

**ISTITUTO FRANCO GRANONE
C.I.I.C.S.**

CENTRO ITALIANO DI IPNOSI CLINICO-SPERIMENTALE

Fondatore: Prof. Franco Granone

CORSO BASE DI IPNOSI CLINICA E COMUNICAZIONE IPNOTICA

Anno 2016

LA COMUNICAZIONE IPNOTICA

Candidato

Lorella Rapuano

Relatore

Nunzia Giordano

INDICE

Introduzione pag. 3

Capitolo I

La comunicazione pag. 3

Comunicazione ipnotica pag. 6

Onde cerebrali e Ipnosi pag. 8

Conscio e Inconscio pag. 10

Dissociazione pag. 11

Capitolo II

Il Rapport e i suoi veicoli pag. 12

Basi per la comunicazione ipnotica pag. 15

Il campo affermativo

Modalità sensoriali

Tono di voce e linguaggio corporeo

La suggestione pag. 17

Le metafore terapeutiche pag. 19

Indicatori fisiologici pag. 22

Sintomatologia psichica dell'ipnosi pag. 24

Bibliografia pag. 26

Introduzione

Il termine comunicazione deriva da Cum = insieme e Munus = dono ovvero mettere in comune trasferendo le informazioni in un rapporto privilegiato e interattivo.

Nonostante l'etimologia della parola, che deriva dal greco Ypnos (sonno), l'ipnosi in realtà non è sonno, ma uno stato di coscienza durante il quale risultano possibili particolari modificazioni organo-viscerali e comportamentali (cioè a livello sia dei vari organi o funzioni del corpo umano, che dei comportamenti delle persone interessate).

Il significato della comunicazione è nel risultato. Tramite la comunicazione ipnotica si può accedere in maniera naturale ed altamente efficace alle risorse emozionali dei nostri interlocutori, vincendo in questo modo le loro ritrosie e conquistando la loro attenzione e il loro consenso.

La comunicazione

Nei primi decenni del '900 l'atto comunicativo venne modellizzato come un passaggio di contenuti da un emittente ad un ricevente. Oggi la comunicazione è considerata come costruzione attiva della conoscenza attraverso inferenza, feedback e negoziazione, ciò avviene mobilitando risorse di natura emotiva, cognitiva e sociale.

La comunicazione deve essere valutata in termini di "effetto", cioè tenendo in considerazione gli effetti che essa genera.

Nel realizzare una comunicazione efficace l'attenzione deve essere diretta su quella che è la percezione dell'altro.

La qualità dello scambio comunicativo si misura sul grado di convergenza tra interpretazione del ricevente e obiettivo dell'emittente.

Secondo Anolli la comunicazione è uno scambio interattivo osservabile fra due o più partecipanti, dotato di intenzionalità reciproca e di un certo livello di consapevolezza, in grado di far condividere un determinato significato sulla base di sistemi simbolici e convenzionali di significazione e di segnalazione secondo la cultura di riferimento .

Sicuramente parlando di comunicazione dobbiamo menzionare Paul Watzlawich, il quale individua cinque assiomi fondamentali.

Primo assioma: Non si può non comunicare.

Anche se non ne siamo consapevoli noi comunichiamo continuamente il silenzio, l'indifferenza, la passività e l'inattività sono forme di comunicazione al pari delle altre, quindi qualunque comportamento comunica qualcosa.

Secondo assioma: Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e un aspetto di relazione.

Il contenuto indica i messaggi e le informazioni che vengono trasmesse o che si ricevono.

La relazione è il modo con cui si entra in rapporto con l'altro. La comunicazione presenta sempre sia un aspetto di contenuto che un aspetto di relazione.

Terzo assioma: Le variazioni dei flussi comunicativi all'interno di una comunicazione sono regolate dalla punteggiatura utilizzata dai soggetti che comunicano.

Una comunicazione deve avere una punteggiatura condivisa dagli interlocutori, che individui con chiarezza l'inizio del discorso e distingua le cause dagli effetti.

Quarto assioma: gli esseri umani comunicano sia con il modulo digitale (o numerico) sia con quello analogico.

Il modulo numerico è il linguaggio verbale, mentre il modulo analogico è il linguaggio non verbale. Ciascuno comunica facendo ricorso in varia misura e a seconda delle circostanze a ciascuno dei due canali. I linguaggi analogici risultano più efficaci per esprimere sentimenti ed emozioni, ma sono limitati nella capacità di esprimere idee e concetti. Presentato inoltre un certo grado di ambiguità.

