

Προετοιμασία για να γνωρίσετε τους πελάτες σας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

1



ΣΤΟΧΟΙ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

- 1.1** Να ορίσετε την διατροφική συμβουλευτική και την διατροφική εκπαίδευση
- 1.2** Να αναγνωρίσετε και να εξηγήσετε τους παράγοντες που επηρεάζουν τις διατροφικές επιλογές
- 1.3** Να περιγράψετε τα χαρακτηριστικά ενός αποτελεσματικού συμβούλου
- 1.4** Να αναγνωρίσετε τους παράγοντες που επηρεάζουν τους πελάτες σε μια συμβουλευτική σχέση
- 1.5** Να αξιολογήσετε τον εαυτό σας για δυνατά σημεία και αδυναμίες στην οικοδόμηση μιας συμβουλευτικής σχέσης
- 1.6** Να αναγνωρίσετε προβλήματα αρχάριων συμβούλων

«Όχι μόνο υπάρχει τέχνη στο να γνωρίζεις κάτι, αλλά υπάρχει και μια ορισμένη τέχνη στο να το διδάσκεις»
-CICERO

Οι διατροφικοί σύμβουλοι και εκπαιδευτές παρέχουν καθοδήγηση για να βοηθήσουν τα άτομα να αναπτύξουν πρακτικές γύρω από τα τρόφιμα σύμφωνα με τις διατροφικές ανάγκες του οργανισμού τους. Για τους πελάτες, αυτό μπορεί να σημαίνει αλλαγή των βολικών διατροφικών μοτίβων και των μακροπρόθεσμων πεποιθήσεων και στάσεων σχετικά με το φαγητό. Οι επαγγελματίες διατροφής εργάζονται για να αυξήσουν την γνώση, να επηρεάσουν τα κίνητρα και να καθοδηγήσουν την ανάπτυξη απαιτούμενων δεξιοτήτων για την αλλαγή της διατροφικής συμπεριφοράς. Αυτό μπορεί να είναι μια πρόκληση. Για να είναι ένας παράγοντας αλλαγής αποτελεσματικός, οι διατροφικοί σύμβου-

λοι και εκπαιδευτές χρειάζονται μια ισχυρή κατανόηση του πλήθους των παραγόντων που επηρεάζουν τις διατροφικές συμπεριφορές. Θα ξεκινήσουμε αυτό το κεφάλαιο ασχολούμενοι με αυτούς τους παράγοντες, προκειμένου να βελτιώσουμε την κατανόηση των δυνάμεων που επηρεάζουν τους πελάτες μας. Στην συνέχεια, θα διερευνήσουμε την βοηθητική σχέση και θα εξετάσουμε τις ανησυχίες του συμβούλου και του πελάτη. Μέρος αυτής της εξέτασης θα συμπεριλάβει πολιτιστικά στοιχεία. Οι επαγγελματίες διατροφής πρέπει πάντα να είναι ευαίσθητοι αναφορικά με το πολιτιστικό πλαίσιο των παρεμβάσεών τους, τόσο από την δική τους πολιτιστική οπτική, όσο και από την οπτική

των πελατών τους. Μερικές από τις δραστηριότητες σε αυτό το κεφάλαιο θα σας δώσουν ευκαιρίες να διερευνήσετε τις πολιτιστικές οπτικές που επηρεάζουν την άποψή σας για τον κόσμο.

1.1 Θεμέλια της Διατροφικής Συμβουλευτικής και Εκπαίδευσης

Η **Διατροφική Εκπαίδευση** έχει οριστεί ως εξής: “Η διατροφική εκπαίδευση είναι οποιοσδήποτε συνδυασμός εκπαιδευτικών στρατηγικών, συνοδευόμενη από περιβαλλοντικές ενισχύσεις, σχεδιασμένες να διευκολύνουν την εκούσια υιοθέτηση διατροφικών επιλογών και άλλων συμπεριφορών σχετιζόμενων με τα τρόφιμα και την διατροφή, οι οποίες είναι ευνοϊκές για την υγεία και την ευημερία”¹. Οι ανάγκες μιας κοινωνίας-στόχου είναι η εστίαση της διαδικασίας της διατροφικής εκπαίδευσης. Οι Σύμβουλοι διατροφής έχουν παρόμοιους στόχους, αλλά οι παρεμβάσεις καθοδηγούνται από τις ανάγκες των εκάστοτε πελατών. Σύμφωνα με την Ακαδημία Διατροφής και Διαιτολογίας, η **διατροφική συμβουλευτική** έχει οριστεί ως “μια υποστηρικτική διαδικασία, χαρακτηριζόμενη από μια συνεργατική σχέση συμβούλου-ασθενή/πελάτη για την εγκαθίδρυση προτεραιοτήτων γύρω από τα τρόφιμα, τη διατροφή και τη σωματική δραστηριότητα, στόχων και εξατομικευμένων σχεδίων δράσης που αναγνωρίζουν και καλλιεργούν την ευθύνη για την διαδικασία της καθοδήγησης του πελάτη προς έναν διατροφικά υγιή τρόπο ζωής, καλύπτοντας τις διατροφικές ανάγκες και αντιμετωπίζοντας προβλήματα που αποτελούν εμπόδια για την αλλαγή”². Οι Haney και Leibsohn³ σχεδίασαν ένα **μοντέλο** συμβουλευτικής προκειμένου να είναι αποτελεσματική η καθοδήγηση και παρείχαν τον ακόλουθο ορισμό:

