βασικές δεξιότητες επιρροής των πελατών , καθώς και η προτεινόμενη σειρά εφαρμογής τους :

1. Δεξιότητες πρακτικής προσέγγισης.
2. Εστίαση.
3. Αντιμετώπιση των πραγμάτων κατά πρόσωπο.
4. Ερμηνεία.
5. Καθοδήγηση.
6. Αυτοαποκάλυψη – ανατροφοδότηση.
7. Προειδοποίηση.

## ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ.

Το δείγμα της έρευνας χαρακτηρίζεται ως **συμπτωματικό**. Περιλαμβάνει μια φυσική ομάδα εξεταζομένων ατόμων που την αποτελούν όλοι οι πελάτες του συγκεκριμένου εργαστηρίου αισθητικής. Οι πελάτες αυτοί ήταν ως επί το πλείστον γυναίκες - περίπου το 85% (από τα 60 άτομα του δείγματος, 51 ήταν γυναίκες και μόλις 9 άνδρες), των οποίων οι ηλικίες κυμαίνονταν από τα 17 μέχρι τα 55 χρόνια, κατά προσέγγιση.

**Ο αριθμός του δείγματος** περιλαμβάνει 60 άτομα που είχαν ενεργό συμμετοχή και έδωσαν απαντήσεις, οι οποίες συμπεριλαμβάνονται στα ευρήματα της έρευνας.

**Ο γενικότερος πληθυσμός ατόμων** τον οποίο αφορούν τα αποτελέσματα της έρευνας, είναι όλοι οι επαγγελματίες διαιτολόγοι-διατροφολόγοι που δραστηριοποιούνται σε επαρχιακό ή κεντρικό επίπεδο.

## Η ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ.

Εφαρμόστηκε από τον ερευνητή<sup>15</sup> ένας τύπος συνέντευξης με σκοπό να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο στην διεξαγωγή της έρευνας και στην συλλογή των δεδομένων. Θεωρήθηκε καταλληλότερο για τους σκοπούς αυτούς, επειδή είναι έγκυρο, δημιουργεί άμεση επαφή του ερευνητή με τον εξεταζόμενο, αλλά και επειδή επαληθεύει το γεγονός πως οι άνθρωποι είναι γενικά, περισσότερο πρόθυμοι να μιλούν και να εξηγούν αυτά που τους απασχολούν, από το να καταγράφουν τις σκέψεις τους ή να απαντούν σε γραπτές ερωτήσεις. Ο πελάτης λοιπόν, ευκολότερα θα δεχόταν να συζητήσει για να εκφράσει τις σκέψεις του από το να αναγκαστεί να απαντήσει γραπτώς, ίσως σε κάποιο ερωτηματολόγιο ή τεστ, για έναν άγνωστο προς εκείνον, ερευνητή. Επιπλέον δόθηκε η ευκαιρία να αναπτυχθούν ανάμεσα στον ερευνητή και τους πελάτες επικοινωνιακές σχέσεις, κάτι που βοήθησε στην εξασφάλιση των πληροφοριών.

---

<sup>15</sup> Για τον σχεδιασμό της ημι-δομημένης συνέντευξης που χρησιμοποιήθηκε ως ψυχομετρικό εργαλείο στην έρευνα, υπήρξε συνεργασία με ειδικούς Ψυχολόγους που τους έδωσαν πολύτιμες κατευθύνσεις για το θέμα αυτό. Ευχαριστίες στον σύλλογο ΤΟ ΧΑΜΟΓΕΛΟ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ για το ενδιαφέρον και την βοήθεια του και συγκεκριμένα, τις κυρίες Λεπίδου Χριστίνα, παιδοψυχολόγο και Γκάνε Σοφία, κοινωνικό λειτουργό, που μοιράστηκαν τις γνώσεις τους..

Η συνέντευξη διεξάγονταν σε ένα ευχάριστο περιβάλλον , το εργαστήριο αισθητικής , στο οποίο οι πελάτες ένοιωθαν άνετα. Ο χρόνος της συζήτησης διαρκούσε 30 λεπτά της ώρας και ήταν αρκετός για να ολοκληρωθεί η διαδικασία. Όταν ο χρόνος αυτός ξεπερνούσε τα όρια , το δείγμα θεωρούνταν αναξιόπιστο.

Η συνέντευξη ήταν ημι-δομημένη. Είχε δηλαδή τον χαρακτήρα μιας επικοινωνίας , μιας συζήτησης για ένα και μόνο συγκεκριμένο θέμα : το κίνητρο που ωθεί τον καθένα να διαχειρισθεί το βάρος του. Ο ερευνητής άφηνε σκόπιμα την συζήτηση να προχωρήσει σε βαθύτερα επίπεδα που όριζε ο ίδιος ο εξεταζόμενος , είχε όμως κάποιες συγκεκριμένες κατευθύνσεις. Ορισμένες από τις ερωτήσεις που έθετε ο ερευνητής για να καθοδηγήσει την κουβέντα , ήταν προσχεδιασμένες και ερωτούνταν σε όλους τους πελάτες. Οι ερωτήσεις αυτές , βοήθησαν στην σύγκριση και τον έλεγχο των παραγόντων της έρευνας. Χωρίς αυτές , δεν θα υπήρχαν σταθερές μεταβλητές που να επιτρέπουν την σύγκριση των αποτελεσμάτων.

Η σειρά των ερωτήσεων δεν ήταν αυστηρά προκαθορισμένη. Και αυτό γιατί μια συνέντευξη είναι πρώτα μια συζήτηση και μια συζήτηση θα πρέπει να είναι αυθόρμητη και εγκάρδια για να είναι αληθινή. Στην αρχή θέτονταν ευχάριστα , περισσότερο γενικά θέματα και στην συνέχεια , με την συνεργασία και του ίδιου του πελάτη , πιο ειδικοί και πιο προσωπικοί προβληματισμοί. Βαθμιαία θέτονταν οι πολύ εσωτερικές και συναισθηματικά χρωματισμένες ερωτήσεις.

Ο ερευνητής ήρθε αντιμέτωπος με την ψυχρότητα ή την άρνηση των πελατών να μιλήσουν για βαθύτερα θέματα , άλλοτε αδυνατούσε να βγάλει συμπεράσματα ή ακόμα και να λάβει σχετικές με την ερώτηση που έθετε , απαντήσεις.

Οι απαντήσεις τώρα που δίνονταν από τους πελάτες , συλλέχθηκαν και να καταγράφηκαν χωρίς σημαντικές παραλήψεις , χωρίς αλλοιώσεις στην σημασία των γεγονότων ή των αντιλήψεων των εξεταζομένων , αλλά και χωρίς εσφαλμένες συσχετίσεις των γεγονότων με τα τελικά συμπεράσματα.

Για τους λόγους αυτούς οι απαντήσεις καταγραφόταν σε φύλλα απαντήσεων την ώρα της συζήτησης και ήταν , όσο το δυνατόν , πιο «κοντά» στα λεγόμενα του πελάτη. Στην συνέχεια , καταγράφηκαν ως τα ευρήματα της έρευνας.

Για λόγους εγκυρότητας και δεοντολογίας , παραθέτουμε αυτές τις προσχεδιασμένες ερωτήσεις , καθώς και την προκαθορισμένη σειρά τους :

1)Περιποιήσθε τον εαυτό σας;-----  
-----  
-----

Αν ναι, για ποιούς λόγους;-----  
-----  
-----

2)Φροντίζετε την υγεία και την εξωτερική σας εμφάνιση;-----  
-----  
-----

Αν ναι, για ποιούς λόγους;-----  
-----  
-----

3)Σας αποσχολεί το σωματικό σας βάρος;-----  
-----  
-----

Αν ναι, για ποιούς λόγους;-----  
-----  
-----

4)Έχετε ακολουθήσει προγράμματα διαχείρισης βάρους στο παρελθόν;-----  
-----  
-----

Είχαν αποτέλεσμα;-----  
-----  
-----

Αν όχι , γιατί δεν είχαν αποτέλεσμα;-----  
-----  
-----

5)θα σας ενδιέφερε να ακολουθήσετε προγράμματα διαχείρισης βάρους;-----  
-----  
-----

Αν ναι , για ποιούς λόγους;-----  
-----  
-----

Αν όχι , για ποιούς λόγους;-----  
-----  
-----

## Η ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΠΟΥ ΑΚΟΛΟΥΘΗΘΗΚΕ.

Όμως η συνέντευξη είναι ένα ψυχομετρικό εργαλείο που χρησιμοποιείται για τους σκοπούς μιας ερευνητικής μελέτης και όπως κάθε ψυχομετρική διαδικασία , θα πρέπει να υπακούει σε ορισμένες βασικές αρχές οι οποίες να εξασφαλίζουν τους εξεταστές και τους εξεταζομένους , αλλά και το σπουδαιότερο , να εξηγείται στους ενδιαφερόμενους αναγνώστες ο σκοπός για τον οποίο σχεδιάστηκε αυτό το ψυχομετρικό εργαλείο , καθώς και ο ρόλος που έπαιξε στην τελική εξαγωγή των συμπερασμάτων.

