Thème 1 De l'individu à l'acteur

Chapitre 2 L'identité et le fonctionnement de l'individu

Corrigé

Objectif de la séance :

- Caractériser les comportements individuels au sein des groupes
- Identifier les bonnes pratiques de gestion de l'identité numérique

Mots-clés :

- Communication interpersonnelle
- Personnalité
- Émotions
- Attitude
- Comportement
- Perception
- Identité numérique
- Groupe, groupe formel et groupe informel
- Groupe d'appartenance
- Statut dans le groupe
- Identité
- Interactions

A la fin de ce chapitre j'aurai acquis …

Des connaissances	Des compétences
- Individu : personnalité, émotion, perception, attitude, contrôle de soi - comportement, identité numérique - Communication interpersonnelle - Interaction individu-groupe : caractéristiques des groupes, - Identité et statut dans les groupes, référence et appartenance aux groupes - Action collective organisée	- Décrire, caractériser, analyser les situations de communication à partir de leurs composantes et des phénomènes relationnels qu'elles contribuent à développer

1. Comment repérer les caractéristiques propres de l'individu ?

Coup de pouce : C'est quoi la personnalité d'un individu ?

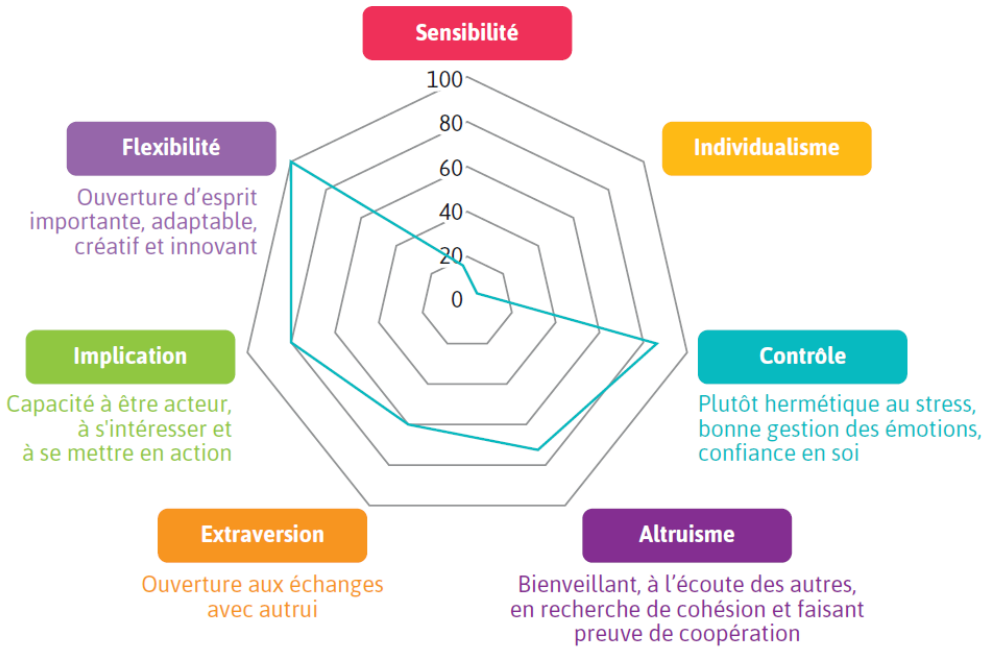
1. La personnalité regroupe l'ensemble des traits physiques et moraux par lesquels une personne se différencie des autres. Elle se construit dans l'enfance et évolue tout au long de la vie. Elle influence la façon de penser et d'agir, et notamment la façon d'établir des rapports avec les autres.

Les traits de personnalité
Introverti / Extraverti
Autonome / Dépendant
Stable / Instable
Rationnel / Affectif

2. L'émotion se manifeste par un trouble subit, une agitation passagère causée par un sentiment vif de peur, de surprise, de joie, de dégoût, de colère ou de tristesse. Les émotions sont visibles et traduisent la personnalité.

3. Le comportement désigne nos réactions observables (actions, gestes, expressions du visage…) qui expriment ce que nous faisons.

