

## 5 ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE

I 5 assiomi della comunicazione umana 16 luglio 2012 Dott. Flavio Cannistrà, psicologo a Monterotondo e a Roma

Esistono cinque assiomi fondamentali nella comunicazione dell'uomo

Come comunichi, ogni giorno?

“Con ogni comportamento”, può essere una risposta.

Paul Watzlawick e il gruppo di ricerca dell'Mental Research Institute hanno studiato a lungo la comunicazione, la sua influenza sulle persone e gli effetti che ha sul comportamento, riassumendoli nel libro-bibbia sulla comunicazione: *Pragmatica della comunicazione umana*. Da questi loro studi, partiti oltre cinquant'anni fa, si sono avviate innumerevoli ricerche e formulazioni, alcune molto valide, altre meno. Quello che è emerso è che la comunicazione è un campo di notevole interesse.

Come potrebbe non esserlo, d'altronde?

Comunichi tutti i giorni, con chiunque, consapevolmente e non, per raggiungere obiettivi, descrivere eventi, suscitare emozioni, stabilire relazioni. Con la comunicazione crei realtà e a volte delle vere e proprie trappole – fino ad arrivare alla psicopatologia. È uno strumento che influenza le tue interazioni con amici, partner, colleghi, sconosciuti, capace di determinarne l'andamento positivo o negativo.

Se dall'MRI in poi lo studio della comunicazione ha visto un'accelerazione esponenziale, da allora ci rimangono basi solide e ancora valide. Come i cinque assiomi della comunicazione umana, che *Pragmatica della comunicazione umana* descrive approfonditamente e con diversi esempi, e che ora vediamo di seguito.

Il primo assioma ci insegna che non si può non comunicare. Qualunque comportamento comunica qualcosa e, visto che è impossibile avere un non-comportamento, la non-comunicazione è altrettanto impossibile. Qualunque cosa fai o dici, qualunque scelta (dai vestiti alla macchina, da ciò che leggi allo sport che pratichi – o che non pratichi) comunica qualcosa agli altri e a te stesso.

Il secondo assioma chiarisce che all'interno di ogni comunicazione vanno distinti due livelli. Il primo è il livello del contenuto, che dice che cosa stai comunicando. Il secondo è il livello della relazione, che dice che tipo di relazione vuoi instaurare con la persona a cui la rivolgi. Per fare un esempio molto semplicistico ma pratico, la frase “Chiudi la porta” esprime un contenuto (la richiesta di chiudere la porta) e potrebbe essere detta con tono pacato o aggressivo, stabilendo due tipi di relazioni diverse con l'interlocutore.

Il terzo assioma spiega che il modo di interpretare una comunicazione dipende da come viene punteggiata la sequenza delle comunicazioni fatte. Per esempio, di fronte a un uomo che si chiude in se stesso e alla moglie che lo brontola, il primo potrebbe dire che si chiude perché la moglie lo brontola, e la seconda potrebbe ribattere che lei lo brontola perché lui si chiude. A seconda della “punteggiatura” usata cambia il significato dato alle comunicazioni e alla relazione.

Il quarto assioma differenzia due tipi di comunicazione: quella analogica e quella numerica (o digitale). La comunicazione analogica si basa sulla somiglianza (analogia) tra la comunicazione e l'oggetto della comunicazione: rientra in essa tutta la comunicazione non verbale e l'uso di immagini. La comunicazione numerica riguarda invece l'uso delle parole, e in generale di segni arbitrari organizzati da una sintassi logica, cioè di segni usati convenzionalmente per designare qualcosa.

Il quinto e ultimo assioma della comunicazione umana spiega che tutte le interazioni tra comunicanti possono essere di due tipi: simmetriche o complementari. Si ha un'interazione simmetrica quando gli interlocutori, tramite le loro comunicazioni, si considerano di pari livello, sullo stesso piano: nessuno dei due sembra voler prevalere o essere subordinato all'altro, come genericamente nel caso degli amici o dei colleghi. L'interazione complementare si ha invece quando gli interlocutori non si considerano sullo stesso piano, e ciò risulta dalle loro comunicazioni, che pongono uno dei due in una posizione superiore (one-up) e l'altro subordinata (one-down): ne sono un esempio le interazioni tra dipendenti e superiori, o tra madre e figlio.

Da questi assiomi, volutamente semplificati e sintetizzati per questo articolo, parte uno studio complesso e approfondito dei processi comunicativi, delle loro sfaccettature, degli errori tipici e di conflitti, disturbi e psicopatologie create a partire da rigide ridondanze degli errori stessi.

Lo studio della comunicazione è un campo utile e affascinante, soprattutto per chi vuole migliorare il rapporto con se stesso e con l'altro, su piani personali, relazionali, professionali, ecc., con l'obiettivo di diventare più consapevole delle proprie comunicazioni ed esperto nel loro utilizzo.

Come detto, Pragmatica della comunicazione umana è il non-plus-ultra sull'argomento, da leggere e rileggere per scoprire le essenze fondamentali della comunicazione e del modo in cui essa provoca cambiamenti nelle persone, studiate e riportate con rigore e serietà.

Paul Watzlawick, l'autore principale del libro, si impegnò comunque a rendere i temi descritti in quel libro (e in special modo le implicazioni pratiche connesse) più accessibili anche a chi desiderasse qualcosa di inizialmente più scorrevole, riportandoli in testi divulgativi come il bellissimo Istruzioni per rendersi infelici e il successivo Di bene in peggio. Questi ultimi sono libretti più scorrevoli e non hanno la pretesa di essere rigorosi come il loro predecessore, ma sono stati un ottimo punto di inizio per tanti curiosi degli effetti pragmatici della comunicazione.

#### Riferimenti bibliografici

Watzlawick, P., Beavin, J.H., Jackson, D.D. (1967). Pragmatica della comunicazione umana. Roma: Astrolabio, 1971.