Έτσι λοιπόν είναι σκόπιμο να αναφερθούν οι βασικές κατευθύνσεις της ψυχομετρικής δεοντολογίας που απασχόλησαν τον ερευνητή σαν άνθρωπο και προσπάθησε να ακολουθήσει στην ερευνητική διαδικασία:

\*Με την διεξαγωγή της έρευνας και με την χρήση του συγκεκριμένου ψυχομετρικού μέσου (της ημι-δομημένης συνέντευξης) , ο ερευνητής θέλησε να «δει» σε ποιο βαθμό το επικοινωνιακό εργαλείο που εξετάζει είναι δυνατόν να βοηθήσει τον κάθε επαγγελματία διαιτολόγο στην διαξαγωγή μιας ορθής συμβουλευτικής προσπάθειας , αν αυτό είναι πρακτικά εύκολο και κυρίως , αν είναι κάτι εφαρμόσιμο ή ουτοπικό. **Η ψυχομετρία χρησιμοποιήθηκε μόνο για αυτόν τον σκοπό και για κανέναν άλλο.**

\*Η έρευνα μέσα από την επικοινωνία και την συζήτηση , απέδειξε την ορθότητα της αρχικής πεποίθησης του ερευνητή , επιβεβαιώνοντας την βαρύτητα που αποκτά η ατομική ψυχολογία στην πορεία της υγείας των πελατών. Γι' αυτόν τον λόγο , η αξιολόγηση των ευρημάτων της ψυχομετρικής διαδικασίας , έγινε με γνώμονα την κατανόηση , την περιγραφή και την προσπάθεια επίλυσης , αυτού που ο ερευνητής αντιλαμβάνεται ως ζήτημα : την αξία της προσπάθειας για αποτελεσματική παροχή συμβουλευτικής στήριξης στους πελάτες. **Η ψυχομετρία λοιπόν , είχε έναν αρκετά σοβαρό ρόλο να διαδραματίσει στην διαδικασία της έρευνας , σε καμία περίπτωση δεν «έπαιξε» με τα συναισθήματα και τις ανάγκες των πελατών και δεν ικανοποίησε κανέναν είδους περιέργεια του ερευνητή.**

\*Παρόλη την σοβαρή , τολμούμε να πούμε , προσπάθεια διεξαγωγής μιας αμερόληπτης και ταυτόχρονα επιστημονικά ορθής ερευνητικής μελέτης , γνωρίζουμε πως κάθε προσπάθεια ψυχομέτρησης των ατόμων , εμπεριέχει ένα υπαρκτό περιθώριο σφάλματος. Έναν βαθμό “τυπικού σφάλματος” , όπως χαρακτηρίζεται , ο οποίος μπορεί να έχει οδηγήσει και σε αυτήν την έρευνα , σε μερικά εσφαλμένα συμπεράσματα. Σε καμιά όμως περίπτωση , γίνεται παράκληση , δεν πρέπει να υπονομεύεται ή να πλήττεται η αξία της όλης προσπάθειας.

\*Παρουσιάστηκαν στους αναγνώστες , με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ακρίβεια , τα χαρακτηριστικά , η χρησιμότητα και οι περιορισμοί της έρευνας και εξηγήθηκαν λεπτομερώς οι υπό μέτρηση έννοιες , ώστε να γίνουν κατανοητές σε όλους όσους απευθύνονται. Εξετάσθηκε προσεκτικά το περιεχόμενο των ερωτήσεων που τέθηκαν στους πελάτες για να διαπιστωθεί αν θιγουν ή αν προσβάλουν τους πελάτες-εξεταζομένους , ενώ πρέπει να αναφέρουμε ότι η συνέντευξη ήταν καθαρά προαιρετική. Όπου χρειάστηκε , δίνονταν περαιτέρω εξηγήσεις και πληροφορίες στους πελάτες , ώστε να ενημερωθούν καλύτερα για την προσπάθεια της έρευνας. Δίνεται το δικαίωμα -και έχει ήδη συμβεί- στους πελάτες που βοήθησαν την διαδικασία της έρευνας , να πάρουν ακριβές αντίγραφο της.

Είναι σκόπιμο και χρήσιμο λοιπόν για όλους όσοι επιθυμούν να ασχοληθούν με την έρευνα και ενδιαφέρονται να χρησιμοποιήσουν ψυχομετρικά εργαλεία για την πραγματοποίηση της , να ενημερωθούν για την δεοντολογία του επιστημονικού κλάδου της ψυχομετρίας. Την δεοντολογία όμως αυτή , την έχουμε σε μεγάλο βαθμό μέσα μας , την κουβαλάμε σε κάθε ενέργεια που επιχειρούμε και που σχετίζεται με τις πράξεις και τις συμπεριφορές προς τους συνανθρώπους μας. Εφόσον λοιπόν μαθαίνουμε να ζούμε πράττοντας τα «δέοντα» , τούτο μας ακολουθεί σε κάθε πτυχή της ζωής μας. Ακόμη και στον τρόπο που προσεγγίζουμε τους συνομιλητές μας , ακόμη και στο είδος της επικοινωνίας μας , μαζί τους.



## ΤΑ ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.

Για την καταγραφή των ευρημάτων της έρευνας χρησιμοποιήθηκε μια προσχεδιασμένη μέθοδος καταγραφής και σύγκρισης των αποτελεσμάτων της χρήσης του επικοινωνιακού εργαλείου που προτάθηκε στο παρόν σύγγραμμα.

Εφαρμόστηκε ξεχωριστά για τα 3 βήματα που το επικοινωνιακό αυτό εργαλείο ακολουθεί, συμπληρώθηκε δε από τον ίδιο τον ερευνητή μετά το πέρας των εκάστοτε συνεντεύξεων με σκοπό να συγκεντρωθούν αρχικά και να δοθεί η δυνατότητα έπειτα να αναλυθούν τα όποια ευρήματα της έρευνας. Η μεθοδολογία αυτή βασίστηκε σε παρόμοια πρωτόκολλα<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Black, N. "Experimental and observational methods of evaluation". British Medical Journal, τ.χ 309, σελ 504 (1994).

Simes, R.J. "Confronting publication bias: a cohort design for meta-analysis". Statistics in Medicine, τ.χ 6, σελ.11-29 (1987).

Για λόγους εγκυρότητας και δεοντολογίας, παραθέτουμε αυτήν την προσχεδιασμένη μέθοδο καταγραφής των αποτελεσμάτων της χρήσης του επικοινωνιακού εργαλείου:

### 1<sup>ο</sup> ΒΗΜΑ

#### ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ :

Α)Υπήρξε **θέληση για επικοινωνία** από τον βοηθούμενο;  
ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

Σε ποιόν βαθμό; ΜΙΚΡΟ-----ΜΕΓΑΛΟ-----ΜΕΤΡΙΟ-----

Β)Υπήρξε **η δημιουργία κατάλληλου συναισθηματικού κλίματος συζήτησης γενικά;**

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

β1)Παρατηρήσεις για το στρέψιμο της προσοχής στην συζήτηση:

-----  
-----  
-----

β2)Παρατηρήσεις για την κάλυψη της απόστασης ανάμεσα σε βοηθό και βοηθούμενο:

-----  
-----  
-----

β3)Παρατηρήσεις για την ανάπτυξη κοινής αίσθησης της πραγματικότητας ανάμεσα σε βοηθό και βοηθούμενο:

-----  
-----  
-----

Γ)Υπήρξε ροή ανταλλαγής μηνυμάτων-πληροφοριών ανάμεσα στον βοηθό και τον βοηθούμενο γενικά;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