Document 1 : La personnalité : un élément de l'identité de l'individu



Question 1 : Indiquez les informations révélées par ce test.
Chaque axe décrit un trait de personnalité, et l'individu est évalué sur une échelle. Cela donne un profil : c'est un test de personnalité.

Document 2 : Les types de personnalité de base

Il existe de multiples classifications des traits de personnalité de base.

Trait de personnalité	Transcription de la personnalité sur le comportement
Extraverti	Individu ouvert aux autres, il n'hésite pas à donner son opinion, apprécie les relations nouvelles et est facilement enthousiaste. Il s'exprime facilement à l'oral et prend plaisir à participer à des activités en groupe.
Introverti	Individu replié sur lui-même, réservé en groupe et qui prend plaisir lors d'activités solitaires. Il préfère observer les situations avant d'y participer et prend le temps de réfléchir avant d'agir.
Stable	Individu qui apprécie la continuité, est rassuré par l'habitude. Il est organisé et rigoureux mais peut être déstabilisé par le changement.
Instable	Individu qui apprécie le changement, la nouveauté, mais qui s'ennuie rapidement. Il innove mais a du mal à appliquer des processus construits.
Logique	Individu qui raisonne et analyse. Il recherche la cohérence, la maîtrise, il réagit aux arguments démontrés et prouvés (pense avec sa tête).
Affectif	Il réagit avec ses émotions, ses sentiments, est très investi s'il aime (fonctionne au coup de cœur).
Autonome	Il est indépendant et fixe lui-même les règles du jeu. Il préfère piloter et prendre les décisions car il a du mal à suivre les idées des autres.
Soumis	Il obéit facilement et se plie aux règles mises en place par d'autres. Il a le sens de la hiérarchie et peut être dépendant. Il est aussi facilitateur dans une équipe.

Document 3 : Le profil de Claire

Claire, chargée de relations publiques, rencontre beaucoup de personnes très différentes au long de ses journées. Elle apprécie l'organisation, tant au travail que dans sa vie personnelle. Très consciencieuse, elle analyse les situations, pèse le pour et le contre, et se renseigne auprès de spécialistes avant toute décision, qu'elle a plaisir à prendre.

Question 2 : Surlignez dans le tableau les traits de personnalité qui caractérisent Claire.

Question 3 : Définissez la personnalité.
Ensemble des traits de caractère qui font l'individualité d'une personne et qui guident son comportement.

Question 4 : Citez au moins trois situations professionnelles dans lesquelles il est utile de savoir identifier la personnalité d'un individu.
Recrutement, constitution d'équipes de travail, résolution de litiges, situations de communication diverses, etc.

Document 4 : Des émotions irrésistibles et visibles

Les êtres humains ressentent des émotions qui sont des réactions à des stimuli internes ou externes. Ces réactions, difficilement contrôlables, gagnent en intensité si elles sont trop retenues. L'émotion, quelle que soit son intensité, a des conséquences physiques et relationnelles visibles et spontanées.

Peur Tristesse Joie Surprise Colère Dégoût Déception

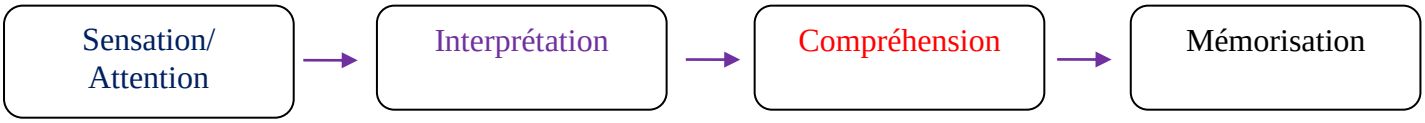
Question 5 : Identifiez les émotions primaires ci-dessus.

Question 6 : Caractérisez les réactions visibles associées à l'émotion de votre choix.

Émotion : Colère	Corps : Très mobile, gestes amplifiés voire menaçants.
Visage : Rouge, traits déformés, yeux exorbités, mâchoires serrées.	Voix : Forte, cris.