Η συμβουλευτική μπορεί να οριστεί ως μια αλληλεπίδραση στην οποία ο σύμβουλος εστιάζει στην εμπειρία του πελάτη, στο αίσθημα του πελάτη, στην σκέψη του πελάτη, και στην συμπεριφορά του πελάτη με σκόπιμες αποκρίσεις προκειμένου να αναγνωρίσει, να διερευνήσει ή να προκαλέσει. (σελ.5)

1.2 Βασικές Αρχές της Διατροφικής Συμπεριφοράς

Η καρδιά της διατροφικής εκπαίδευσης και συμβουλευτικής είναι η παροχή υποστήριξης και κα-

ΑΣΚΗΣΗ 1.1 Δραστηριότητα DOVE: Διευρύνοντας την αντίληψή μας (επίγνωση)

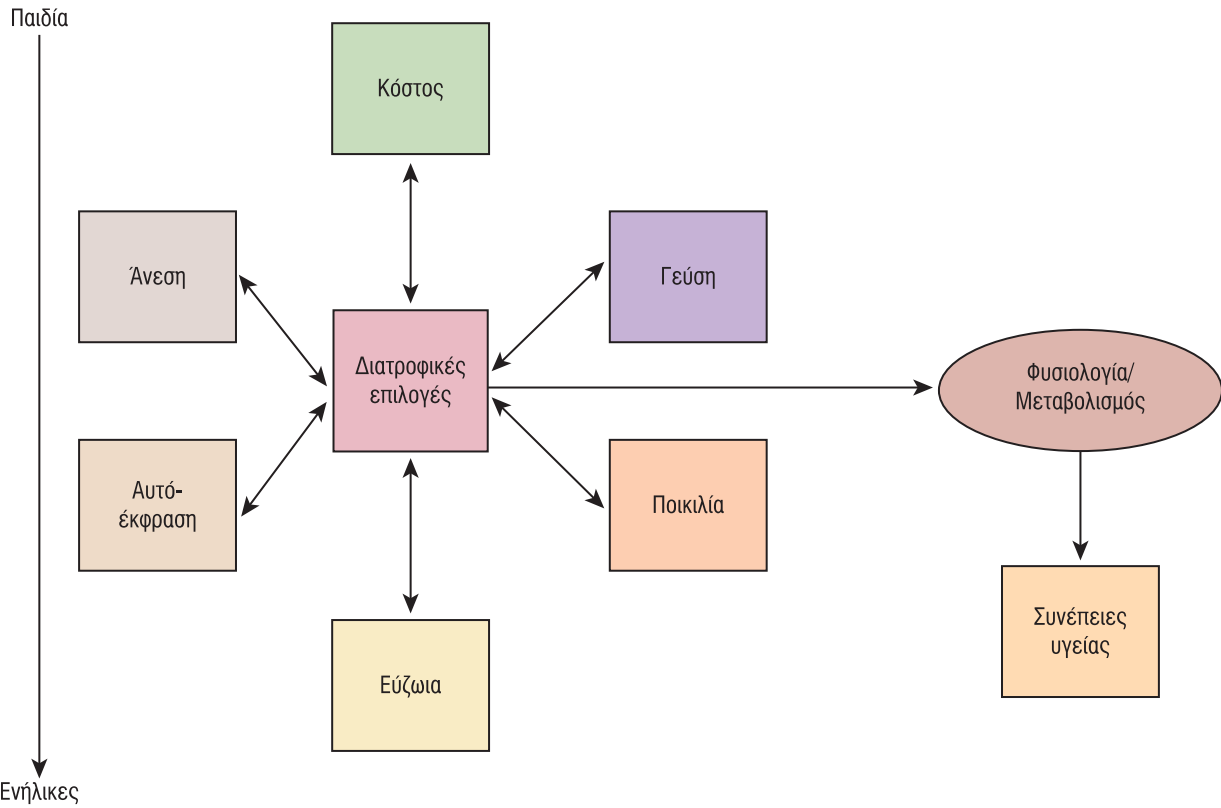
- D** – αναβολή της κρίσης
- O** – αντισυμβατική σκέψη
- V** – τεράστιος αριθμός ιδεών
- E** – επέκταση σε άλλες ιδέες