Σε ποιά βαθμό; ΜΙΚΡΟ-----ΜΕΓΑΛΟ-----ΜΕΤΡΙΟ-----

γ1)Κατανοήθηκε από τον βοηθό το κύριο θέμα συζήτησης; (το κίνητρο του πελάτη να διαχειρισθεί το βάρος του;)

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

Σε ποιά βαθμό; ΜΙΚΡΟ-----ΜΕΓΑΛΟ-----ΜΕΤΡΙΟ-----

γ2)Υπήρξαν από την μεριά του βοηθού μη λεκτικά σημάδια επικοινωνίας;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ-----

Ποιά ήταν αυτά;-----

-----

-----

Πως αντέδρασε ο πελάτης στα μη λεκτικά σημάδια επικοινωνίας;--

-----

-----

Δ)Υπήρξε κοινό συμπέρασμα στην συζήτηση περί των κινήτρων διαχείρισης του βάρους ανάμεσα στον βοηθό και τον βοηθούμενο;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ-----

Ε)Υπήρξαν φραγμοί επικοινωνίας κατά την διάρκεια της συζήτησης ανάμεσα στον βοηθό και τον βοηθούμενο;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ

Ποιοί ήταν οι φραγμοί επικοινωνίας που παρουσιάστηκαν στην συζήτηση;-----

-----

-----

**2<sup>ο</sup> ΒΗΜΑ**  
**ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ**  
**ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ :**

**1)Υπήρξε προσεκτική ακρόαση της συζήτησης από τον βοηθό;**

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

Σε ποιόν βαθμό; ΜΙΚΡΟ-----ΜΕΓΑΛΟ-----ΜΕΤΡΙΟ-----

Ποιό ήταν το κύριο κίνητρο αναζήτησης της διαχείρισης του βάρους;-----  
 -----

Ποιά ήταν τα δευτερεύοντα κίνητρα διαχείρισης βάρους (αν υπήρχαν); -----  
 -----

**2)Χρειάστηκε να τεθούν διερευνητικές ερωτήσεις από την μεριά του βοηθού για την αναζήτηση των κινήτρων;**

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

Βοήθησαν στην εξαγωγή συμπερασμάτων;-----  
 -----

**3)Χρειάστηκε να γίνει η ενθάρρυνση της συζήτησης από την μεριά του βοηθού για την αναζήτηση των κινήτρων;**

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

Ποιές ήταν οι κυριότερες λέξεις/φράσεις που χρησιμοποιήθηκαν για την ενθάρρυνση της συζήτησης;-----  
 -----

**4)Χρησιμοποιήθηκε η δεξιότητα της παράφρασης των λεγόμενων του βοηθούμενου για την αναζήτηση των κινήτρων;**

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

Βοήθησε στην εξαγωγή συμπερασμάτων;-----  
 -----

**5)Υπήρξε ενσυναίσθηση και αντανάκλαση συναισθήματος από την μεριά του βοηθού για την αναζήτηση των κινήτρων;**

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ-----

Σε ποιόν βαθμό; ΜΙΚΡΟ-----ΜΕΓΑΛΟ-----ΜΕΤΡΙΟ-----

**6)Χρησιμοποιήθηκε η δεξιότητα της περίληψης της συζήτησης;**

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

**3<sup>ο</sup> ΒΗΜΑ**  
**ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ**  
**ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ :**

1) Χρησιμοποιήθηκαν προηγουμένως οι δεξιότητες της **πρακτικής προσέγγισης των πελατών;**

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

2) Υπήρξε **εστίαση στην συζήτηση από την μεριά του βοηθού για την αναζήτηση των κινήτρων;**

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ-----

Σε ποιόν βαθμό; ΜΙΚΡΟ-----ΜΕΓΑΛΟ-----ΜΕΤΡΙΟ-----

Ποιές ήταν οι κύριες λέξεις του βοηθούμενου που οδήγησαν στην επίτευξη της δεξιότητας της εστίασης;-----  
 -----

Υπήρξαν σχόλια/παραδείγματα σχετικά με τις λέξεις αυτές από την μεριά του βοηθού για την επίτευξη της δεξιότητας της εστίασης;-----  
 -----

3) Υπήρξαν **διαφωνίες** ανάμεσα σε βοηθό και βοηθούμενο;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

Οδήγησαν στον τερματισμό της συζήτησης;-----  
 -----

Υπήρξαν **αντιφάσεις** στα λεγόμενα/σκέψεις του βοηθούμενου;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

Οδήγησαν στον τερματισμό της συζήτησης;-----  
 -----

4) Ποιά ήταν **η πρώτη ερμηνευτική εικόνα** που σχημάτισε ο βοηθός σε σχέση τα κίνητρα του βοηθούμενου;-----  
 -----

Παρέμεινε ίδια μέχρι το τέλος της συζήτησης;-----

5) Υπήρξαν **καθοδηγήσεις** για διαχείριση του βάρους από την μεριά του βοηθού προς τον βοηθούμενο;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

Έγιναν κατανοητές από τον βοηθούμενο;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ-----

Σε ποιόν βαθμό έγιναν κατανοητές από τον βοηθούμενο;

ΜΙΚΡΟ-----ΜΕΓΑΛΟ-----ΜΕΤΡΙΟ-----

6) Επετεύχθει η δεξιότητα της αυτοαποκάλυψης του βοηθούμενου;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ-----

Σε ποιόν βαθμό; ΜΙΚΡΟ-----ΜΕΓΑΛΟ-----ΜΕΤΡΙΟ-----

Βοήθησε στην ανακάλυψη των κινήτρων από τον βοηθό;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ-----

Επετεύχθει η δεξιότητα της ανατροφοδότησης του βοηθούμενου;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ-----

Σε ποιόν βαθμό; ΜΙΚΡΟ-----ΜΕΓΑΛΟ-----ΜΕΤΡΙΟ-----

Βοήθησε στην ανακάλυψη των κινήτρων από τον βοηθό;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ-----

Υπήρξε εμπιστοσύνη ανάμεσα σε βοηθό και βοηθούμενο;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ-----

Σε ποιόν βαθμό; ΜΙΚΡΟ-----ΜΕΓΑΛΟ-----ΜΕΤΡΙΟ-----

Βοήθησε στην ανακάλυψη των κινήτρων από τον βοηθό;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ-----

7) Έγινε χρήση προειδοποιήσεων από τον βοηθό;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----

Έγιναν κατανοητές από τον βοηθούμενο;

ΝΑΙ-----ΟΧΙ-----ΙΣΩΣ-----

Σε ποιόν βαθμό έγιναν κατανοητές από τον βοηθούμενο;

ΜΙΚΡΟ-----ΜΕΓΑΛΟ-----ΜΕΤΡΙΟ-----

## ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ.

Υπενθυμίζεται ότι στο παρόν σύγγραμμα επιχειρείται η αξιολόγηση ενός ήδη υπάρχοντος επικοινωνιακού εργαλείου προσαρμοσμένου στις ανάγκες της συμβουλευτικής διαδικασίας, όπως αυτή εφαρμόζεται, δύναται να εφαρμόζεται ή πρέπει να εφαρμόζεται στην διαιτολογική συνεδρία.

Η ερευνητική διαδικασία βασίστηκε στον συσχετισμό 2 παραγόντων : **από την μια πλευρά την καταγραφή των κινήτρων που παρουσιάζουν τα άτομα για να διαχειρισθούν το βάρος τους (απέλεσε τον σταθερό παράγοντα αξιολόγησης του επικοινωνιακού εργαλείου) και από την άλλη πλευρά τον μεταβλητό παράγοντα, το προσχεδιασμένο επικοινωνιακό εργαλείο που προσπάθησε να πραγματοποιήσει την διερεύνηση.**

Έτσι λοιπόν τα αποτελέσματα της έρευνας και τα συμπεράσματα τους, αφορούν μόνο στο αν και κατά πόσον, στο πως και το γιατί, στον βαθμό δηλαδή βοήθειας που το επικοινωνιακό αυτό εργαλείο προσέφερε στην όλη επικοινωνία ανάμεσα στον ερευνητή και τους πελάτες, ανάμεσα στον βοηθό και τους βοηθούμενους της «μικρής» αυτής συμβουλευτικής «προσπάθειας» που επιχειρήθηκε στα 30 λεπτά της ερευνητικής διαδικασίας. Η αξιολόγηση λοιπόν αυτών καθ'αυτών των κινήτρων των ατόμων που πήραν μέρος την έρευνα δεν αφορά τα συμπεράσματα της.