Quinto assioma: Tutti gli scambi comunicativi sono simmetrici e complementari, a seconda che siano basati sull'eguaglianza o sulla differenza.

Di frequente è il contesto socio-culturale che stabilisce il tipo di relazione: es. complementari i rapporti genitore- figlio; medico- paziente. Le comunicazioni simmetriche avvengono tra persone di pari gradi (amici, colleghi di lavoro), invece le comunicazioni complementari avvengono tra soggetti che non si trovano sullo stesso piano.

Comunicazione ipnotica

L'ipnosi viene definita da Granone come la possibilità e gli strumenti idonei ad indurre in un soggetto un particolare stato psicofisico (trance) che permetta di influire sulle sue condizioni psichiche, somatiche e viscerali, questo per mezzo del rapporto creatosi tra il soggetto e "l'ipnotizzatore".

L' American Psychiatric Association la descrive invece come uno stato mentale naturale, che può dunque svilupparsi anche in maniera spontanea, e uno stato "modificato" di coscienza differente dagli stati di veglia e di sonno. In questo particolare stato il soggetto riesce ad influire sulle proprie condizioni psichiche e fisiche ed è ricettivo alle suggestioni.

Ciò è realizzabile attraverso l'utilizzo consapevole della comunicazione verbale e non verbale che può avere sulla persona un impatto sia positivo che negativo.

La comunicazione ipnotica attraverso un corretto uso della comunicazione arriva alla nostra *mente inconscia* ed è in grado di generare fenomeni a livello fisico.

Questi fenomeni possono essere osservati anche senza giungere ad uno stato di coscienza modificato, per aggirare le resistenze "razionali" la trance non è strettamente necessaria.

Utilizzando un linguaggio persuasivo si oltrepassano le capacità logico-critiche; questa modalità comunicativa è detta anche "linguaggio dell'emisfero destro" e fa largo utilizzo di immagini, metafore, aforismi, giochi di parole e forme linguistiche positive.

Il principio sul quale si basa la comunicazione ipnotica è la consapevolezza del potere che hanno le parole di creare immagini mentali.

Grazie alla potenza di un'immagine (monoideismo plastico) si sviluppa una particolare percezione mente-corpo con la quale la persona riesce ad influire sulle proprie condizioni psicofisiche.

Il monoideismo plastico è quindi la possibilità creativa che ha un'idea di realizzarsi con modificazioni percettive, emozionali, muscolari, nervose, viscerali, endocrine ed immunitarie.

Mediante questo tipo di comunicazione riusciremo quindi ad accedere alla mente inconscia del nostro interlocutore, facendolo entrare in uno stato mentale particolare; tutto ciò viene facilitato creando un corretto *rapport* con l'individuo.

Onde cerebrali e Ipnosi

Stato modificato di coscienza, prodotto da una forte focalizzazione dell'attenzione collegato ad una particolare condizione psicosomatica definito da specifiche attivazioni cerebrali.

Tutti gli stati della nostra coscienza sono correlati all'attività elettrochimica del cervello, la quale si manifesta attraverso onde elettromagnetiche: le onde cerebrali. La frequenza di queste onde viene calcolata in cicli al secondo, o Hertz (Hz) e cambia a seconda della tipologia di attività in cui è impegnato il cervello.

Le onde vengono suddivise in quattro tipi:

Onde Theta frequenza tra i 4 e gli 8 Hz

Proprie della mente immersa in attività di immaginazione, ispirazione creativa, visualizzazione. Le onde Theta tendono ad essere prodotte durante la fase REM del sonno, in stato di ipnosi e di meditazione profonda.

Onde Alpha frequenza tra 8 e 14 Hz

Vengono associate ad uno stato di coscienza vigile, ma rilassata. Queste onde prevalgono nei momenti introspettivi, in quelli in cui vi è una concentrazione volta a raggiungere un preciso obiettivo. Presenti in soggetti impegnati in sedute di yoga o meditazione.

Onde Beta frequenza da 14 a 40

Associate alla normale attività di veglia, quando siamo concentrati su stimoli esterni, su attività di classificazione valutazione e selezione degli stimoli che provengono dal mondo esterno.

