

Auto controllo. Il nostro corso per migliorarlo

Il termine autocontrollo (o self-management) viene normalmente utilizzato per indicare strategie e tecniche, applicate dalle persone nei propri confronti, per controllare o contenere pensieri, emozioni e comportamenti che per qualche motivo non si ritiene sia utile o opportuno che siano espressi.

Perché, mai come oggi, è importante apprendere tecniche di auto-controllo, di self-management e di self-monitoring? Per almeno due motivi:

1) Data la complessità della società attuale e l'iperstimolazione a cui siamo sottoposti da parte dei media ma non solo, risulta molto importante migliorare le proprie abilità nel monitorare i propri stati emotivi e cognitivi, non per sopprimere l'espressione delle emozioni e degli impulsi, ma per gestirli meglio e con meno sofferenza.

2) L'autocontrollo è il prerequisito indispensabile per un altro concetto, quello di responsabilità. In presenza di scarso autocontrollo, infatti, è molto difficile essere in pieno possesso della responsabilità delle nostre azioni, perché in mancanza di esso viene meno anche la possibilità di gestire gli impulsi, le nostre azioni e le conseguenze derivanti da esse. Il fatto, però, che le persone con scarso auto controllo non possano essere ritenute del tutto responsabili delle loro azioni, non significa che questa responsabilità non verrà loro attribuita lo stesso. Nell'attribuzione di responsabilità o di colpa, la presenza o l'assenza di capacità di autocontrollo non rappresentano valide scusanti... per questo conviene apprenderla.

Il nostro approccio al miglioramento del self control (o self management) si basa sul modello di Kanfer che prevede un processo di feedback a tre stadi: automonitoraggio, autovalutazione e autorinforzo:



Nel **primo stadio**, di **automonitoraggio**, il cliente apprende ad osservare, per mezzo di tecniche ed esercizi mirati, il proprio comportamento, le proprie emozioni, i propri pensieri. In altre parole il monitoraggio può riguardare eventi interni o esterni. Il compito della persona, però, non è semplicemente osservare tali eventi, ma anche cercare di capire quali sono gli antecedenti e le conseguenze di essi; cioè quali comportamenti o situazioni (antecedenti) favoriscono l'emergere dell'evento interno o esterno che sta monitorando, e quali sono le conseguenze che i comportamenti da lui messi in atto provocano (conseguenze).

L'automonitoraggio, quindi, è un processo che implica, da parte del cliente, una deliberata attenzione nei confronti di specifiche sequenze comportamentali, cognitive o emotive. Il nostro compito, in tal senso, è metterlo in grado di farlo nel modo più efficace e semplice possibile. Quali comportamenti è possibile monitorare? Praticamente tutti. Insieme con il cliente, inizialmente si

stabilisce una lista di comportamenti, pensieri ed emozioni che sono per lui fonte di impulsi eccessivi, o eccessiva sofferenza. Alcuni esempi possono essere: fumare sigarette, l'introito di cibo, la rabbia e la collera nelle discussioni con particolari persone, o in alcune situazioni relazionali, il timing di intervento nelle discussioni, le reazioni che determinati comportamenti dei figli generano nei genitori, ecc...

Lo scopo dell'automonitoraggio è duplice: da una parte, il solo processo di automonitoraggio determina un'attenuazione degli impulsi che spingerebbero la persona ad agire in modo tempestivo e poco ragionato; dall'altra, consente la seconda fase, quella di autovalutazione.

Nel **secondo stadio**, di **autovalutazione**, il cliente apprende a paragonare obiettivamente la propria prestazione con un criterio o una regola preconcordata. Un gran numero di regole vengono apprese ed interiorizzate nel corso dell'infanzia e dell'adolescenza, e assumono la forma di regole automatiche interne, che guidano il nostro comportamento e in determinate situazioni frenano e contengono gli impulsi. Compiendo una comparazione fra queste regole e il proprio comportamento, la persona può valutare la discrepanza fra i due, continuando così l'opera precedente di monitoraggio.

Il **terzo stadio**, infine, è definito di **autorinforzo**. Ogni comportamento (quindi anche i comportamenti di autocontrollo e di automonitoraggio), per essere mantenuto e riproposto deve avere conseguenze positive per chi lo mette in atto. Se queste conseguenze positive non avvengono, difficilmente il comportamento sarà riproposto. Per questo è molto utile, in questa fase dell'intervento, aiutare il cliente ad apprezzare le diverse conseguenze che i comportamenti hanno. Che conseguenza provoca uno scoppio d'ira durante una discussione in cui era per noi importante convincere qualcuno del nostro punto di vista? Agendo così, abbiamo ottenuto il nostro scopo o abbiamo invece fatto sì che il nostro interlocutore si chiudesse ancora di più nelle proprie convinzioni? Il rinforzo derivante da una gestione più controllata delle situazioni deriva in gran parte dal fatto che la comunicazione stessa risulta più efficace, ed il clima all'interno della relazione risulta migliorato.