Για την αξιολόγηση της δεξιότητας της πρακτικής προσέγγισης των πελατών-βοηθούμενων από τον ερευνητή-βοηθό παρατήθενται και ερμηνεύονται τα εξής αποτελέσματα, με την σειρά που αυτά αναφέρθηκαν στο 2<sup>ο</sup> ΒΗΜΑ:

1) Στο 100% του δείγματος (και στις 60 συνεντεύξεις) υπήρξε φυσικά προσεκτική ακρόαση της συζήτησης από τον ερευνητή. Ο ερευνητής ήταν στραμμένος προς την πλευρά των συνομιλητών, με όσο το δυνατόν άνετη, φυσική, χαλαρή στάση, με ομιλία δυνατή και καθαρή, σε ήσυχο και απομονωμένο περιβάλλον. Δεν υπήρξαν αντιδράσεις από την μεριά του, δυσμενή σχόλια αλλά και ούτε κάποιου είδους διακοπή της συζήτησης από εξωτερικούς παράγοντες.

Τα κύρια κίνητρα που με την βοήθεια της δεξιότητας της προσεκτικής ακρόασης -κατά βάση- ήρθαν στην επιφάνεια : ήταν η άσχημη εικόνα για το σώμα , ο πιεστικός κοινωνικός περίγυρος , τα προβλήματα υγείας. Τα δευτερεύοντα<sup>17</sup> κίνητρα που με την βοήθεια της δεξιότητας της προσεκτικής ακρόασης -κατά βάση- ήρθαν στην επιφάνεια ήταν : η εδραίωση μιας σωστής διατροφικής συνείδησης , η αγορά καινούριων ρούχων που δεν κολακεύουν το σώμα , η παρακολούθηση προγράμματος διαχείρισης βάρους από κάποιο άλλο μέλος της οικογένειας.

**Χωρίς την προσεκτική ακρόαση στην ουσία δεν υπάρχει συζήτηση. Δεν υπάρχει επικοινωνία . Και χωρίς την συζήτηση και την επικοινωνία δεν υπάρχει συμβουλευτική αλλά και ούτε διαιτολογία και διαιτολογική παρέμβαση.**

2) Στο 11% (στα 7 άτομα) του δείγματος χρειάστηκε να τεθούν διερευνητικές ερωτήσεις εκτός από τις 5 βασικές που χρησιμοποιήθηκαν , διαφορετικές κατά περίπτωση και σύμφωνες με τα λεγόμενα του βοηθούμενου , ώστε να βρεθούν τα κίνητρα αυτά. Τούτο γιατί άλλοτε οι απαντήσεις δεν ήταν σαφείς ή ήταν άσχετες με τις 5 βασικές ερωτήσεις. Στις 5 από αυτές τις περιπτώσεις οι διερευνητικές ερωτήσεις οδήγησαν στο αποτέλεσμα ενώ σε 2 περιπτώσεις (από τις 7) όχι , σε ποσοστό δηλαδή 28,5%. Εκεί χρειάστηκαν και περαιτέρω δεξιότητες.

Οι διερευνητικές ερωτήσεις θέτουν τις βάσεις της όλης συζήτησης. Είναι οι κύριοι άξονες από όπου αποσπώνται πληροφορίες και για γεγονότα και για συναισθήματα. Ο ανθρώπινος λόγος μπορεί να είναι περιεκτικός αλλά είναι αδύνατον να συμπεριλαμβάνει όλες τις πληροφορίες που επιβάλλονται για να εξαχθούν τα όποια συμπεράσματα.

3) Στο 96% του δείγματος έγινε ενθάρρυνση της συζήτησης από τον ερευνητή με την βοήθεια λέξεων ή φράσεων που χρησιμοποίησε ο βοηθούμενος. Οι κύριες λέξεις που δανείστηκε ο βοηθός από τον βοηθούμενο ήταν : «άσχημα» , «βαρέθηκα» , «γερανός» , «ομορφιά» , «ρούχα» , «υγεία» , αλλά και φράσεις όπως «θυμάμαι πάντα να κάνω δίαιτα» , «ντρέπομαι να πάω σε

<sup>17</sup> Δευτερεύοντα είναι τα κίνητρα που συνυπάρχουν με τα κύρια , αλλά προσδίδουν λιγότερο «ειδικό» βάρος στην όλη ψυχολογία του ατόμου που θέλει να διαχειρισθεί το βάρος του.



εκδηλώσεις» , «λαχανιάζω όταν περπατάω» , «δεν χωράω να περάσω» , «θα με σηκώσει η καρέκλα σας;». Η ενθάρρυνση της συζήτησης σε 2 περιπτώσεις δεν χρειάστηκε λόγω της ροής του λόγου των ατόμων , αλλά βοήθησε τις άλλες 2 περιπτώσεις που είδαμε πιο πάνω , να έρθουν πιο κοντά στον στόχο. Να ανακαλύψουν τα κίνητρα.

**Η ενθάρρυνση της συζήτησης «σπάει» τον πάγο ανάμεσα στους συνομιλητές και κατευθύνει την κουβέντα εκεί που ο βοηθός θέλει πραγματικά να πάει. Χωρίς αυτήν η συζήτηση είναι επιφανειακή και σε γεγονότα και σε συναισθήματα.**

**4) Στο 100% του δείγματος χρειάστηκε η δεξιότητα της παράφρασης των λεγόμενων των ατόμων.** Ακόμα και στα 2 άτομα που είχαν ροή στην συζήτηση και δεν εφαρμόστηκε ενθάρρυνση της συζήτησης , η παράφραση τα βοήθησε να μείνουν εντός θέματος! Ο ερευνητής χρησιμοποίησε τις προηγούμενες αλλά και άλλες λέξεις και φράσεις κλειδιά που σημείωνε κατά την διάρκεια της κουβέντας , και με την προσθήκη δικών του -κατά περίπτωση- παρατηρήσεων κατεύθυνε την συζήτηση στον στόχο της , αλλά και σε βαθύτερα επίπεδα. Την διερεύνηση των κινήτρων. Σε όλες τις περιπτώσεις είχε κάποιο είδους αποτέλεσμα , στις περισσότερες μάλιστα σαν δεξιότητα ήταν απαραίτητη , ενώ για τις 2 αυτές περιπτώσεις ήταν επιβεβλημένη.

**Με την δεξιότητα αυτή ο ερευνητής πέτυχε να αποδείξει στους βοηθούμενους ότι είχε κατανοήσει (σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό) τόσο το περιεχόμενο όσο και τα συναισθήματα των λεγόμενων τους. Τέθηκαν έτσι οι βάσεις της εμπιστοσύνης για το περαιτέρω «άνοιγμα» της συζήτησης.**

**5) Στις 56 από τις 60 περιπτώσεις (93,3%) υπήρξε και ενσυναίσθηση και αντανάκλαση συναισθήματος από την μεριά του ερευνητή.** Αυτό διαπιστώθηκε καθώς βοηθός και βοηθούμενος έφτασαν σε **συμφωνία αποτελεσμάτων , συναισθημάτων και καταστάσεων** που είχαν πάντα να κάνουν με την διερεύνηση των κινήτρων. Οι 5 βασικές ερωτήσεις καθώς και όλες οι παραπάνω δεξιότητες βοήθησαν τον βαθμό ενσυναίσθησης και την αντανάκλασης συναισθήματος να αναπτυχθούν , πάντα όμως υπήρχε ο κίνδυνος της υποκειμενικότητας , κυρίως λόγω της φύσης της ανθρώπινης προσωπικότητας.

Από τις υπόλοιπες 4 περιπτώσεις όπου δεν υπήρξε ενσυναίσθηση και αντανάκλαση συναισθήματος, όλες ανήκουν σε εκείνες που χρειάστηκαν διερευνητικές ερωτήσεις, οι δε 2 πιο «δύσκολες» περιπτώσεις είναι ακριβώς αυτές όπου οι διερευνητικές ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν, δεν είχαν αποτέλεσμα. Αξίζει να σημειωθεί ότι πρόκειται για άντρες.