Χωριστείτε σε γκρουπ των 3. Ο εκπαιδευτής σας θα επιλέξει ένα αντικείμενο, όπως ένα κύπελλο, και θα σας δώσει ένα λεπτό να καταγράψετε όλες τις πιθανές χρήσεις του αντικειμένου. Τραβήξτε μια γραμμή κάτω από την λίστα σας. Πάρτε περίπου τρία λεπτά για να μοιραστείτε τις ιδέες μεταξύ σας, και γράψτε τις νέες ιδέες κάτω από την γραμμή. Συζητήστε άλλες δυνατότητες για την χρήση του αντικειμένου με το γκρουπ σας και καταγράψτε τις στο ημερολόγιο σας. Χρησιμοποιήστε την τεχνική DOVE για να καθοδηγήσει την σκέψη και την συμπεριφορά σας στην διάρκεια αυτής της δραστηριότητας. Μην κρίνετε σκέψεις που περνάνε από το μυαλό σας ή τις προτάσεις των άλλων. Επιτρέψτε στον νου σας να σκεφτεί τεράστιο αριθμό πιθανοτήτων, οι οποίες μπορεί να είναι ακόμα και αντισυμβατικές. Πόσες παραπάνω ιδέες προέκυψαν με την ανταλλαγή ιδεών; Είδατε πιθανότητες από μια άλλη οπτική; Ένας από τους στόχους της συμβουλευτικής είναι να βοηθήσει τους πελάτες να δουν τα πράγματα χρησιμοποιώντας διαφορετική οπτική. Τι σημαίνει αυτό; Πώς αυτή η δραστηριότητα σχετίζεται με την συμβουλευτική εμπειρία; Γράψτε τις σκέψεις σας στο ημερολόγιό σας και μοιραστείτε τις με τους συναδέλφους σας.

Πηγή: Dairy, Food, and Nutrition Council, Facilitating Food Choices: Leaders Manual (Cedar Knolls, NJ: 1984).

θοδήγησης για τα άτομα, για να κάνουν κατάλληλες επιλογές τροφίμων για τις ανάγκες τους. Συνεπώς, η κατανόηση των μυριάδων επιρροών που επηρεάζουν τις επιλογές τροφίμων είναι θεμελιώδης για τον σχεδιασμό μιας παρέμβασης. Οι παράγοντες που επηρεάζουν είναι συχνά αλληλένδετοι και μπορεί να ανταγωνίζονται μεταξύ τους, αφήνοντας τα άτομα να νιώθουν απογοητευμένα και καταβεβλημένα όταν είναι απαραίτητη η αλλαγή. Πριν ταξιδέψουμε μέσα από μεθοδολογίες για να κάνουμε την αλλαγή να φαίνεται εφικτή, θα ερευνήσουμε τις όψεις των περιβαλλοντικών, ψυχολογικών, κοινωνικών, και φυσικών παραγόντων που επηρεάζουν τις επιλογές τροφίμων, όπως απεικονίζεται στο Σχήμα 1.1.

- **Αισθητική απήχηση:** Η γεύση είναι αποδεκτή γενικά ως ο πιο καθοριστικός παράγοντας των



ΣΧΗΜΑ 1.1 Το μοντέλο επιλογής τροφίμων από τον καταναλωτή.

Πηγή: Προσαρμόστηκε από A. Drewnowski, Taste, Genetics, and Food Choice. In Food Selection: From Genes to Culture, H. Anderson, J. Blundell, and M. Chiva, Eds. (Levallois-Perret, France: Danone Institute), 30. Copyright 2002.