Question 7 : Expliquez pourquoi il est parfois difficile pour un individu de garder le contrôle de ses émotions.
Les émotions sont des réactions spontanées du corps, il est donc impossible de les maîtriser totalement. Par ailleurs, certains traits de la personnalité, comme l'impulsivité, exacerbent la difficulté à contrôler ses émotions.

Document 5 : La perception : un processus relatif



L'individu, grâce à ses sens et en se basant sur sa culture, ses savoirs, ses expériences, enregistre et interprète ce qui se passe autour de lui. Chaque acteur a donc sa propre compréhension de ce qui l'entoure. Le processus de perception est relatif car, en fonction de la perception des éléments qu'il fera, l'individu va traduire la réalité, qui devient sa réalité.

Question 8 : Complétez le schéma avec les étapes suivantes : I*nterprétation – Sensation/attention – Compréhension*.

Question 9 : Expliquez la phrase soulignée.
La perception dépend de chaque individu qui utilise ses sens, s'appuie sur sa culture, son éducation, afin d'analyser le monde qui l'entoure.

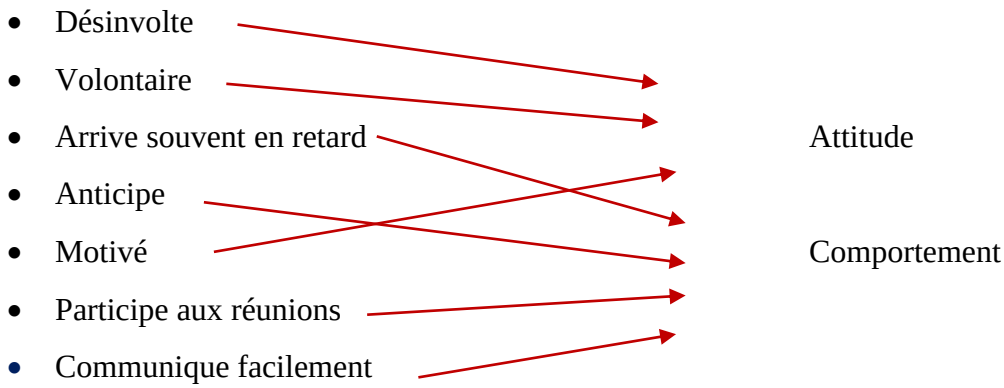
Document 6 : Le lien entre l'attitude et le comportement

L'attitude est un état d'esprit basé sur trois composantes :
- cognitive : ce que sait, ce que croit savoir l'individu (connaissances) ;
- affective : ce qu'aime, ce que déteste l'individu (sentiments) ;
- conative : ce que fait, pense faire l'individu (prédisposition à agir).

Elle ne peut être qu'interprétée car elle n'est pas observable.
Le comportement est visible et observable. Il est le miroir de l'attitude. Il y a consonance lorsque le comportement est cohérent avec l'attitude. Sinon, on parle de dissonance.

© Foucher

Question 10 : Reliez chaque exemple à la bonne catégorie.



Faites le point sur les notions abordées sur Ma Synthèse de cours
A vous de jouer !

2. Comment l'individu devient-il un acteur en interaction ?

Coup de pouce : C'est quoi la communication ?

1. On parle de communication interpersonnelle lorsque deux individus échangent des messages, des idées, des émotions… (ex. : lors d'un entretien d'embauche). Dans une communication interpersonnelle, différents éléments peuvent influencer le message : le **contexte** (lieu et temps), la **distance** entre les acteurs, les **objectifs** (ce qu'ils visent) et les **enjeux** (ce que l'on peut gagner ou perdre ; les enjeux peuvent porter sur la reconnaissance, le statut ou le rôle de l'individu).

2. Les signes verbaux correspondent au registre de langage (familier, courant ou soutenu), au ton employé, au débit de parole, aux petits « tics » verbaux, au volume. Les signes non verbaux correspondent au regard, aux expressions faciales, aux gestes, à la position du corps, aux silences, à l'habillement.

3. Le bon déroulement de la communication est fonction également de la capacité qu'a un individu à se mettre à la place d'un autre pour mieux le comprendre : c'est l'empathie. Enfin, l'écoute active désigne le fait d'écouter attentivement l'autre sans porter de jugement. Elle se caractérise en pratiquant le questionnement et la reformulation.