**Η δεξιότητες αυτές βοήθησαν τον ερευνητή να αποσαφηνίσει γεγονότα και πραγματικά συναισθήματα από όλα τα λεγόμενα των ατόμων, αλλά έδωσε την δυνατότητα και σ' αυτά τα ίδια τα άτομα να αναπτύξουν εμπιστοσύνη προς το πρόσωπο του ερευνητή. Υπήρχε εκεί με λίγα λόγια κάποιος να τους καταλαβαίνει..**

6) Σε όλες τις περιπτώσεις ο ερευνητής αναγκάστηκε να χρησιμοποιήσει την δεξιότητα της περίληψης των λεγόμενων βοηθού και βοηθούμενου. Τούτο γιατί ο χρόνος επέτρεψε να συζητηθούν πολλά ζητήματα σε σχέση με τα κίνητρα των ατόμων, πολλές φορές μη συμβατά με το θέμα της έρευνας, ενώ άλλες φορές χρειάστηκε να ξαναζητήσει ο ίδιος της πληροφορίες που παρέλειψε να σημειώσει.

**Η δεξιότητα της περίληψης βοηθά στο «μάζεμα των πληροφοριών», στο να ακούν οι ίδιοι οι βοηθούμενοι τα λεγόμενα τους και να συμφωνούν ή να διαφωνούν με αυτά ώστε να καταλήγουν σε συμπέρασμα ίδιο (93,3% ίδιο όπως είδαμε από την ενσυναίσθηση και την αντανάκλαση συναισθήματος) ή διαφορετικό με τον βοηθό. Βοήθησε επίσης, στις περιπτώσεις όπου υπήρξε διαφωνία, να διαχωρισθούν οι 2 πραγματικότητες. Αυτή του βοηθού από αυτή του βοηθούμενου.**

7) Αν δούμε τις όλες δεξιότητες συνολικά, θα διαπιστώσουμε πως όλες χρησιμοποιήθηκαν από τον βοηθό, εκτός από τις 2 περιπτώσεις όπου δεν εφαρμόστηκε η ενθάρρυνση της συζήτησης. Κατά 97,7% δηλαδή ο ερευνητής χρειάστηκε να συνθέσει όλες τις παραπάνω δεξιότητες.

**Η σύνθεση των δεξιοτήτων αφήνεται στην κρίση του καθενός ενδιαφερομένου. Δεν αποτελεί μέτρο σύγκρισης ακριβώς γιατί εξαρτάται από την κάθε περίπτωση. Παρόλα αυτά φαίνεται πως είναι επιβεβλημένη ώστε να μπορεί να προχωρά ομαλά η διαδικασία της όλης συμβουλευτικής προσπάθειας, χωρίς να «σκαλώνει» ή να αναλώνεται σε αστοχίες.**

Για την αξιολόγηση των βασικών δεξιοτήτων επιρροής των πελατών-βοηθούμενων από τον ερευνητή-βοηθό δίνονται και ερμηνεύονται τα εξής αποτελέσματα , με την σειρά που αυτά αναφέρθηκαν στο 3<sup>ο</sup> ΒΗΜΑ:

1) Σε όλες τις περιπτώσεις , στο 100% του δείγματος χρησιμοποιήθηκαν οι δεξιότητες πρακτικής προσέγγισης των βοηθούμενων , οι οποίες αναπτύχθηκαν με την αρχική βάση που προσέφεραν οι 5 βασικές ερωτήσεις. Στην συνέχεια τα λεγόμενα των βοηθούμενων για γεγονότα και συναισθήματα , προχώρησαν την τριαντάλεπτη συζήτηση σε βάθος με απώτερο βέβαια στόχο την διερεύνηση των κινήτρων των ατόμων να διαχειρισθούν το βάρος τους.

**Τούτο γιατί πολύ απλά πρέπει πρώτα να προσεγγίσει κανείς τον ασθενή-πελάτη-άνθρωπο για να καταφέρει στην συνέχεια να τον συμβουλέψει , να τον επηρεάσει , να τον καθοδηγήσει.**

2)Στο 100% του δείγματος υπήρξε εστίαση του βοηθού στο θέμα της έρευνας. Οι 5 ερωτήσεις βοήθησαν σε αυτό , αλλά και η χρησιμοποίηση των κύριων λέξεων/φράσεων που είδαμε στην δεξιότητα της ενθάρρυνσης. Στο 34% των περιπτώσεων οι βοηθούμενοι χρειάστηκαν παραδείγματα από τον ερευνητή για να κατανοήσουν σημεία των ερωτήσεων, κυρίως για θέματα εμπέδωσης συναισθημάτων όταν η συζήτηση έφτασε σε βαθύτερα επίπεδα.

Αφού λοιπόν ο ερευνητής αρχικά χρησιμοποίησε τις 5 βασικές ερωτήσεις για να προσεγγίσει πρακτικά του βοηθούμενους, αφού σημείωσε τις σχετικές παρατηρήσεις του, ξαναχρησιμοποίησε τις ερωτήσεις αυτές αυτήν την φορά για να βοηθήσει στην καθοδήγηση των βοηθούμενων να κατανοήσουν καλύτερα τα κίνητρα που ήδη είχαν ανιχνευθεί στο 97,7% των περιπτώσεων.

Οι 2 δύσκολες περιπτώσεις που αναφέρθηκαν , κατάφεραν με την δεξιότητα της εστίασης της συζήτησης (χρησιμοποίηση λέξεων και παραδειγμάτων από τον ερευνητή σχετικών με το λεγόμενα του ατόμου) , να κάνουν μια ανίχνευση , έστω , των πραγμάτων.

**Εδώ λοιπόν φαίνεται καθαρά ότι η εστίαση στην συζήτηση και στα θέματα που κάθε φορά μας ενδιαφέρουν, δίνει την**

ώθηση που χρειάζεται για να προχωρήσει η συμβουλευτική διαδικασία σε επόμενα επίπεδα.

3) Στο 37% των περιπτώσεων υπήρχαν κάποιου είδους διαφωνίες ανάμεσα σε βοηθό και βοηθούμενο. Διαφωνίες για θέματα αντίληψης σημαντικότητας και σύνδεσης των κινήτρων με μια ενδεχόμενη προσπάθεια διαχείρισης βάρους. Σε καμία περίπτωση δεν οδήγησε στον τερματισμό της συζήτησης, ενώ δυνητικά θα μπορούσε.

Σε 2 περιπτώσεις υπήρξαν αντιφάσεις στα λεγόμενα των βοηθούμενων (3,33%). Πρόκειται για τα 2 άτομα που αναφέρθηκαν σαν «δύσκολες» περιπτώσεις όπου οι διερευνητικές ερωτήσεις δεν απέδωσαν, ούτε υπήρξε ενσυναίσθηση και αντανάκλαση συναισθήματος από την πλευρά του ερευνητή. Οι αντιφάσεις διαπιστώθηκαν ήδη από την ενθάρρυνση της συζήτησης, αλλά και από την δεξιότητα της παράφρασης των λεγόμενων των ατόμων. Η εστίαση της συζήτησης στις αντιφάσεις αυτές με σκοπό την επίτευξη της δεξιότητας της **αντιμετώπισης των πραγμάτων κατά πρόσωπο**, ανέδειξε τις αντιθέσεις. Σε καμία περίπτωση δεν τερματίστηκε η συζήτηση.

Η αντιμετώπιση λοιπόν των πραγμάτων κατά πρόσωπο από την μεριά του βοηθού, μπορεί να φέρει στην επιφάνεια διαφωνίες, αντιρρήσεις και αντιφάσεις. Χωρίς τον αντίλογο όμως, χωρίς την διαφορετική άποψη, χωρίς την αντίθεση, το αποτέλεσμα της επικοινωνίας είναι κάποιες φορές «φτωχό». Κάποιες άλλες πάλι είναι «αόρατο». Στην προκείμενες 2 περιπτώσεις οι αντιφάσεις ανέδειξαν το πραγματικό κίνητρο που παρέμενε μέχρι εκείνη την ώρα κρυφό.

4) Η κυριότερη ερμηνευτική εικόνα της ανίχνευσης των πραγματικών κινήτρων των ατόμων, ήταν στο 89% η άσχημη εικόνα για το σώμα. Ακολουθούσε η πίεση από τον περίγυρο και τα θέματα υγείας.

Είναι ενδιαφέρον το γεγονός ότι μόλις στο 51% των 60 περιπτώσεων ο ερευνητής απέδωσε την ίδια ερμηνεία για την ύπαρξη των συγκεκριμένων κινήτρων και στο τέλος της συζήτησης και ήταν σίγουρος ότι αυτή ήταν και η πραγματικότητα. Στο υπόλοιπο 49% η ερμηνεία που δόθηκε στο τέλος άλλαξε. Ήταν διαφορετική, άλλη δηλαδή σαν πρώτη εντύπωση και άλλη σαν τελικό συμπέρασμα!