Onde Gamma frequenza da 41 a 100 Hz

Sono state individuate in epoca più recente rispetto alle altre, con la comparsa degli strumenti digitali per catturare l'encefalogramma poiché gli strumenti di tipo analogico non erano in grado di misurare le onde cerebrali con frequenza alta e minima ampiezza.

Sono presenti nei momenti di massima performance fisica e mentale o in cui vi è un grande rendimento e concentrazione. Le onde Gamma tendono ad essere prodotte durante esperienze mistiche, associate ad una considerevole espansione della consapevolezza soprattutto in meditatori esperti.

Nella fase induttiva in Ipnosi si può riscontrare una grande presenza di onde di tipo Alfa, associate a stati di rilassamento e iniziale distacco da alcuni stimoli esterni. In un secondo momento attraverso l'approfondimento dell'attenzione verso l'interno si verifica la prevalenza di onde Theta che caratterizzano lo stato di trance.

Conscio e Inconscio

Come già detto in precedenza l'ipnosi permette l'accesso diretto alla parte inconscia della nostra mente.

La mente conscia (emisfero sinistro dominante) è la parte logica, razionale, che risolve i problemi ed è coinvolta nell'elaborazione del linguaggio parlato e scritto. L'emisfero destro (mente inconscia), attivo soprattutto durante il sonno, è invece la sede di creatività, immaginazione e intuizione, e dà la visione d'insieme. La mente inconscia è in grado di elaborare informazioni ad un livello simbolico e metaforico.

Secondo Granone l'ipnosi deve intendersi come un utilizzo creativo di potenzialità inconscie, secondo la volontà del soggetto di autorealizzarsi in un determinato modo, in campo psichico o somato-viscerale (cioè a livello di determinate funzioni dell'organismo).

Attraverso l'utilizzo dell'ipnosi si ha quindi l'opportunità di comunicare in modo diretto con la parte inconscia distraendo la mente conscia così da riuscire a trasmettere suggestioni contenenti significati nuovi per cambiare schemi comportamentali indesiderati ed effettuare cambiamenti che solo successivamente verranno colti a livello cognitivo.

Dissociazione

La mente razionale è occupata a seguire i dettagli della procedura ipnotica, invece l'inconscio esamina quelli che sono i significati simbolici, crea associazioni e risposte appropriate alle suggestioni ricevute.

Tale separazione tra conscio e inconscio è detta dissociazione, quanto maggiore sarà l'esperienza dissociativa, tanto più sarà profonda l'esperienza del soggetto in ipnosi.

La dissociazione può anche riferirsi: alla sensazione di distacco dalla realtà di cui si può far esperienza e alla sensazione di “consapevolezza parallela” (parte di me era attenta, parte di me viveva completamente l'esperienza).

Il Rapport e i suoi veicoli

A Milton Erickson va riconosciuto il merito di aver rivisitato il vecchio concetto di induzione ipnotica inteso come qualcosa che l'ipnotista "faceva" al soggetto mediante l'utilizzo di un copione preconstituito.

La novità apportata da Erickson sta nel considerare il processo ipnotico come frutto di un'interazione significativa tra terapeuta e cliente.

Il Terapeuta dovrà rispondere a quelli che sono i bisogni del cliente ritagliando su questi il proprio intervento. La relazione che si crea è quindi di interdipendenza, dove non è solo il terapeuta che "conduce" il soggetto, ma ciascuno dei due è condotto e allo stesso tempo conduce l'altro.

In questo modo il cliente ricevendo un feedback dal terapeuta rispetto alle proprie emozioni e ai propri comportamenti si sente compreso.

Con questo cambio di prospettiva, l'ipnosi si configura come prodotto naturale di una relazione dove ciascuno dei partecipanti risponde alla guida e all'accompagnamento dell'altro.

Possono essere evidenziati alcuni specifici schemi comunicativi che generano e favoriscono il rapport e che possono essere produttivamente utilizzati.

Il primo schema è quello chiamato ricalco guida verbale. È molto importante comprendere e impiegare il sistema rappresentazionale maggiormente utilizzato dal soggetto. Se infatti il terapeuta riesce ad accordare i suoi predicati a quelli del paziente, egli lo sentirà come una persona che parla il suo linguaggio, che lo capisce e per questo degna di fiducia.

Un secondo schema interattivo per instaurare rapport consiste nel ricalco guida non verbale. Con questa espressione si intende il rispecchiamento del comportamento analogico del paziente e cioè la sua frequenza respiratoria, la postura, il tono muscolare, l'espressione facciale, il tono della voce, i movimenti del corpo. Il ricalco, sia esso verbale che non verbale, attua una sincronizzazione con alcuni processi interni al soggetto e può servire a ridurre la resistenza tra noi e colui con cui stiamo comunicando.

