

# Successo, sforzo e realizzazione non sono valori

In realtà, nel modello ACT, i valori sono definiti come "qualità desiderate del comportamento umano". I valori sono parole che descrivono come vogliamo comportarci in questo momento e su base continuativa.

Spesso è utile descrivere i valori come: *i desideri più profondi del tuo cuore su come vuoi comportarti - come vuoi trattare te stesso, gli altri e il mondo intorno a te; le qualità che vuoi portare nelle cose che fai.*

## Valori versus Regole

È molto importante essere chiari sulla differenza tra valori e regole. Se i clienti sembrano rigidi, pesanti, gravati o intrappolati - invece di avere un senso di vitalità, apertura e libertà di scelta - probabilmente si stanno fondendo con le regole invece di contattare in modo flessibile i valori. Gli esempi di seguito illustrano la differenza:

Essere amorevole = valore

DEVO sempre essere amorevole, non importa cosa! = regola

Essere gentile = valore

DOVREI essere gentile in ogni momento, anche quando le persone sono abusanti = regola

Essere efficiente = valore

DEVO ESSERE SEMPRE efficiente e NON DEVO MAI fare errori = regola

In sostanza, le regole sono istruzioni rigorose (leggi, comandi, ordini, mandati) a cui devi obbedire - generalmente identificati rapidamente da parole come *devo, dovrei, è obbligatorio, sono costretto a, giusto, sbagliato, sempre, mai, fai questo, non fare quello, non posso fino a quando, non lo farò a meno che, non posso perché, e così via.*

## Fusione con le Regole

Ci sono innumerevoli modi per agire sui nostri valori, anche nelle situazioni più difficili. Le regole, al contrario, tendono a limitare le nostre opzioni e ad accorciare il nostro comportamento - e più strettamente ci atteniamo ad esse, meno scelta abbiamo. Pertanto, la fusione con le regole spesso ci impedisce di agire in modo efficace.

Inoltre, la fusione con le regole tende a "succhiare tutta la vita" dai valori. Invece di significato e vitalità, i clienti fusi con le regole sono probabilmente sottoposti a pressioni, obblighi, colpe, vergogna o ansia. Spesso ciò si manifesta come preoccupazione: "Lo sto facendo bene?" "Lo sto facendo abbastanza?" "Lo sto facendo troppo?" Quindi aiutiamo i clienti a notare, nominare e staccarsi dalle loro regole, e a connettersi con i valori sottostanti.

## Fraintendimento

Quando i clienti identificano il successo, lo sforzo o il conseguimento come "valori", hanno frainteso il concetto. Per chiarire questo, ecco tre definizioni del dizionario Oxford (leggermente abbreviate):

- Successo = la realizzazione di un obiettivo desiderato
- Sforzo = fare grandi sforzi per raggiungere qualcosa
- Realizzazione = il raggiungimento di uno scopo desiderato

Quando un cliente afferma, "Do valore al successo" o "Do valore allo sforzo" o "Do valore al raggiungimento degli obiettivi", anche se utilizzano la parola "valore" in queste dichiarazioni, non stanno parlando di "valori" in senso ACT; cioè, non stanno descrivendo "qualità desiderate di comportamento". Stanno usando la parola "valore" come sinonimo di "mi piace", e sostanzialmente stanno dicendo: "*Mi piace lavorare sodo e mi piace raggiungere i miei obiettivi e mi piace avere successo quando cerco di fare qualcosa*". Quindi è utile parafrasare rapidamente tali dichiarazioni del cliente, per chiarire cosa intendano veramente:

Terapeuta: Quindi, quello che stai dicendo è che ti piace lavorare sodo ed è molto importante per te raggiungere i tuoi obiettivi?

Cliente: Sì!

T: Bene, questo tipo di cosa è di solito una parte importante del lavoro che facciamo qui. È una grande parte del modello ACT: guardare come puoi migliorare nel raggiungere i tuoi obiettivi in modi che siano buoni per la tua salute, il tuo benessere e la tua qualità della vita. Ti sembra utile?

C: Sì, assolutamente.

T: Fantastico. Va bene se lo mettiamo in agenda per dopo? Perché, adesso, se ti va, vorrei dedicare un po' più di tempo ai valori. Capisco che è molto importante per te raggiungere i tuoi obiettivi e capisco che ti piace molto sforzarti e avere successo - ma quelle cose non sono in realtà valori, nel modo in cui uso la parola. Vedi, i valori sono fondamentalmente i desideri più profondi del tuo cuore per come vuoi comportarti - come vuoi trattare te stesso, gli altri e il mondo intorno a te; le qualità che vuoi portare a qualunque cosa tu stia facendo.

Ad esempio, qualcuno potrebbe sforzarsi molto per raggiungere i suoi obiettivi... e avere molto successo nel farlo... mentendo, ingannando, barando, minacciando, manipolando e trattando gli altri davvero male. Ma qualcun altro potrebbe sforzarsi di raggiungere i suoi obiettivi e avere successo essendo coraggioso, impegnato, affidabile, responsabile, entusiasta, amichevole e trattando gli altri davvero bene.

Quindi i valori descrivono come vuoi comportarti mentre ti sforzi per avere successo, mentre ti sforzi per raggiungere i tuoi obiettivi. Descrivono come vuoi trattare te stesso e gli altri, e le qualità che vuoi portare a qualunque cosa tu stia facendo, mentre ti sforzi di raggiungere i tuoi obiettivi. Quindi va bene passare del tempo a esplorare questo argomento?