Πράγματι λοιπόν δεν πρέπει να εγκλωβιζόμαστε στην πρώτη εικόνα που συνθέτουμε όταν συζητούμε με τον συνομιλητή μας. Η πορεία της επικοινωνίας και η χρησιμοποίηση των δεξιοτήτων της θα μας δείξει πολλές φορές ότι είναι δυνατόν να πέσουμε έξω.

5) Στο 71% των περιπτώσεων ζητήθηκαν ρητά από τα άτομα καθοδηγήσεις σε θέματα διαχείρισης βάρους. Ο βοηθός παρουσίασε προτάσεις και λύσεις (σύμφωνα με την κρίση και το γνωστικό του επίπεδο) που φάνηκαν ότι σε ποσοστό 88% έγιναν κατανοητές σε μεγάλο βαθμό, ενώ στο υπόλοιπο 12% σε μέτριο.

Από το 71% των ατόμων αυτών, το 62% δήλωσε ότι θα επιχειρούσε να ξεκινήσει κάποιο πρόγραμμα διαχείρισης βάρους.

Άρα λοιπόν δεν αρκεί μόνο να είμαστε σε θέση να παρέχουμε καθοδηγήσεις σε οποιοδήποτε θέμα μας ζητηθεί, αλλά είναι χρήσιμο να μπορούμε να πείθουμε ότι αυτές οι καθοδηγήσεις είναι σκόπιμο να εφαρμοσθούν. Αξίζει να παρατηρήσουμε όμως ότι ΕΔΩ ΟΙ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΕΙΣ ΖΗΤΗΘΗΚΑΝ ΡΗΤΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΒΟΗΘΟΥΜΕΝΟΥΣ. Δεν υπήρξε δηλαδή πρόθεση του βοηθού να καθοδηγήσει και να προτρέψει κανέναν και για τίποτα χωρίς την θέληση του.

6) Στο 89% του δείγματος επετεύχθει η δεξιότητα της αυτοαποκάλυψης. Ο βαθμός είναι πολύ δύσκολο να μετρηθεί. Τα άτομα δηλαδή συζήτησαν για προσωπικά γεγονότα και συναισθήματα και παρουσίασαν όλα μεγάλου βαθμού εμπιστοσύνη προς το πρόσωπο του ερευνητή. Στο υπόλοιπο 11% στο οποίο συμπεριλαμβάνονται και οι 2 δύσκολες περιπτώσεις, δεν υπήρξε αυτοαποκάλυψη. Υπήρξε όμως εμπιστοσύνη. Δεν σημαίνει άρα πως η εμπιστοσύνη οδηγεί πάντα στην αυτοαποκάλυψη.

Η δεξιότητα αυτή επιτυγχάνεται όταν υπάρχει κλίμα εμπιστοσύνης ανάμεσα σε βοηθό και βοηθούμενο. Χωρίς αυτήν είναι δύσκολο να βγάλει κανείς ασφαλή συμπεράσματα για να καταφέρει να συμβουλέψει και να καθοδηγήσει, αν χρειασθεί, ακριβώς επειδή είναι η δεξιότητα που αντανακλά περισσότερο στα βιώματα και τις εμπειρίες του ατόμου.

Στο 78% του δείγματος υπήρξε ανατροφοδότηση. Ο βαθμός είναι και εδώ πολύ δύσκολο να μετρηθεί. Τα άτομα εδώ παρουσίασαν μεγάλου και μέτριου βαθμού εμπιστοσύνη προς το

πρόσωπο του ερευνητή , ενώ εδώ ΔΕΝ συμπεριλαμβάνονται οι 2 δύσκολες περιπτώσεις.

**Η δεξιότητα της ανατροφοδότησης όπως και η αυτοαποκάλυψη , βοήθησε σε πολύ μεγάλο βαθμό στην εμπέδωση των κινήτρων των ατόμων , δεν χρειάστηκε τόσο μεγάλου βαθμού εμπιστοσύνη για να αναπτυχθεί , ενώ δεν συμβαδίζει απαραίτητα με την αυτοαποκάλυψη. Θα έλεγε κανείς ότι επιτυγχάνεται πιο εύκολα από την αυτοαποκάλυψη.**

**7) Στο 23% των περιπτώσεων ο βοηθός έκανε χρήση κάποιου είδους προειδοποιήσεων σε σχέση με την υγεία και το βάρος , ώστε ενημερώσει για τις συνέπειες της μη διαχείρισης του βάρους. Από αυτές τις περιπτώσεις στο 100% είχε ζητηθεί καθοδήγηση από τους βοηθούμενους. Στο 100% οδήγησε σε ενθάρρυνση της συζήτησης!**

**Η χρήση προειδοποιήσεων επομένως βοηθά με τον τρόπο της την ενημέρωση αλλά και την έκβαση της συζήτησης προς την μεριά των καθοδηγήσεων , εφόσον βέβαια αυτές ζητηθούν. Βοηθά δηλαδή την πραγματική επιρροή των βοηθούμενων.**

Για την αξιολόγηση της δεξιότητας της επικοινωνίας από τον ερευνητή-βοηθό δίνονται και ερμηνεύονται τα εξής αποτελέσματα, με την σειρά που αυτά αναφέρθηκαν στο 1<sup>ο</sup> ΒΗΜΑ:

Η ερμηνεία των αποτελεσμάτων της δεξιότητας της επικοινωνίας θα γίνει και μέσα από την χρησιμοποίηση των βασικών δεξιοτήτων προσέγγισης και επιρροής των ατόμων και για αυτόν τον λόγο δίνεται τελευταία. Παραμένει όμως το 1<sup>ο</sup> ΒΗΜΑ του εργαλείου επικοινωνίας που προτάθηκε.

A) Στο 100% των συζητήσεων υπήρξε μεγάλου βαθμού θέληση για επικοινωνία από την μεριά του βοηθού.

Χωρίς αυτήν την θέληση σαφέστατα δεν υπάρχει καμία προσπάθεια συμβουλευτικής διαδικασίας.

B) Στο 97,7% των περιπτώσεων αναπτύχθηκε ανάμεσα στον βοηθό και τον βοηθούμενο το κατάλληλο συναισθηματικό κλίμα συζήτησης. Στις 2 δύσκολες περιπτώσεις , από επικοινωνιακής πλευράς τώρα , το κλίμα αυτό δεν ήταν κατάλληλο.

β1) Ο ερευνητής κράτησε σταθερή την παράμετρο του στρεψίματος της προσοχής στην συζήτηση ώστε να ξεκινούν όλες οι συζητήσεις από την ίδια βάση. Το 100% ανταποκρίθηκε θετικά σε αυτήν την «προσοχή» καθώς απαντούσε άμεσα , γρήγορα και με ανάλογη διάθεση στις 5 βασικές ερωτήσεις.

Όταν επομένως στρέφουμε την προσοχή μας στην συζήτηση είμαστε προσανατολισμένοι προς τον συνομιλητή, μιλάμε δυνατά και καθαρά, χωρίς βιασύνη και χωρίς να αποσπάμε την προσοχή μας από την συζήτηση αυτή. Τούτο ανταμοίβεται όπως φαίνεται με ανάλογη ανταπόδοση.

β2) Για την μέτρηση της κάλυψης της απόστασης ανάμεσα σε βοηθό και βοηθούμενο χρησιμοποιήθηκε ο βαθμός συμπάθειας. Το 89% των ατόμων εξέφρασε την συμπάθεια του στο τέλος της συζήτησης προς το πρόσωπο του ερευνητή , ενώ το υπόλοιπο 11% όχι (ανάμεσα σε αυτές και οι 2 δύσκολες περιπτώσεις). Σε καμία περίπτωση όπου δεν αναπτύχθηκε συμπάθεια , δεν τερματίστηκε η συζήτηση, υπήρξε όμως λιγότερη συγκέντρωση πληροφοριών.

Φαίνεται λοιπόν πως για να γίνει η κάλυψη της συναισθηματικής απόστασης ανάμεσα στους συνομιλητές

πρέπει να αναπτυχθεί συμπάθεια. Συναισθημα. Αν αυτό δεν συμβεί , δεν σημαίνει πως η επικοινωνία θα τερματισεί. Θα κυμανθεί όμως σε πιο φειδωλά επίπεδα.