Un terzo tipo di rapport è quello sulla base del contenuto. Ciascun individuo ha determinate convinzioni circa se stesso e la natura del mondo, queste possono essere espresse esplicitamente o comunicate indirettamente. Dunque, ogni comunicazione si fonderà sulle convinzioni della persona circa l'immagine che ha di se stesso e del mondo.

Basi per la Comunicazione Ipnotica

Bisogna usare il linguaggio della persona con cui stiamo parlando, uno dei vantaggi che ne deriva è che il nostro interlocutore può avere la sensazione di essere meglio compreso, ciò contribuisce a generare un clima di maggiore fiducia. Per quanto possibile nella comunicazione è preferibile utilizzare il tempo presente, nella struttura di base della suggestione ipnotica si collega un evento attuale con un evento desiderato “ Avendo l’esperienza x, puoi cominciare ad avere l’esperienza y”; questo crea un ponte tra un’esperienza presente e una futura.

L’idea è quindi quella di creare un collegamento tra quello che la persona sta facendo in questo momento e ciò che vorremmo che facesse.

Esistono vari tipi di legame tra esperienza attuale e futura, la prima parte della frase fa sempre riferimento all’ esperienza attuale della persona e la seconda ad un’esperienza possibile.

- Congiunzione semplice: utilizza congiunzioni come “e”, “ma” es. Mi guardi *e* cominci a sentirti rilassato
- Casuale implicito: tale nesso risulta un po’ più forte rispetto al primo. Vengono utilizzate parole come “*mentre*”, “*quando*” o “*durante*” es. Puoi sentire un benessere che aumenta *durante* l’esperienza di rivivere il tuo primo giorno al Liceo.
- Predicato causale: questo terzo collegamento è quello più forte poiché afferma che due comportamenti non sono solo contigui, ma uno è causa dell’altro es. Cambiare posizione ti farà rilassare ancora di più.

Campo affermativo

Il Campo affermativo viene creato proponendo alla persona che abbiamo di fronte una serie di affermazioni inequivocabilmente vere. Le affermazioni che verranno proposte in seguito al soggetto, seppure non “necessariamente verificabili” come le prime saranno accettate come vere con una maggiore probabilità.

Modalità sensoriali

L'utilizzo di determinati verbi, aggettivi e avverbi può riflettere lo stile prevalente di elaborazione percettiva di una persona. Facciamo un esempio, se in una conversazione il nostro interlocutore risponde dicendo: “ *Vedo* cosa stai dicendo, mi *pare* giusto” potremmo dedurre che abbia una preferenza per il canale visivo. Se invece avesse risposto: “Ho *sentito* cosa hai detto mi *suona* bene” in questo caso avremmo potuto pensare che la modalità prevalente sia quella uditiva.

Prestando attenzione a questi elementi si può adottare un linguaggio che faccia appello allo stile prevalente della persona che abbiamo davanti (es. se l'orientamento della persona è di tipo visivo sarà probabilmente più efficace una tecnica basata su immagini visive).

Tono di voce e linguaggio corporeo

Per una buona comunicazione elementi fondamentali sono la voce e il corpo. I messaggi non verbali possono rinforzare oppure contraddire il contenuto del messaggio suggestivo. Risulta essenziale per potenziare al massimo la nostra comunicazione, considerare alcuni elementi quali: postura, gesti, contatto visivo, tono della voce, uso dello spazio. Pensiamo ad una voce tesa che invita un'altra persona a rilassarsi, oppure all'utilizzo di un tono di voce normale volto a guidare il soggetto in uno stato alterato, con grande probabilità il risultato che otterremo sarà fallimentare.

Un tono di voce calmo accompagnato da una postura rilassata saranno invece da esempio per la persona a cui ci stiamo rivolgendo, così come passare gradualmente da un tono di voce normale ad uno più cullante permetterà al soggetto di associare il tono di voce all'invito di entrare in uno stato ipnotico, in modo da facilitare l'ipnosi anche nelle successive sedute.