επιλογών τροφίμων.⁴ Οι βιολογικές γευστικές προτιμήσεις εξελίσσονται από την παιδική ηλικία, βασιζόμενες στην διαθεσιμότητα και τις κοινωνικές νόρμες, αλλά η έρευνα δείχνει ότι οι προτιμήσεις μπορεί να μεταβληθούν από τις εμπειρίες και την ηλικία.⁵ Γενικά, τα μικρά παιδιά προτιμούν γεύσεις πιο γλυκές και πιο αλμυρές από τους ενήλικες, και η μεταφορά σε ένα νέο περιβάλλον συχνά θα αλλάξει τα διατροφικά μοτίβα, ακόμη και τα αγαπημένα φαγητά.⁶ Το γεγονός ότι οι γευστικές προτιμήσεις μπορούν να τροποποιηθούν θα πρέπει να είναι καθησυχαστικό για αυτούς που θέλουν να κάνουν διατροφικές αλλαγές. Η ασθένεια μπορεί επίσης να τροποποιήσει τις προτιμήσεις σε τρόφιμα. Άτομα που κάνουν χημειοθεραπείες μπορεί να ανακαλύψουν ότι κάποια από τα αγαπημένα τους φαγητά δεν έχουν την ίδια γεύση, και χάνουν την επιθυμία τους να τα φάνε.⁸

- **Συνήθεια:** Η έρευνα υποδεικνύει ότι οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν ένα σύνθημα εκκίνησης, όπως η ώρα της ημέρας/η συνήθεια σαν έναυσμα για να φάνε είναι πιο πιθανό να αναζητήσουν υγιεινές διατροφικές επιλογές

σε σύγκριση με άτομα που επιλέγουν να φάνε «ό,τι είναι εκεί» και σταματάνε να τρώνε επειδή το φαγητό τελειώσει. Αυτό υποδεικνύει ότι οι διατροφικοί σύμβουλοι και οι εκπαιδευτές θα μπορούσαν να βοηθήσουν τους πελάτες τους που τρώνε φαγητό απλά επειδή βρίσκεται εκεί, να χρησιμοποιούν προσχεδιασμένα συνθήματα εκκίνησης για να αναπτύξουν υγιείς συνήθειες.^{4,9}

- **Ανησυχίες για την υγεία:** Η υγεία μπορεί να είναι κινητήρια δύναμη για την επιλογή τροφίμων όπως αποτυπώνεται από δημόσιες καμπάνιες για να αυξήσουν την πρόσληψη φρούτων, λαχανικών και προϊόντων ολικής άλεσης. Σε μια εθνική έρευνα του 2018, σχεδόν οι μισοί από τους συμμετέχοντες υπέδειξαν ότι έχουν αποκλείσει αναψυκτικά και γλυκά για να μειώσουν την πρόσληψη ζάχαρης.⁴ Οι καταναλωτές είναι πιο πιθανό να αποκριθούν σε μηνύματα υγιεινών τροφίμων, εάν η συμβουλή δώσει έμφαση στην καλή γεύση των υγιεινών τροφίμων και σε πρακτικούς τρόπους για να τα συμπεριλάβουν στην διατροφή τους. Η κατάσταση υγείας ενός ατόμου, όπως το να έχει απώλειες δοντιών ή

πεπτικές διαταραχές, μπορεί ακόμη να επηρεάσει την ποσότητα φαγητού που καταναλώνεται και τις επιλογές τροφίμων.

