* **La communication interpersonnelle**
* **Sa définition**
* **Les avantages d’une bonne communication**
* **Le schéma de la communication**

**la communication interpersonnelle** : Il s'agit de l’interaction entre au moins 2 individus entrant en relation pour échanger des informations, des émotions, etc. Transmettre, partager, dire, reformuler, expliquer, se mettre au niveau de son interlocuteur, s'assurer qu'il a bien entendu et bien compris, voilà l'essence même de la communication interpersonnelle. Cette communication peut être verbale ou non-verbale, orale ou écrite.

**Les avantages d’une bonne communication :**

**-**gagner en aisance relationnelle, améliorer ses relations avec autrui (collègues notamment).

-faire passer un message efficacement en évitant les malentendus,

-développer son assertivité.

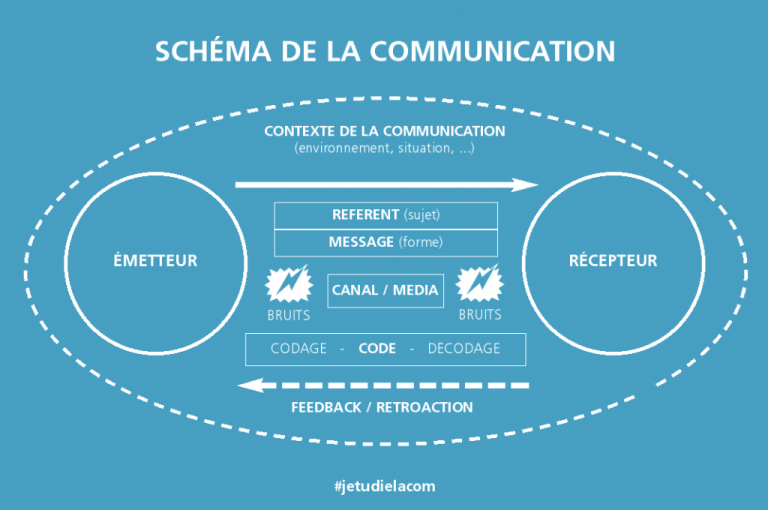
-manager de manière constructive,

-convaincre plus rapidement,

-apaiser les tensions, gérer les conflits adéquatement.

- mieux appréhender les changements, notamment les résistances.

-mettre son intelligence émotionnelle au service d'autrui.

**e schéma de la communication interpersonnelle : **

**Ce schéma d’une situation de communication illustre le modèle de Riley et Riley. Il peut s’appliquer à toute forme de communication : homme-homme, homme-animal, homme-machine, machine-machine, …**

**L’émetteur : c’est celui qui envoie le message, qui écrit, qui parle, qui envoie l’info… Ce peut être une entreprise, une collectivité, une association…**

**Le récepteur : c’est celui qui reçoit le message, qui le lit, qui l’entend… Ce peut être un client ou client potentiel (la cible).**

**Le message : c’est l’information transmise selon une certaine forme, ce qui est écrit, ce qui est dit,…**

**Le référent : c’est le sujet du message, ce dont on parle.**

**Le canal ou média : c’est le support du message entre l’émetteur et le récepteur. Le sens premier du terme – media, pluriel du mot latin medium signifie “intermédiaire” : radio, télé, presse, affiche, web…**

**Le code : le message est codé par l’émetteur et décodé par le récepteur. Il faut connaître le code pour comprendre le message. Si l’émetteur parle anglais il faut que le récepteur comprenne l’anglais.**

**Le bruit : c’est tout ce qui perturbe la communication : les parasites dans une communication radio, le bruit de la rue pendant une conversation, une mauvaise qualité de papier ou d’impression qui ne permet pas de bien lire un texte…**

**Le feedback : c’est la possibilité du récepteur de répondre à l’émetteur (concept issu des travaux de Norbert Wiener). Le récepteur n’est plus passif mais devient actif, il devient à son tour émetteur : répondre au téléphone, entamer un dialogue, renvoyer un coupon réponse, remplir un formulaire sur un site web. Certaines communications ne permettent pas le feedback. Le récepteur reste passif. L’absence de feedback peut parfois entraîner la fin de la communication.**

**Le contexte : c’est l’environnement dans lequel a lieu la communication : le lieu, le moment, les rapports sociaux, l’actualité,…**

**La situation dans laquelle se déroule la communication influe sur les acteurs.**