La suggestione

Nella vecchia concezione dell'ipnosi, il termine suggestione veniva inteso come l'influenza subita da una persona senza la mediazione di un atteggiamento critico (Gulotta, 1980), una specie di "influenzamento psichico";

La suggestione consiste nel mobilitare processi associativi e capacità mentali della persona in certe direzioni, al fine di raggiungere determinati scopi terapeutici.

Secondo Freud: " la suggestione si contraddistingue da altri tipi di influsso psichico, come il comando, la comunicazione e l'insegnamento per il fatto che con essa in un altro cervello viene risvegliata un'idea che non viene percepita secondo la sua provenienza reale, ma come se fosse sorta spontaneamente in quel cervello". La suggestioni ipnotiche non sono una sorta di "magia verbale" attraverso cui si costringere il soggetto a fare qualcosa, possono invece attivare associazioni e permettere l'utilizzo di potenzialità già esistenti; non sono quindi in grado di imporre qualcosa di completamente estraneo al soggetto.

Nella comunicazione ipnotica possono essere utilizzate tecniche di suggestione diretta e indiretta.

Nella *suggestione diretta* vengono fornite alla persona precise istruzioni sul come rispondere: Tu puoi fare X.

È da tener conto che con l'utilizzo di questo approccio il soggetto sperimenta un grado minore di coinvolgimento rispetto all'utilizzo di forme più orientate alla collaborazione attiva.

Nella *suggestione indiretta* la persona ha l'opportunità di interagire con il terapeuta in maniera autonoma e spontanea, adattandosi nel suo particolare modo, alle possibilità di certe risposte evocate dal clinico. Evitando comandi in forma diretta si attiva la capacità creativa di produrre una risposta individualizzata.

Largamente utilizzate sono anche le tecniche di *suggestione positiva e negativa*; la prima è strutturata per far sì che il soggetto abbia l'idea che possa sperimentare o concretizzare qualcosa di desiderabile. Struttura generica della suggestione positiva è : "Tu puoi fare X".

La suggestione negativa invece può essere utilizzata per ottenere una data risposta, suggerendo di non farla: "Tu non puoi fare X".

Altro tipo di suggestione è quella *post ipnotica*, ovvero le consegne date al soggetto in ipnosi, ad es. stimolare determinati comportamenti, pensieri, emozioni.

Con l'utilizzo di questo tipo di suggestione viene data la possibilità di trasferire le nuove associazioni acquisite durante l'ipnosi nel contesto desiderato, anche in un tempo successivo rispetto all'esperienza ipnotica.

Senza questo passaggio ciò che viene appreso durante l'ipnosi sarebbe limitato alla seduta stessa e non invece incorporato nella vita quotidiana.

Le metafore terapeutiche

La metafora è una figura retorica che consiste nel trasferire ad un oggetto il nome proprio di un altro, secondo un rapporto di analogia. La peculiarità della metafora sta nel sua accostare elementi che nella realtà sono differenziati e riuscire a condensarli in una sola immagine e in un solo significato comune.

Secondo Erickson: “ possiamo capire come la metafora e l’analogia siano qualcosa di più che espedienti artistici: possono evocare nuove dimensioni e modelli di coscienza. Nel nostro uso psicologico questi tradizionali espedienti letterari, come la metafora, l’analogia e simili, sono considerati mezzi per facilitare lo sviluppo dell’insight o di una nuova coscienza nella transizione terapeutica. Sono essenzialmente stimoli che avviano ricerche e processi inconsci che portano alla creazione di un nuovo significato e dimensioni di coscienza”.

Nell’utilizzo della metafora Erickson sottolinea la capacità che ha di favorire nel soggetto un processo di ricerca di senso in cui riesamina i suoi modelli del mondo ed elabora nuovi significati per il racconto, fiaba, aneddoto o altro che gli viene narrato. Le metafore sono *interattive*. A differenza di altre forme di comunicazione richiedono una partecipazione attiva da parte di chi ascolta; se ad esempio sentiamo dire da qualcuno “sto correndo alla cieca” dovremmo confrontarci con una nuova immagine, pensando ad essa e scegliendo tra i diversi possibili significati collegati alla metafora.

La metafora correla gli input sensoriali, percettivi e cognitivi che le persone ricevono al loro modello del mondo e, così facendo, induce il cambiamento e l’acquisizione di nuovi significati, che vanno oltre il significato letterale della metafora stessa. L’efficacia della

metafora consiste dunque nell'attribuzione di senso a ciò che viene raccontato, in virtù del quale l'individuo entra in possesso di risorse personali ed accresce il suo modello del mondo, in modo da riuscire ad affrontare il problema.