- **Διατροφικές γνώσεις:** Παραδοσιακά, οι εκπαιδευτές και οι σύμβουλοι διατροφής αντιλαμβάνονταν τους ρόλους τους ως διάδοση πληροφοριών. Αφού η έρευνα υπέδειξε ότι πολλοί πελάτες δεν ανταποκρίνονταν σε απλές διδακτικές προσεγγίσεις, οι ρόλοι τους επεκτάθηκαν ώστε να συμπεριλάβουν μια ποικιλία στρατηγικών αλλαγής συμπεριφοράς. Ωστόσο, η αξία της αύξησης της γνώσης δεν πρέπει να υποτιμάται. Αυτοί που έχουν υψηλότερα επίπεδα γνώσεων είναι πιο πιθανό να έχουν δίαιτες καλύτερης ποιότητας και να χάσουν περισσότερο βάρος σε προγράμματα απώλειας βάρους.^{10,11}
- **Ευκολία και χρόνος:** Η κουλτούρα του γρήγορου φαγητού έχει δημιουργήσει μια απαίτηση για εύκολο στην ετοιμασία και νόστιμο φαγητό. Σε μια έρευνα, περίπου οι μισές από τις γυναίκες που συμμετείχαν δήλωσαν ότι αφιερώνουν λιγότερο από πέντε λεπτά για την προετοιμασία του πρωινού και του μεσημεριανού και λιγότερο από είκοσι λεπτά για την προετοιμασία του βραδινού γεύματος.¹² Το φαγητό σε πακέτο, τα τρόφιμα προστιθέμενης αξίας (προ-κομμένα, προ-πλυμένα) και τα έτοιμα φαγητά έχουν γίνει πολιτιστικό πρότυπο. Αυτές οι επιλογές εξοικονόμησης χρόνου είναι συχνά πιο ακριβές και πιθανά είναι υψηλότερες σε θερμίδες, λίπος και νάτριο από τα φαγητά που ετοιμάζονται στο σπίτι. Οι διατροφικές συμβουλές πρέπει να λάβουν υπόψη όλους αυτούς τους παράγοντες. Πρέπει να δοθεί έμφαση σε γρήγορες, εύκολες στην παρασκευή και υγιεινές επιλογές φαγητών.
- **Κουλτούρα και Θρησκεία:** Το φαγητό είναι ένα αναπόσπαστο μέρος των κοινωνικών τελετουργικών που επηρεάζουν την ομαδική ταυτότητα. Τα τελετουργικά γεύματα εδραιώνουν την ομαδική συμμετοχή και επανεπιβεβαιώνουν την σχέση μας με τους άλλους. Για παράδειγμα, το ολοήμερο φαγητό σε εβδομαδιαίες οικογενειακές συγκεντρώσεις τις Κυριακές ή καθημερινά διαλείμματα για καφέ με γλυκά ψωμάκια είναι τελετουργίες που κάνουν πολύ περισσότερα

από το να ικανοποιούν την όρεξη. Αν οι πελάτες χρειάζεται να αλλάξουν την συμμετοχή τους σε αυτές τις τελετουργίες λόγω διατροφικών περιορισμών, είναι πιθανό να δημιουργηθεί άγχος για τους πελάτες, τους φίλους και τους συγγενείς. Η κουλτούρα επίσης ορίζει τι είναι αποδεκτό για κατανάλωση, όπως γλυκά κόκκινα μυρμήγκια, σκορπιοί, μεταξοσκώληκες ή ένα ποτήρι αγελαδινού γάλακτος. Η κουλτούρα ορίζει ακόμη τα διατροφικά μοτίβα, και στις Ηνωμένες Πολιτείες η κατανάλωση σνακ είναι συνηθισμένη.¹⁴ Επιπλέον, οι θρησκείες υποστηρίζουν τις τελετουργίες φαγητού και μπορεί επίσης να ορίσουν διατροφικά ταμπού, όπως απαγόρευση του χοιρινού κρέατος για τους Μουσουλμάνους, του βόειου κρέατος για τους Ινδουιστές και των οστρακοειδών για τους Ορθόδοξους Εβραίους. Από την δεκαετία του 1970 οι Ηνωμένες Πολιτείες στρέφονται προς έναν πολιτιστικό πλουραλισμό, όπου καμιά μεμονωμένη φυλετική ή εθνική ομάδα δεν είναι πλειοψηφία. Οι μειονοτικές ομάδες αναμένεται να ανέβουν στο 56% του συνολικού πληθυσμού μέχρι το έτος 2060.¹⁵ Ως αποτέλεσμα, μια σειρά από εθνικά τρόφιμα είναι διαθέσιμη σε εστιατόρια και παντοπωλεία και έχει επηρεάσει τον εθνικό ουρανίσκο. Για παράδειγμα, στο παρελθόν, η κέτσαπ θεωρούταν βασικό τρόφιμο ενός νοικοκυριού; Ωστόσο, πρόσφατες εθνικές πωλήσεις σάλτσας τώρα ανταγωνίζονται με την κέτσαπ και κατά καιρούς, έχουν ξεπεράσει τις πωλήσεις της κέτσαπ.

- **Κοινωνικές επιρροές:** Το φαγητό είναι συχνά αναπόσπαστο μέρος των κοινωνικών εμπειριών. Το να μοιράζεστε ένα γεύμα με φίλους μετά από έναν ποδοσφαιρικό αγώνα ή να βγαίνετε για παγωτό για να γιορτάσετε ένα ακαδημαϊκό επίτευγμα συμβάλλει στο να γίνουν οι ξεχωριστές εμπειρίες εορταστικές. Ωστόσο, τα τρόφιμα που συσχετίζονται με την κοινωνικότητα συχνά δεν είναι τα πιο θρεπτικά. Η κοινωνική