Document 1 : La communication interpersonnelle

Les situations de communication interpersonnelle sont nombreuses : elles réunissent deux individus, acteurs de l'efficacité des échanges. Chacun a ses objectifs, sa stratégie, et inscrit dans sa manière de communiquer une part de son identité.

Document 2 : Un échange constructif

Martin, confiant, est prêt à entrer dans le bureau de sa responsable.

Martin : Bonjour Madame, nous avions rendez-vous aujourd'hui pour parler de mes perspectives d'évolution.

Mme Marlineau : Bien sûr, entrez et installez-vous. Nous allons prendre le temps d'évoquer le bilan de l'année écoulée, et notamment vos résultats, puis nous échangerons sur les axes de progression que l'entreprise peut vous proposer.

Martin : Je vous ai apporté le compte rendu d'activité de cette année. Vous pourrez constater que les objectifs ont été atteints, et même largement dépassés.

Mme Marlineau : Très bien. J'ai aussi entendu dire que vous aidiez beaucoup le nouveau commercial depuis son arrivée. Vous avez le potentiel d'un futur manager.

Martin (souriant) : Effectivement, j'aimerais bien prendre plus de responsabilité et devenir un jour cadre, comme vous.

Question 1 : Analysez les composantes de la situation de communication à partir du tableau proposé.

Contexte Conditions de l'environnement favorables ou défavorables aux échanges	**Contexte relationnel :** situation professionnelle. **Contexte géographique :** le bureau de la responsable (sur son territoire). **Contexte temporel :** durant la journée de travail, rendez-vous fixé à l'avance.
Interactions Message : informations transmises. Canal : mode de transmission. Support : outils de transmission.	**Message :** bons résultats de Martin sur l'année écoulée ; bonne implication au travail selon sa supérieure ; désir de Martin d'évoluer vers un poste d'encadrement. **Canal :** face-à-face et document écrit. **Support :** la voix et le compte rendu d'activité.

Question 2 : Déterminez pourquoi la communication est un processus dynamique.
Les acteurs sont en interaction, ils échangent des informations qui les font réagir et les poussent à renvoyer à leur tour des messages. Chacun est donc tour à tour émetteur et récepteur

Document 3 : L'échange comme mode de transmission de l'individu

Les signes verbaux sont l'ensemble des éléments de langage. Ils s'appuient sur les principaux registres de langage (familier, courant, soutenu), et il appartient à l'individu de trouver le vocabulaire et la syntaxe les plus adaptés à la situation. Les signes paraverbaux (intonation, débit et volume) et non verbaux (apparence, tenue vestimentaire, posture, gestes, mimiques et regards) impactent aussi de manière positive ou négative la manière dont le message est reçu.

Question 3 : Reliez chaque situation aux signes communicationnels utilisés.

Question 4 : Indiquez pourquoi les signes verbaux, para verbaux et non verbaux sont révélateurs.
Les registres de langage utilisés révèlent un niveau d'éducation, un niveau social. Les signes para verbaux et la gestuelle sont des marqueurs d'émotions souvent non exprimées par ailleurs.

Document 4 : L'importance de l'écoute active

Selon Dominique Wolton, sociologue français, « dans la communication, le plus compliqué n'est ni le message ni la technique, mais le récepteur ». Pour être un bon communicant, il faut savoir pratiquer l'écoute active et porter de l'intérêt à son interlocuteur. Attitude empathique, respect des silences, observation du non-verbal, reformulation permettent de manifester sa disponibilité à l'émetteur d'un message et d'éviter conflit et incompréhension.

Question 5 : Barrez les comportements qui ne favorisent pas l'écoute active.

Couper la parole	Être empathique	Émettre un jugement	Faire silence
Observer le non-verbal	Reformuler	Être peu disponible	

Coup de pouce : C'est quoi un groupe ?

1. Un groupe se définit comme l'association de plusieurs personnes qui collaborent pour atteindre des objectifs communs. Dans une organisation, un groupe peut être une équipe de travail. Le groupe se distingue donc d'un rassemblement au hasard, d'une foule.