Risulta implicito nella metafora un errore denotativo: la frase non può significare ciò che afferma direttamente poiché anomala dal punto di vista della logica. Se infatti interpretiamo la metafora secondo i significati designativi, la proporzione risultante sarà logicamente falsa o concettualmente assurda. Il valore della metafora non è dunque da ricercare nelle parole che la compongono, ma in ciò che si può percepire ed elaborare al di là di esse.

Non si pone come veicolo di significati univoci, ma si propone come luogo di numerose possibili interpretazioni, spetta all'ascoltatore cogliere e soprattutto generare il senso che può accostarsi meglio alla sua esperienza.

La metafora offre una grande opportunità quella della riconfigurazione. Riconfigurare significa prendere un'esperienza precedente, dannosa, indesiderata e rimodellarla come valida e potenzialmente utile rivalutando la potenziale utilità di qualsiasi emozione, comportamento ed esperienza.

Nel processo utile per la costruzione di una metafora terapeutica bisogna:

Raccogliere le informazioni

- Individuando persone significative coinvolte e i loro rapporti interpersonali.
- Rintracciare eventi caratteristici della situazione che ha originato il problema e come questo si è sviluppato nel tempo.
- Riconoscere quali cambiamenti intende compiere la persona.

- Individuare ciò che la persona ha fatto in passato per affrontare il problema, oppure quello che lo trattiene dal compiere i cambiamenti desiderati.

Costruire la metafora

- Creare i personaggi e l'intreccio della metafora secondo il criterio dell' isomorfismo rispetto ai problemi enunciati.

Indicatori fisiologici

Esistono alcuni indicatori fisici a cui far riferimento per capire quando la persona è entrata in ipnosi. Bisogna essere quindi molto attenti ad osservare eventuali cambiamenti in atto.

Questi cambiamenti fisiologici possono essere visibili anche nella comunicazione ipnotica senza dover necessariamente arrivare alla trance.

Di seguito vengono riportati alcuni degli indicatori da tenere in considerazione all'interno del processo.

- *Rilassamento muscolare*: essere rilassati non è la conditio sine qua non per essere entrati in ipnosi, tuttavia in molte tecniche viene utilizzato il rilassamento allo scopo di facilitare la dissociazione tra processi consci e inconsci.

Bisognerà quindi confrontare il livello di tensione muscolare (sia del corpo che facciale) per evidenziare al momento opportuno i cambiamenti avvenuti; il rilassarsi dei muscoli è un segnale di un cambiamento interno.

- *Movimenti oculari rapidi*
- *Contrazioni muscolari involontarie* legate allo stato di rilassamento
- *Cambiamento del colorito della pelle*

- *Modificazione del ritmo respiratorio:* confrontare sempre la respirazione della persona prima e durante il processo ipnotico. Nel momento in cui il ritmo o la profondità cambiano, sicuramente questo rappresenta un segnale che si sta modificando qualcosa nell'esperienza interna del soggetto.

- *Alterazione delle pulsazioni*
- Cambiamento della simmetria del volto

Risulta fondamentale l'osservazione di questi fenomeni non solo per comprendere se stiamo percorrendo la giusta direzione, ma anche per fornire al soggetto un feedback rispetto a quello che accade al suo corpo.

Sintomatologia psichica dell'ipnosi

Modificazioni dell'attenzione: durante lo stato ipnotico tale facoltà può essere modificata per difetto o per eccesso; si può concentrare l'attenzione su tutto ciò che proviene dall'operatore, facendo in modo che il soggetto resti attento solo a questo aspetto escludendo gli altri stimoli che provengono dall'esterno.

Modificazioni della memoria

Amnesia Spontanea: L' amnesia, per tutto ciò che avviene nell'ambiente estraneo alla suggestione ipnotica (avulsione spazio ambiente), insorge per la particolare concentrazione del soggetto sulle rappresentazioni suggerite e per il particolare rapporto esistente con l'operatore. Oltre all'amnesia spontanea può essere procurata una amnesia postipnotica.

Si possono distinguere due tipi di amnesia postipnotica:

- Amnesia di rievocazione: Riguarda il materiale mnesico con temporanea dimenticanza di ciò che è avvenuto durante l'ipnosi.
- Amnesia di origine: Concerne la fonte con dimenticanza dell'origine dei fatti vissuti dal soggetto in ipnosi, per cui non ricorda dove o quando ha acquisito il materiale mnesico.