Ανέκδοτο

Ένας νεαρός άντρας γύρω στα είκοσι του σχολιάζοντας τις διατροφικές του συνήθειες δήλωσε: «Οι φίλοι μου δεν λένε 'Ας φάμε μια σαλάτα μαζί'. Αν είσαι άντρας, είναι φλώρικο να το κάνεις αυτό. Κάπως σε περιφρονούν αν είσαι άντρας—αδύναμος. Φάε την μπριζόλα, φάε τα λιπαρά τρόφιμα, γίνε άντρας»*

* Δηλώσεις πρώτου προσώπου από φοιτητές διαιτολογίας ή συμβούλους διατροφής που εργάζονται στον τομέα περιλαμβάνονται σε όλη την έκταση αυτού του βιβλίου.

κατανάλωση φαγητού συχνά ενθαρρύνει την αυξημένη κατανάλωση λιγότερο θρεπτικών τροφίμων και την υπερκατανάλωση.^{16,17} Το φαγητό με φίλους αυξάνει την πρόσληψη ενέργειας κατά 18%.¹⁸ Παρ' όλα αυτά, αν και τα τακτικά οικογενειακά γεύματα έχουν δείξει να συσχετίζονται με θετικά αποτελέσματα υγείας, μια ανάλυση των κοινωνικών τάσεων δείχνει ότι η συχνότητα των οικογενειακών γευμάτων μειώθηκε για τους μαθητές του γυμνασίου, τους Ασιάτες και τους εφήβους.¹⁹

- Κοινωνικά μέσα και φυσικό περιβάλλον:** Οι Βορειοαμερικανοί κατακλύζονται από μηνύματα των μέσων ενημέρωσης και τα περισσότερα από αυτά ενθαρρύνουν την κατανάλωση υψηλών σε θερμίδες τροφίμων που είναι διατροφικά αμφισβητούμενα. Οι διανομείς τροφίμων και οι κατασκευαστές ξοδεύουν δισεκατομμύρια δολάρια κάθε χρόνο στις διαφημίσεις για να πείσουν τους καταναλωτές.²⁰ Τα διαφημιστικά μπορεί να έχουν ισχυρές επιρροές στην ποσότητα και την ποιότητα του καταναλισκόμενου φαγητού.²¹ Όχι μόνο συναντάμε μηνύματα τροφίμων επανειλημμένα καθ' όλη την διάρκεια της ημέρας, αλλά επίσης έχουμε πρόσβαση σε μια συνεχή προμήθεια ανθυγιεινών τροφίμων και μεγάλων μερίδων. Σχεδόν όπου και να πάτε-φαρμακεία, βενζινάδικα, καταστήματα εξοπλισμού, σχολεία, για παράδειγμα- υπάρχουν ευκαιρίες για να αγοράσετε ανθυγιεινό φαγητό. Ακόμη και πειραματόζωα που τίθενται σε αυτό το είδος περιβάλλοντος είναι πιθανό να υπερκαταναλώσουν την πλούσια σε θερμίδες τροφή και να αποκτήσουν υπερβάλλον βάρος.²²
- Οικονομικά:** Η κατοικία ενός ατόμου και η κοινωνικοοικονομική του κατάσταση μπορεί να επηρεάσουν μυριάδες παράγοντες, συμπεριλαμβανομένης της προσβασιμότητας στα μέσα μεταφοράς, τις διαθέσιμες εγκαταστάσεις για το μαγείρεμα, την ψύξη, τις επιλογές για παντοπωλεία και την διαθεσιμότητα υγιεινών διατροφικών επιλογών. Για αυτούς που είναι σε οικονομικά μειονεκτική θέση, η εκπλήρωση των διατροφικών οδηγιών είναι μια πρόκληση.²³ Τα νοικοκυριά χαμηλού εισοδήματος αγοράζουν σημαντικά λιγότερα φρούτα και λαχανικά από τα νοικοκυριά υψηλού εισοδήματος.²⁴ Τα νοι-

κοκυριά χαμηλού εισοδήματος με περιορισμένες επιλογές μετακίνησης δαπανούν μεγαλύτερο μερίδιο του προϋπολογισμού τους για τα τρόφιμα σε μίνι μάρκετ, καταστήματα που πωλούν πολύ φθηνά προϊόντα, και φαρμακεία σε σύγκριση με νοικοκυριά με ευκολότερη πρόσβαση.²⁵