2. La caractéristique principale d'un groupe est sa taille, c'est-à-dire le nombre de personne qui le compose. On ne peut parler de groupe qu'à partir de 3 membres.

3. Les fonctions du groupe

- La fonction de facilitation correspond à l'ensemble des moyens mis en œuvre pour répondre aux éventuels problèmes soulevés dans le groupe et faciliter le travail de chacun (ex. : faciliter la communication ou la transmission d'informations).
- La fonction de production correspond à tout ce qui est produit pour le groupe (ex. : organisation d'une réunion, création d'un livret d'accueil).
- La fonction de régulation consiste à introduire des règles de conduite nécessaires pour atteindre le ou les buts fixés (ex. : règlement intérieur, consignes de sécurité).

Document 5 : L'individu et la dynamique de groupe

L'homme est un être social, issu d'un processus qui le conduit à vivre en groupes formés de la réunion de plusieurs individus. Les situations de la vie, privée ou professionnelle, créent des interdépendances entre individus fondées sur des règles de fonctionnement communes, au service d'un objectif commun. Le groupe est alors une source de la performance individuelle et collective. L'identité sociale s'appuie sur le statut (place) de l'individu dans le groupe et les comportements attendus (rôles).

Question 6 : Listez les éléments d'identification de la présence d'un groupe.

Question 7 : Proposez les rôles attendus liés au statut de chef d'équipe.
Les rôles sont les comportements attendus liés à un statut, donc le chef d'équipe a pour rôle d'être un organisateur, un gestionnaire de ressources, un arbitre, un décideur…

Document 6 : La caractérisation des groupes

Groupe primaire : restreint, forte cohésion et forte adhésion aux valeurs. Ex. : La famille	**Groupe secondaire :** relations imposées par des exigences sociales. Ex. : Le groupe de travail
Groupe formel : statuts des membres hiérarchisés, organisation des échanges structurée. Ex. : L'équipe de sport	**Groupe informel :** statuts non imposés, interactions spontanées. Ex. : Le groupe d'amis
Groupe d'appartenance : dont l'individu fait effectivement partie. Ex. : Le salarié adhérant à un syndicat	**Groupe de référence :** dont l'individu adopte les valeurs et les normes sans en être membre. Ex. : Le groupe de musique

Question 8 : Illustrez chaque type de groupe par un exemple.

Question 9 : Précisez en quoi le sentiment d'appartenance à un groupe est utile à l'individu.
L'individu est un être social, il n'est pas fait pour vivre seul et a besoin du groupe pour échanger et se sentir protégé.

Faites le point sur les notions abordées sur Ma Synthèse de cours
A vous de jouer !

3. L'individu peut-il contrôler son identité numérique ?

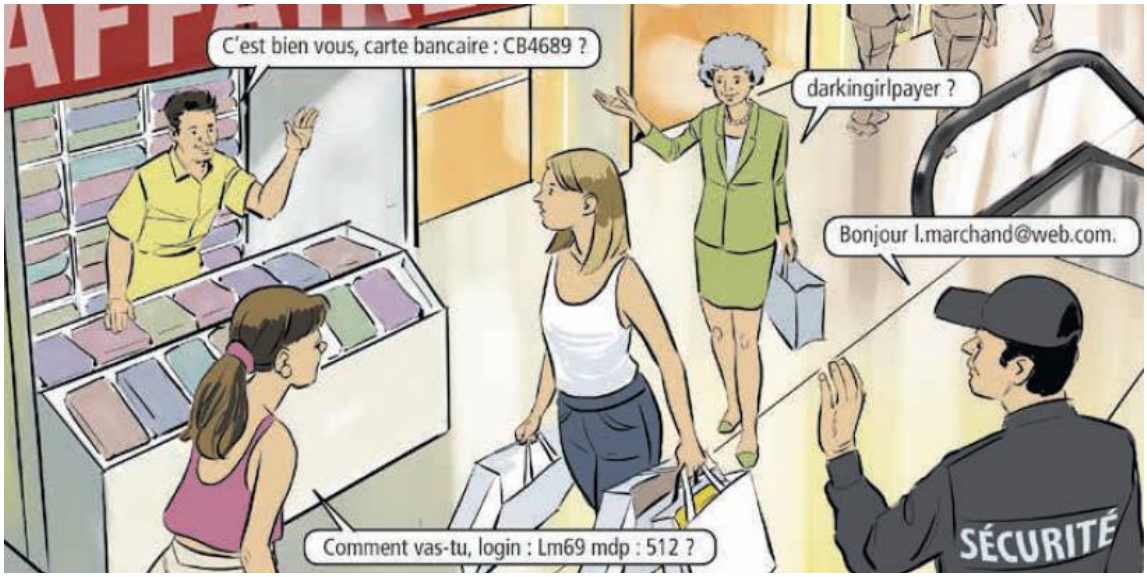
Coup de pouce : C'est quoi l'idéntité numérique ?