Ipermnesia semplice: aumentata capacità di fissazione e di rievocazione.

Modificazioni della percezione

Nel soggetto ipnotizzato la percezione può essere modificata sia quantitativamente (eccesso o difetto) sia qualitativamente.

Iperestesi Percettive: Il soggetto può percepire, sui diversi canali sensoriali, sfumature minime dell' ambiente circostante come non gli riesce nello stato di veglia.

A livello della vista si descrivono incrementi dell'acuzie, della capacità di leggere in condizione di luce scarsamente ottimali, in rari casi in un aumento del campo visivo rispetto a quello dello stato di veglia.

Allucinazioni Positive: Il soggetto percepisce stimoli e sensazioni che di fatto non sussistono oggettivamente.

Allucinazioni Negative: possono essere assolute o relative, possibili per tutti i sensi; per cui si possono avere cecità, sordità, anosmie, agenesie ecc.

Tali appercezioni quando sono parziali possono essere limitate per una determinata qualità o quantità dello stimolo (un determinato colore, un particolare suono o odore). A rigore il termine è un non senso.

Illusioni: Alterazioni delle percezioni, per le quali uno stimolo effettivamente esistente, che colpisce gli organi sensoriali, non viene giustamente valutato e considerato. Si può far percepire come amara una bevanda dolce, far percepire freddo un oggetto caldo e viceversa.

BIBLIOGRAFIA

Bandler, R., Grinder, J., I modelli della tecnica ipnotica di Milton H. Erickson, Astrolabio, Roma, 1984.

Bandler, R., Grinder, J., Ipnosi e trasformazione - La struttura neurolinguistica e la struttura dell'ipnosi, Astrolabio, Roma, 1983.

Bandler, R., Grinder, J., La metamorfosi terapeutica - Principi di Programmazione Neuro- Linguistica, Astrolabio, Roma, 1980.

Bandler, R., Grinder, J., La struttura della magia, Astrolabio, Roma, 1979.

Bartolacelli, E., Metafora e dis-metafora - Le relazioni con le fonti della creatività umana, Zephyro, Milano, 2002.

Casilli, C., Ducci, G., La supervisione nella nuova ipnosi. Soluzioni di soluzioni, Franco Angeli, Milano, 2002.

Casula, C., Clerici, A., Parole terapeutiche, Pubblicazioni I.S.U., Università Cattolica, Milano, 1995.

Del Castello, E., Loredi, C., Tecniche dirette e indirette in ipnosi e psicoterapia, Franco Angeli, Milano, 1995.

Ellenberger, H. F., La scoperta dell'inconscio - Storia della psichiatria dinamica, Bollati Boringhieri, Torino, 1972.

Erickson, M. H., La mia voce ti accompagnerà - i racconti didattici di Milton Erickson, a cura di S. Rosen, Astrolabio, Roma, 1982.

Erickson, M. H., Opere Vol. I - La natura dell'ipnosi e della suggestione, Astrolabio, Roma, 1982.

- Erickson, M. H., Opere Vol. II - L'alterazione ipnotica dei processi sensoriali, percettivi, e psicofisiologici, Astrolabio, Roma, 1983.
- Erickson, M. H., Rossi, E. L., Rossi, S. I., Tecniche di suggestione ipnotica, Astrolabio, Roma, 1979.
- Erickson, M. H., Seminari Vol. II - La ristrutturazione della vita con l'ipnosi, Astrolabio, Roma, 1987.
- Erickson, M. H., Seminari Vol. III - La comunicazione mente-corpo in ipnosi, Astrolabio, Roma, 1988.
- Gordon, D., Metafore terapeutiche - Modelli e strategie per il cambiamento, Astrolabio, Roma, 1992.
- Gordon, D., Meyers-Anderson, M., Phoenix - I modelli terapeutici di Milton H. Erickson, Astrolabio, Roma, 1984.
- Granone, F., Trattato di ipnosi, Utet, Torino, 1989.
- Watzlawick, P., Beavin, H., Jackson, D., Pragmatica della comunicazione umana, Astrolabio, Roma, 1971.
- Watzlawick, P., Il linguaggio del cambiamento - Elementi di comunicazione terapeutica, Feltrinelli, Milano, 1991.
- Yapko, M., Le Basi dell'Ipnosi, Astrolabio, Roma, 2015.