- Διαθεσιμότητα και ποικιλία:** Άτομα με αυξημένους αριθμούς συναντήσεων για φαγητό, με μεγάλες μερίδες φαγητού και ποικιλία διαθέσιμων επιλογών, τείνουν να αυξάνουν την πρόσληψη τροφής.^{26,27} Η ποικιλία στην πρόσληψη τροφής είναι σημαντική για την κάλυψη των διατροφικών αναγκών, αλλά όταν η ποικιλία είναι υπερβολική, όπως η επιλογή τροφίμων από μπουφέ, η υπερκατανάλωση είναι πιθανή. Ωστόσο, αυτό το εύρημα μπορεί να είναι χρήσιμο για αυτούς που προσπαθούν να αυξήσουν την πρόσληψη φρούτων και λαχανικών. Ένα πιάτο δείπνου που περιέχει μπρόκολο, καρότα, και μπιζέλια φάνηκε να αυξάνει την πρόσληψη λαχανικών περισσότερο απ' ότι αν το πιάτο περιείχε μόνο ένα από αυτά τα προϊόντα.²⁸
- Ψυχολογική:** Η διατροφική συμπεριφορά ως απόκριση στο άγχος διαφέρει μεταξύ των ατόμων. Μερικοί άνθρωποι αυξάνουν την κατανάλωση, ενώ άλλοι ισχυρίζονται πως νιώθουν πολύ αγχωμένοι για να φάνε. Ορισμένα τρόφιμα έχουν συσχετιστεί με την κατάθλιψη και την αλλαγή διάθεσης. Τα άτομα με κατάθλιψη τρώνε μικρότερες ποσότητες αντιοξειδωτικών, φρούτων και λαχανικών και καταναλώνουν υψηλότερες ποσότητες σοκολάτας (έως και 55%) σε σχέση με άλλους.^{29,30}

Η κατανόηση του πώς όλοι αυτοί οι παράγοντες επηρεάζουν τις διατροφικές μας συμπεριφορές είναι απαραίτητη για τους διατροφικούς εκπαιδευτές και τους συμβούλους. Δεδομένου ότι υποστηρίζουμε την αλλαγή του τρόπου ζωής των βολικών διατροφικών προτύπων, πρέπει να καταλάβουμε την ενόχληση που είναι πιθανό οι πελάτες μας να νιώσουν καθώς αναμένουν και επιχειρούν διατροφικές αλλαγές. Ο ρόλος μας είναι να αναγνωρίσουμε την πρόκληση για τους πελάτες μας και να βρούμε και να εγκαθιδρύσουμε νέα επιτεύξιμα πρότυπα για έναν πιο υγιή τρόπο ζωής.

Ανέκδοτο

Μια φοιτήτρια δήλωσε: «Ολόκληρη η κοινωνία δεν δίνει έμφαση στην υγιεινή διατροφή. Όταν τρως, πρέπει να συλλογιστείς σοβαρά ποιες είναι οι υγιεινές τροφές για να φας.»

1.3 Κατανόηση της αποτελεσματικής συμβουλευτικής σχέσης

Ανεξάρτητα από το ποια θεωρία ή μοντέλο αλλαγής συμπεριφοράς παρέχει την μεγαλύτερη επιρροή, η σχέση μεταξύ συμβούλου και πελάτη είναι η κατευθυντήρια δύναμη για την αλλαγή.

ΑΣΚΗΣΗ 1.2 Εξερευνήστε τις επιρροές της διατροφικής συμπεριφοράς

Πάρτε συνέντευξη από τρία άτομα και ζητήστε τους να ανακαλέσουν το τελευταίο γεύμα που κατανάλωσαν. Ρωτήστε για τους παράγοντες που τους επηρέασαν να κάνουν τις επιλογές τους. Καταγράψτε τα ευρήματά σας στο ημερολόγιό σας. Συγκρίνετε τα ευρήματά σας με την συζήτηση για τις επιρροές στις επιλογές τροφίμων σε αυτό το κεφάλαιο.

ΑΣΚΗΣΗ 1.3 Αξιολόγηση βοηθού

Σκεφτείτε μια στιγμή που κάποιος σας βοήθησε, όπως ένας φίλος, ένα οικογενειακό μέλος, ένας δάσκαλος ή σύμβουλος. Στο ημερολόγιό σας, καταγράψτε τις συμπεριφορές ή τα χαρακτηριστικά που το άτομο κατείχε και τα οποία έκαναν την αλληλεπίδραση τόσο αποτελεσματική. Αφού διαβάσετε ξανά τα χαρακτηριστικά των αποτελεσματικών συμβούλων, συγκρίνετε τις ιδιότητές τους με εκείνες που αναγνώρισαν οι κύριες αρμόδιες αρχές. Διαφέρου; Μοιραστείτε τις σκέψεις σας με τους συναδέλφους σας.

