

Les 5 axiomes de la communication

Les axiomes de la communication

- Axiomes de communication : que sont-ils ?
- Une connaissance importante

Les cinq axiomes de la communication

1. Il est impossible de ne pas communiquer / tout comportement est communicatif
2. L'interaction entre le contenu et la relation
3. Score de séquence dans les faits
4. Communication numérique et analogique
5. Symétrie et complémentarité dans les interactions

Communiquer c'est transmettre des informations ou un message à travers un code connu de ceux qui font partie de l'acte communicatif, et c'est quelque chose de fondamental dans la nature car il permet notre survie (à la fois en nous-mêmes et chez les autres êtres vivants).

Cependant, et comme nous pouvons le voir dans l'existence de plusieurs langues, nous ne partageons pas tous les mêmes codes, donc comprendre ce que les autres nous disent peut-être difficile.

[Lien URL : Les axiomes de la communication](#)

Malgré cela, la vérité est que bien que nous ayons des langages, des symboles et des façons de nous exprimer différents, il est possible d'observer une série de similitudes dans le fonctionnement de nos codes. Ces similitudes ont fait l'objet d'études par de nombreux auteurs et ont servi de base à la création de théories

de la communication et du langage. L'un d'eux, celui **de Watzlawick, Beavin et Jackson, propose qu'il existe différents axiomes de communication.**

Quels sont et quels sont ces axiomes ? Voyons cela tout au long de cet article.

Axiomes de communication : que sont-ils?

Nous connaissons comme axiomes de la communication l'ensemble des principes ou des lois considérés comme vrais et universels et qui régissent la totalité des échanges communicatifs, quel que soit le type ou le nombre d'interlocuteurs de la communication.

Ceux-ci ont été proposés par **Watzlawick, Beavin** et Jackson dans leur théorie de la communication humaine, dans laquelle ils ont analysé la partie la plus pragmatique du langage (la façon dont la communication peut affecter le comportement humain) et visualisé l'existence de cinq grands principes o axiomes qui sont considérés comme vrais. et sont toujours remplies.

Ainsi, chaque fois que nous parlons avec une personne, un animal ou même nous-mêmes, nous établissons un dialogue dans lequel quelques principes de base seront toujours respectés, même si nous prétendons le contraire. Les axiomes de la communication obéissent à la structure et à la forme mêmes du langage et de l'acte communicatif, et permettent, entre autres, de donner du sens et de comprendre qualitativement la communication humaine.

Maintenant, il est nécessaire de garder à l'esprit que si ces principes sont donnés dans toute communication, leur signification ne doit pas être toujours la même. Et c'est que ces principes sont généraux mais ils ne prennent pas en compte le rôle important de la culture pour expliquer le sens de nos actes de communication : **chaque culture a sa propre perspective et sa propre manière de voir le monde, y compris la manière de s'exprimer et le sens qu'il donne à chaque aspect de la communication.**

Une connaissance importante

Les axiomes de la communication et leurs connaissances sont un grand avantage: ils peuvent nous aider à comprendre comment différentes personnes ou même des animaux (bien que la théorie de Watzlawick soit celle de la communication humaine, elle pourrait être applicable à d'autres êtres) interagissent et envoient des informations à leurs pairs, et commencer à travailler à partir de cette compréhension sur les moyens d'exprimer ou d'envoyer des informations ou de modifier les modes de communication inadaptés ou même pathologiques.

En ce sens, il peut vous permettre de travailler dans des domaines tels que la psychologie (non seulement au niveau théorique mais aussi en thérapie, comme dans le cas de la thérapie familiale ou de couple), la pédagogie, les affaires ou encore le marketing et la publicité.

Les cinq axiomes de la communication

Watzlawick, Beavin et **Jackson** ont proposé un total de cinq axiomes de communication, que nous pouvons observer ci-dessous.

1. Il est impossible de ne pas communiquer / tout comportement est communicatif

Le premier des axiomes de la communication déclare qu'il nous est impossible de ne pas communiquer indépendamment de notre capacité ou de notre volonté. Et c'est que communiquer ce n'est pas seulement parler ou ne pas parler : chaque acte que nous faisons, ou même ceux que nous ne faisons pas, a un sens qui peut être perçu ou interprété et modifier le comportement des destinataires.

Même le silence est communicatif : qu'une personne se tait et ne parle pas peut impliquer qu'elle ne veut pas nous parler ou dire quelque chose, qu'elle est mal à l'aise avec un sujet ou une personne spécifique, qu'elle n'a pas remarqué ou ne se soucie pas. Notre présence ou que vous réfléchissez ou vous reposez, par exemple.

2. L'interaction entre le contenu et la relation

Le deuxième des axiomes déclare que **le message transmis sera interprété par l'auditeur ou le récepteur en fonction de la relation qu'il entretient avec l'expéditeur**. Ainsi, la relation entre les acteurs ou agents de l'échange communicatif marquera la manière dont le contenu du message doit être compris, afin que le contenu puisse avoir des significations différentes selon qui le dit. La relation devient un élément métacommunicatif, puisqu'elle dirige la manière dont le contenu va être interprété.

Pour donner un exemple facile à comprendre, ce n'est pas la même chose qu'un ami (qui peut nous dire littéralement où vous êtes) ou notre patron (dans ce cas, une mise à pied est en cours) nous dit « vous êtes sur la rue ».

3. Score de séquence dans les faits

Le troisième des axiomes établit que tous les types d'interaction communicative se produisent de manière bidirectionnelle. : l'émetteur et le récepteur s'influencent mutuellement, générant une réaction dans l'autre et générant une certaine séquence.

Bien que cela se produise dans toutes les conversations, un exemple très facile à voir est ce qui se passe, par exemple, dans les discussions, dans lesquelles le conflit peut s'intensifier lorsque l'un réagit aux messages de l'autre.

4. Communication numérique et analogique

Le quatrième axiome établit que lors de la communication, nous utilisons et prenons en compte à la fois la communication numérique et analogique, c'est-à-dire à la fois ce qui est dit (généralement verbal) et la façon dont il est dit (non verbal). A) Oui, **les mots et d'autres aspects tels que les gestes, le ton, la distance et la position doivent être valorisés.**

En ce sens, on peut interpréter des choses très différentes si quelqu'un nous dit « tu viens bientôt » en souriant ou s'il nous le dit en haletant, les bras akimbo et en tapant du pied.

5. Symétrie et complémentarité dans les interactions

Le dernier des axiomes proposés est particulièrement pertinent dans le domaine organisationnel, et **établit qu'il faut tenir compte du fait qu'il peut y avoir des relations de symétrie ou de complémentarité dans les relations de communication**, selon qu'ils ont tous le même rôle ou position de pouvoir ou si cette relation est inégale.

Ainsi, il existe des actes de communication dans lesquels une personne dirige l'échange à partir d'une position de supériorité (ce qui rend l'échange plus restreint, en particulier pour ceux qui ont la position inférieure) tandis que dans d'autres plus symétriques, la communication est beaucoup plus bidirectionnelle et ouverte. . Ces différents types de relations peuvent grandement affecter la fonctionnalité et les résultats de l'échange communicatif. Aucun d'entre eux n'est intrinsèquement positif ou négatif, mais ils peuvent avoir une utilité différente selon les situations.

Par exemple, dans une relation symétrique, les deux membres seront capables de s'exprimer sur un pied d'égalité et de s'entendre sur comment et où va leur relation, tandis que dans une relation patron-employé, ce sera le premier à décider où va l'entreprise.