β3) Στο 37% των περιπτώσεων υπήρχαν κάποιου είδους διαφωνίες ανάμεσα σε βοηθό και βοηθούμενο. Παρόλα αυτά υπήρχε κοινή αίσθηση της πραγματικότητας γιατί το 100% από αυτό το 37% συμφώνησε στο τέλος της συζήτησης ότι διαφωνεί!

Παρότι υπήρχε διαφορετική άποψη , υπήρχε κοινή αίσθηση της πραγματικότητας : μια πραγματικότητα διαφορετική για τον βοηθό και διαφορετική για τον βοηθούμενο, κοινή όμως για την έκβαση της επικοινωνίας. Αυτή είναι και μια από τις κυριότερες αρετές της δεξιότητας της επικοινωνίας. Η δυνατότητα της διαφωνίας.

Γ) Στο 100% του δείγματος υπήρξε ροή ανταλλαγής πληροφοριών και μηνυμάτων ανάμεσα σε βοηθό και βοηθούμενο και σε ποσοστό 97,7% σε μεγάλο βαθμό.

γ1) Υπήρχαν οι 2 περιπτώσεις όπου η δεξιότητα της επικοινωνίας μόνη , χωρίς την σύνθεση των παραπάνω δεξιοτήτων προσέγγισης και επιρροής των πελατών , αστόχησε να αναδείξει από την αρχή το κύριο θέμα της συζήτησης που ήταν η ανίχνευση των κινήτρων.

γ2) Σε όλες τις περιπτώσεις υπήρξαν μη λεκτικά σημάδια από την πλευρά του ερευνητή. Η κίνηση των χεριών κατά την διάρκεια της εκφραστικής προσπάθειας , το στρέψιμο του σώματος προς την μεριά του βοηθούμενου , ένα καταφατικό νεύμα του κεφαλιού και το χαμόγελο , ήταν σταθεροί παράγοντες και χρησιμοποιήθηκαν για όλους. Το 100% των ατόμων ανταπέδωσε κάτι έστω από τα προηγούμενα , κυρίως δε το χαμόγελο.

Δ) Στο 100% του δείγματος υπήρχε κοινό συμπέρασμα για το ποιο τελικά ήταν το θέμα της συζήτησης. Ποιο ήταν δηλαδή το μήνυμα της επικοινωνίας. Όλα τα άτομα του δείγματος κατάλαβαν ότι συζητούσαν για την διερεύνηση των κινήτρων τους να διαχειρισθούν το βάρος τους , ακόμα και αυτά τα 2 που δεν καθόρισαν σαφώς και από την αρχή το ίδιο το κίνητρο τους. Εντούτοις έλαβαν και μετέδωσαν σωστά το μήνυμα της επικοινωνιακής προσπάθειας.



Η σωστή λοιπόν μετάδοση του όποιου μηνύματος έχει να κάνει κυρίως με τον τρόπο που εμείς οι ίδιοι σαν συνομιλητές το διατυπώνουμε αλλά και με πώς το εκφράζουμε μη λεκτικά. Για να διαπιστώσουμε αν στείλαμε σωστά το μήνυμα στον προορισμό του , αρκεί να αποκωδικοποιήσουμε αυτό που λάβαμε σαν απάντηση ώστε να διαπιστώσουμε ότι κατανοούμε και οι δύο πλευρές το ίδιο κύριο θέμα της συζήτησης.

Ε) Καταβλήθηκε προσπάθεια ώστε ο ερευνητής να αποφύγει τους φραγμούς της επικοινωνίας. Το γεγονός ότι σε καμία περίπτωση η συζήτηση δεν τερματίστηκε , δίνει μια μικρή αντικειμενικότητα στην όλη προσπάθεια. Παρόλα αυτά η παρηγοριά σε άτομα υπερευαίσθητα ή η απειλή κατά την χρήση των προειδοποιήσεων , καταγράφηκαν ως φραγμοί επικοινωνίας.

Μπορεί να μην τερμάτισαν την συζήτηση , αλλά σίγουρα κινδύνευσαν να την βγάλουν εκτός του κύριου άξονα της που ήταν η ανίχνευση των κινήτρων και κατ' επέκταση η αξιολόγηση του εργαλείου επικοινωνίας.

## ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Σαν μια περίληψη όλων των παραπάνω θα μπορούσαμε να πούμε ότι:

- Όλες οι επικοινωνιακές δεξιότητες κατόρθωσαν τελικά να χρησιμοποιηθούν στα πλαίσια της διαιτολογικής συνεδρίας.
- Το επικοινωνιακό εργαλείο που εξετάστηκε, μόνο σε 2 περιπτώσεις δεν κατόρθωσε να επιτύχει τον στόχο του. Είχε δηλαδή ποσοστό επιτυχίας 96,6%. Θα μπορούσε λοιπόν να χαρακτηριστεί ως αξιόπιστο και θα ήταν εύστοχο να χρησιμοποιείται από τους ενδιαφερόμενους επαγγελματίες διαιτολόγους – διατροφολόγους.
- Οι δεξιότητες της προσεκτικής ακρόασης, της παράφρασης, της εστίασης και της περίληψης, χρησιμοποιήθηκαν στο 100% του δείγματος. Κρίνονται για αυτόν τον λόγο ως οι χρησιμότερες για την εφαρμογή του εργαλείου επικοινωνίας στην διαιτολογική συνεδρία.
- Από τις υπόλοιπες δεξιότητες σε μεγαλύτερο ποσοστό χρησιμοποιήθηκε η ενθάρρυνση (96%), η ενσυναίσθηση και η αντανάκλαση συναισθήματος (93,3%).
- Μεγάλος αριθμός ατόμων ζήτησε ρητά καθοδηγήσεις για θέματα διαχείρισης βάρους (71%). Η δεξιότητα λοιπόν της καθοδήγησης πρέπει να αναπτύσσεται κατάλληλα γιατί όπως φαίνεται θα εφαρμόζεται συχνά.
- Το 37% των περιπτώσεων διατύπωσε κάποιου είδους διαφωνία με το ερευνητή, ενώ το 3% έπεσε σε αντιφάσεις σε σχέση με τις θέσεις-συναισθήματα που εξέφρασε. Σε καμία περίπτωση η συζήτηση δεν τερματίστηκε, παρότι αυτό θα ήταν εύκολο να συμβεί. Η σωστή εφαρμογή των δεξιοτήτων της αντιμετώπισης των πραγμάτων κατά πρόσωπο είναι σε θέση να αντιμετωπίσει τέτοιες καταστάσεις.

- Η χρήση προειδοποιήσεων για τις άστοχες «πολιτικές» σε θέματα διαχείρισης βάρους πραγματοποιήθηκε ευτυχώς σε μικρό βαθμό. Μόλις 23%. Το ποσοστό αυτό αν και χαμηλό , είναι πάντως υπαρκτό.
- Δεν είναι αναγκαίο να χρησιμοποιούνται όλες οι δεξιότητες μαζί. Η συζήτηση καθορίζει κάθε φορά ποιές δεξιότητες θα εφαρμοσθούν , σε συνδιασμό πάντα με την κρίση και την σκέψη του βοηθού.
- Η κρίση και η σκέψη του βοηθού καθορίζουν επίσης την έκταση , τον βαθμό , τον λόγο , τον τρόπο , την αναγκαιότητα τελικά της όλης προσπάθειας.

Η κρίση λοιπόν , η πολυδιάστατη σκέψη αλλά και η λογική του ερευνητή , σε συνδυασμό με την πραγματική εμπειρία της επικοινωνίας με τους πελάτες μέσα στον συγκεκριμένο επαγγελματικό χώρο που επιλέχθηκε να διεξαχθεί , του έδωσε την δυνατότητα να σχηματίσει μια γνώμη , μια άποψη , ίσως όχι εντελώς ολοκληρωμένη , αλλά σίγουρα εμπειρική και λίγο πιο εξειδικευμένη σχετικά με το θέμα που παρουσιάστηκε.

Η ερμηνεία λοιπόν των ευρημάτων της έρευνας , εμπεριέχει τον ελεύθερο σχολιασμό , την αξιολόγηση των δεδομένων που συγκεντρώθηκαν κατά την δική του κρίση , αποδεχόμενος του γεγονότος ότι η οπτική γωνία από την οποία «είδε» τα πράγματα , δεν είναι ούτε η μοναδική ούτε και η ορθότερη.