### **Andando oltre?**

Potremmo anche andare un po' oltre con la psicoeducazione, a patto che non diventi una noiosa lezione. Se il cliente sembra annoiato, è meglio lasciar perdere; ma se sembra aperto e interessato, potremmo continuare a spiegare:

Terapeuta: I valori descrivono anche come vogliamo comportarci quando non raggiungiamo i nostri obiettivi. Ad esempio, supponiamo che qualcuno perda una partita di tennis, scacchi o carte o qualcos'altro; se lo accetta con buona grazia e rimane caldo e amichevole nei confronti dell'altro giocatore, diciamo "è uno sportivo corretto". Ma se fa una crisi e inizia a urlare, cercare di far passare l'idea che sia ingiusto, cercare di aggirare le regole o chiamare l'altro giocatore con nomi, diciamo "è uno sportivo scorretto".

E se il cliente è ancora aperto e interessato, potremmo persino andare oltre:

Terapeuta: I valori descrivono anche come vogliamo comportarci quando otteniamo successo, quando raggiungiamo i nostri obiettivi. Ad esempio, quando alcune persone raggiungono il successo, diventano altezzose, arroganti e presuntuose, e si prendono tutto il merito per sé stesse; mentre altre sono molto umili a riguardo e attribuiscono apertamente il merito ad altri, dove è dovuto.

## **Chiarire i valori**

Una volta che il cliente ha compreso che i "valori" sono un concetto diverso da quello di obiettivi/realizzazione/successo/sforzo, possiamo concordare di mettere "il raggiungimento degli obiettivi" all'ordine del giorno per dopo. (E naturalmente, quando arriveremo a quel punto, faremo un buon uso degli strumenti standard di "azione impegnata" per la definizione degli obiettivi, la pianificazione dell'azione e così via - aiutando anche il cliente a stabilire obiettivi sani e realistici - cioè obiettivi probabilmente benefici per la loro salute, il benessere, le relazioni, la qualità della vita e il miglioramento generale delle questioni che li hanno portati alla terapia.)

Con quello all'ordine del giorno per dopo, torniamo ora a guardare i valori. E a questo punto, possiamo utilizzare qualsiasi esercizio di chiarificazione dei valori preferito. E se il cliente torna a cicli di idee di raggiungimento, sforzo, successo, possiamo di nuovo riproporre la psicoeducazione sopra. (Se sei sarai bloccato con i valori, una buona opzione è la [lista dei valori comuni](#).)

## **Cercare di avere successo, concentrarsi pesantemente sul raggiungimento, è davvero un problema?**

Se sforzarsi molto per raggiungere i propri obiettivi non è un problema per il cliente, non c'è bisogno che un terapeuta ACT lo affronti. Solo se questa gamma di azioni sta influenzando negativamente la salute del cliente, il benessere e la qualità della vita - cioè, se sta contribuendo alle questioni che hanno portato il cliente alla terapia, come il burnout, il danneggiamento delle relazioni, lo stress, l'ansia, la depressione, l'insonnia, l'esaurimento - solo allora lo affronteremo.

Quando lo sforzo intenso causa problemi come quelli sopra (come è comune, ad esempio, nel perfezionismo), dovremo fare un sacco di lavoro con le "regole rigide" che rinforzano questa gamma di azioni. Per saperne di più, leggi: [Six Steps For Working With Rigid Rules](#).

## **E se un cliente indica i suoi valori come "essere il migliore" o "essere perfetto"?**

Beh, prima di tutto: Quali sono gli obiettivi della terapia del cliente? Li hai stabiliti chiaramente? Sono coerenti con l'ACT?

Se l'obiettivo della terapia del cliente è "essere il migliore" o "essere perfetto" in qualcosa, dobbiamo essere autentici e aperti con il cliente: "Mi dispiace, non posso accettarlo come obiettivo della terapia, perché si sta concentrando su qualcosa che è al di fuori del tuo controllo. Potremmo concordare un obiettivo per aiutarti a migliorare in una particolare area o campo o attività; ci sono molte abilità su cui potremmo lavorare che possono migliorare molto le tue prestazioni, aiutarti a "migliorare" a fare queste cose. Come ti sembra?

Una volta chiarito ciò, le aree da esplorare potrebbero essere:

1. Quali competenze ACT possono aiutare a migliorare le prestazioni del cliente, ad esempio la defusione, l'accettazione, l'autocompassione per superare le barriere psicologiche, i valori e l'azione impegnata per la motivazione.
2. Forme sane di motivazione (flessibili, guidate dai valori, autocompassionevoli) che favoriscono la salute, il benessere, le buone relazioni con i propri cari e una migliore qualità della vita, rispetto a forme insalubri di motivazione (basate sulla fusione e sull'evitamento, ad esempio l'insicurezza di perfezionismo, il seguire le regole in modo compulsivo, l'ossessione, la critica severa a se stessi) che portano a depressione, ansia, esaurimento, danni alle relazioni, una ridotta qualità della vita.
3. Notare e nominare la regola "Devo essere il migliore" o "Devo essere perfetto" ed esplorare cosa succede quando il cliente "obbedisce" ad essa: aiuta a raggiungere i suoi obiettivi terapeutici? E lo motiva in modo sano? Se la risposta ad entrambe è "sì", non c'è problema. Se la risposta ad una delle due è "no", allora si utilizza il principio di workability (efficacia secondo i valori) e si promuove la defusione, come sopra indicato.