Το αποτέλεσμα αυτής της σχέσης αναφέρεται συχνότερα ως ο λόγος επιτυχίας ή αποτυχίας μιας συμβουλευτικής αλληλεπίδρασης. Οι Helm και Klawitter³¹ αναφέρουν ότι οι επιτυχημένοι πελάτες αναγνωρίζουν την προσωπική τους αλληλεπίδραση με τον θεραπευτή τους ως το μόνο πιο σημαντικό μέρος της θεραπείας. Για να στηθεί το σκηνικό για την κατανόηση των βασικών αρχών μιας αποτελεσματικής συμβουλευτικής σχέσης, θα διερευνήσετε τα χαρακτηριστικά των αποτελεσματικών συμβούλων διατροφής, θα εξερευνήσετε την δική σας προσωπικότητα και κουλτούρα, θα εξετάσετε τις ειδικές ανάγκες και τα ζητήματα ενός ατόμου που αναζητά διατροφική συμβουλευτική και θα αξιολογήσετε δύο στάδια μιας βοηθητικής σχέσης στις ακόλουθες ενότητες.

Χαρακτηριστικά των αποτελεσματικών συμβούλων διατροφής

Μετά από διεξοδική αξιολόγηση της βιβλιογραφίας στην συμβουλευτική, ο Okun³² αναγνώρισε επτά ιδιότητες συμβούλων που θεωρούνται ότι έχουν την μεγαλύτερη επιρροή στο να επηρεάζουν τις συμπεριφορές, τις στάσεις και τα αισθήματα των πελατών: γνώση, αυτογνωσία, ηθική ακεραιότητα, συνάφεια, ειλικρίνεια, ικανότητα επικοινωνίας, και επίγνωση του φύλου και της κουλτούρας. Η ακόλουθη λίστα περιγράφει αυτά τα χαρακτηριστικά καθώς και αυτά που πιστεύεται ότι είναι αποτελεσματικά από τους ειδικούς στη διατροφική συμβουλευτική:

- **Έχουν συμπαγείς βάσεις γνώσεων.** Οι σύμβουλοι διατροφής πρέπει να έχουν γνώση ενός τεράστιου φάσματος θεμάτων στις βιολογικές και κοινωνικές επιστήμες, καθώς και να έχουν την ικανότητα να εφαρμόζουν αρχές στις μαγειρικές τέχνες. Επειδή η επιστήμη και η τέχνη της διατροφής είναι ένας δυναμικός τομέας η βάση της γνώσης απαιτεί συνεχή ενημέρωση. Οι πελάτες εκτιμούν ιδιαίτερα τους συμβούλους διατροφής που είναι πεπειραμένοι πάνω στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν.
- **Οι αποτελεσματικοί σύμβουλοι διατροφής έχουν αυτογνωσία.** Έχουν επίγνωση των δικών τους πεποιθήσεων, απαντούν βασιζόμενοι σε ένα εσωτερικό σύνολο αξιών και ως αποτέλεσμα έχουν μια σαφή αίσθηση προτεραιοτήτων. Ωστόσο, δεν φοβούνται να επανεξετάσουν τις αξίες και τους στόχους τους. Αυτή η επίγνωση βοηθάει τους συμβούλους να είναι ειλικρινείς σχετικά με το γιατί θέλουν να γίνουν σύμβουλοι και τους βοηθάει να αποφύγουν να χρησιμοποιούν την βοηθητική σχέση για να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες.
- **Έχουν ηθική ακεραιότητα.** Οι αποτελεσματικοί σύμβουλοι εκτιμούν την αξιοπρέπεια και την αξία όλων των ανθρώπων. Τέτοιοι κλινικοί επιστήμονες εργάζονται για την εξάλειψη των τρόπων σκέψης, ομιλίας και συμπεριφοράς που αντικατοπτρίζουν ρατσισμό, σεξισμό, διακρίσεις υπέρ των ατόμων χωρίς αναπηρίες, ηλικιακό ρατσισμό, ομοφοβία, θρησκευτικές διακρίσεις και άλλες αρνητικές ιδεολογίες. Η ηθική ακεραιότητα εμπεριέχει πολλές πτυχές που συζητούνται στον Κώδικα Δεοντολογίας της Ακαδημίας Διατροφής και Διαιτολογίας. (Μια συζήτηση αυτού του θέματος μπορεί να βρεθεί στο κεφάλαιο 13).³³