Σκοπός λοιπόν παραμένει , όλοι οι ενδιαφερόμενοι αναγνώστες να δουν αυτή την άποψη , να σιγουρευτούν για την επιστημονική τεκμηρίωση των δεδομένων πια (μέσα από την ενημέρωση που αποδίδει η έρευνα) , να χρησιμοποιήσουν αυτήν την πληροφόρηση για να οδηγηθούν σε δικά τους συμπεράσματα και –αυτό θα ήταν το ιδανικό- σε δική τους βελτίωση.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Τελειώνοντας πρέπει να σημειωθεί και να τονισθεί ιδιαίτερα πως αφήνεται τελικά στην διάθεση του κάθε ενδιαφερομένου να ενημερωθεί για να χρησιμοποιήσει αυτές τις δεξιότητες , **στην κρίση του να αντιληφθεί** αν πρέπει να προσπαθήσει την κατεύθυνση της ουσιαστικής επικοινωνίας, **στην αντίληψη του** να ανακαλύψει τον ορθότερο τρόπο ώστε να φέρει αποτελέσματα για εκείνον και τους βοηθούμενους του , **την μέθοδο** που θα επιλέξει να εφαρμόσει με σκοπό να βοηθήσει , **την βοήθεια** που τελικά θα καταφέρει να προσφέρει.

---

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ

---

1. Αλεξιάδης, Α. "Δίκαιο της Υγείας - Δεοντολογία της Υγείας – Νομοθεσία-Νομολογία." (εκδοτικός οίκος Δημόπουλου, Θεσσαλονίκη, 2000)
2. Βασιλειάδης, Ι. "Ψυχιατρική και Ψυχολογία." (πηγή : internet , <http://www.iatronet.gr> , 2004)
3. Γεωργιάς, Δ. "Κοινωνική ψυχολογία." (4<sup>η</sup> έκδοση , Ελληνικά Γράμματα , ΑΘΗΝΑ , 1995)
4. Δημητρόπουλος, Ε. "Συμβουλευτική και Συμβουλευτική Ψυχολογία." (εκδόσεις Γρηγόρη , Αθήνα , 1999)
5. Ιεροδιακόνου, Χ. "Ψυχαναλυτική Ψυχοπαθολογία." (Θεσσαλονίκη , 1990)
6. Ιεροδιακόνου, Χ. "Ψυχιατρική." (Θεσσαλονίκη , 1988)
7. Καλατζή-Αζίζι, Α. "Εφαρμοσμένη Κλινική Ψυχολογία στον χώρο της Υγείας. Θέματα Κλινικής Ψυχολογίας , 1." (Δ' έκδοση βελτιωμένη , Ελληνικά γράμματα , 1996)
8. Καζάζη, Μ. "Ανθρώπινες σχέσεις και επικοινωνία." (2000)
9. Κάλουρη-Αντωνοπούλου, Ρ. "Στοιχεία Γενικής και Επαγγελματικής Ψυχολογίας." (β' έκδοση , Εκδόσεις Έλλην , ΑΘΗΝΑ , 1998)
10. Κομίλη, Α. "Βασικές αρχές και μέθοδοι επιστημονικής έρευνας στην Ψυχολογία." (2<sup>η</sup> έκδοση , εκδόσεις Οδυσσέας , 1989)

11. Μαλικιώση-Λοίζου, Μ. "Συμβουλευτική Ψυχολογία." (4<sup>η</sup> έκδοση, Ελληνικά Γράμματα, 1998)
12. Μίχου, Τ. "Μαθήματα δεοντολογίας." (1989)
13. Μπαλογιάννης, Σ. "Ψυχολογία." (Θεσσαλονίκη, 1988)
14. Νικολαΐδης, Δ. - Benedetti, G. "Ψυχοσωματική Ιατρική." (εκδόσεις Κυριακίδη, Θεσ/νίκη, χωρίς χρονολ.)
15. Παπαδάτου, Δ. - Αναγνωστόπουλος, Φ. "Η Ψυχολογία στον χώρο της Υγείας." (δ' έκδοση, Ελληνικά Γράμματα, ΑΘΗΝΑ, 1999)
16. Παρασκευόπουλος, Ι.Ν. "Μεθοδολογία επιστημονικής έρευνας." (ΑΘΗΝΑ, 1985)
17. Πετρονώτη, Μ. "Δίκτυα κοινωνικών σχέσεων : όψεις και αλληλεπιδράσεις με την διαδικασία επαγγελματικής κινητικότητας." Έρευνα για τα κοινωνικά χαρακτηριστικά της απασχόλησης. (Ε.Κ.Κ.Ε, Αθήνα, 1995)
18. Πιάνος, Κ. "Συμβουλευτική Ψυχολογία. Συμβουλευτικός θεραπευτικός διάλογος. Θεωρία και πράξη." (3<sup>η</sup> έκδοση, εκδόσεις Έλλην, 1998)
19. Πιπερόπουλος, Γ. "Επικοινωνώ άρα υπάρχω." (Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα, 2000)
20. Ποταμιάνος, Γ. "Δοκίμια στην Ψυχολογία Υγείας." (Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα, 1995)
21. Σταλίκας, Α. "Τα ψυχομετρικά εργαλεία στην Ελλάδα. Μια συλλογή και παρουσίαση των ερωτηματολογίων, δοκιμασιών και καταλόγων καταγραφής χαρακτηριστικών στον Ελληνικό χώρο." (β' έκδοση, Ελληνικά Γράμματα, 2002)

22. Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων ,  
Παιδαγωγικό Ινστιτούτο , Τμήμα Τεχνικής  
Επαγγελματικής Εκπαίδευσης , τομέας  
σχολικού επαγγελματικού προσανατολισμού.  
“Σπουδές μετά το Λύκειο , Σ.Ε.Π.”  
(Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων ,  
Αθήνα , 2004)
23. Antonovsky , A. “Health , Stress and Coping.”  
(Jossey Bass , N.Y , 1981)
24. Black, N. “Experemental and observesional methods  
of evaluation.” (1991).  
Στο “British Medical Journal, τ.χ 309. σελ 504 .
25. Cormier, W & Cormier L. “Interviewing strategies for  
Helpers.” (3<sup>rd</sup> ed. Monterey, C.A Brooks , 1981)
26. Dubos , R. “Mirage of Health.”  
(Ancor Garden City , N.Y , 1961)
27. Dubos , R. “Ways of Health.” Preface. Στο D.S Sobel (Ed.)  
(Harcourt – Brace – Jovanovich , N.Y , 1979 )
28. Gentry, W.D – Matarazzo , J.D “Medical Psychology. Three  
decades of growth and development.”  
Στο “Medical Psychology : Contributions to  
Behavioral Medicine.”Brandley , L.A & Procop ,  
C.K. (Eds) , (Academic Press : N.Y , 1981)
29. Heiden , L. – Hersen , M. “Εισαγωγή στην Κλινική  
Ψυχολογία. Βασικά εγχειρίδια ψυχολογικής  
γνώσης.” (Επιμέλεια : Καλατζή-Αζίζι , Α. -  
Αναγνωστόπουλος , Φ. , Ελληνικά Γράμματα  
ΑΘΗΝΑ , 1997)
30. Ivey , A.E – Gluckstern , N.B. “Συμβουλευτική : Βασικές  
Δεξιότητες Επιρροής.”  
(Μετάφραση : Μαλικιώση-Λοίζου , Μ.  
Ελληνικά Γράμματα , Αθήνα , 1995)

31. Ivey , A.E – Gluckstern , N.B. “Συμβουλευτική : Μέθοδος Πρακτικής Προσέγγισης.”  
(Μετάφραση : Μαλικιώση-Λοίζου , Μ.  
3<sup>η</sup> έκδοση , Ελληνικά Γράμματα , Αθήνα , 1996)
32. Simes, R.J. “Confronting publication bias: a cohort design for meta-analysis. (1987)  
Στο Statistics in medicine, τ.χ 6 , σελ 11-29.
33. Thomson, S.G. “Can meta-analysis be trusted?” (1999)  
Στο Lanset, τ.χ 338 , σελ 1127-1130.
34. Yusuf, S. – Collins, R. – Peto, R. “Why do we need some large, simple randomised trials?” (1989)  
Στο Statistics in medicine, τ.χ 3 , σελ 409-420.
35. Zimbardo. “Psychology” (N.Y , 1994)