1. L'identité numérique désigne l'ensemble des traces sur Internet qui permettent de mieux cerner un individu. Elle regroupe des contenus mis en ligne sur divers espaces, notamment sur les médias sociaux : blogs personnels, profils sur les réseaux sociaux, contenus partagés, commentaires… On distingue généralement deux types de contenus : ceux maîtrisés par la personne concernée (publiés par elle) et ceux non maîtrisés par la personne concernée (publiés par un tiers).

2. La compétence représente l'ensemble des savoirs (connaissances), des savoir-faire (pratiques) et des savoir-être (comportements relationnels) ainsi que des aptitudes physiques d'un individu.

3. L'e-réputation est l'image renvoyée par la perception des contenus des traces en ligne. Si négliger son e-réputation peut être dangereux, y être attentif permet d'améliorer son employabilité.

Document 1 : Les empreintes des internautes



Question 1 : Commentez le titre du document.
Lorsque l'individu est présent sur Internet, chaque passage laisse une trace permettant de le reconnaître, de le suivre et donc de l'identifier. Ces traces ne sont pas toutes laissées volontairement.

Document 2 : Le modèle de l'identité numérique

L'identité numérique peut se décomposer en trois dimensions :

- l'identité déclarative, renseignée directement par l'utilisateur (pseudonyme, avatar, login et mot de passe, formulaire de collecte de données personnelles saisi en ligne, publication d'informations, de photographies…) ; la déclaration peut être le reflet de la réalité ou être fausse, très précise ou floue ;
- l'identité agissante, renseignée indirectement par les activités de l'utilisateur (mots-clés de recherche qui renseignent sur les activités et les projets ; inscription d'éléments dans les favoris montrant des préférences et des opinions), historique de connexion, géolocalisation. Ces éléments complètent l'identité déclarée par l'individu, mais servent aussi de sources d'information à l'identité calculée ;
- l'identité calculée, résultat d'un traitement des données issues des identités déclarative et agissante par le système (nombre de commentaires, nombre d'amis, fréquence de visite…).

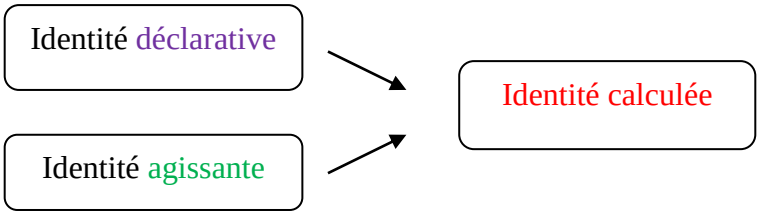
En quantifiant la présence, la visibilité, la notoriété de l'utilisateur, l'identité calculée effectue plus ou moins explicitement des classements : elle développe une importance démesurée du chiffre dans le système identitaire et reflète les actions de l'utilisateur.

© Foucher

Question 2 : Définissez l'identité numérique.

L'identité numérique est l'ensemble des traces laissées volontairement ou non par un individu sur Internet. C'est un agrégat de données qui donne des informations sur un individu.

Question 3 : Replacez les différents éléments de la construction de l'identité numérique sur le schéma.

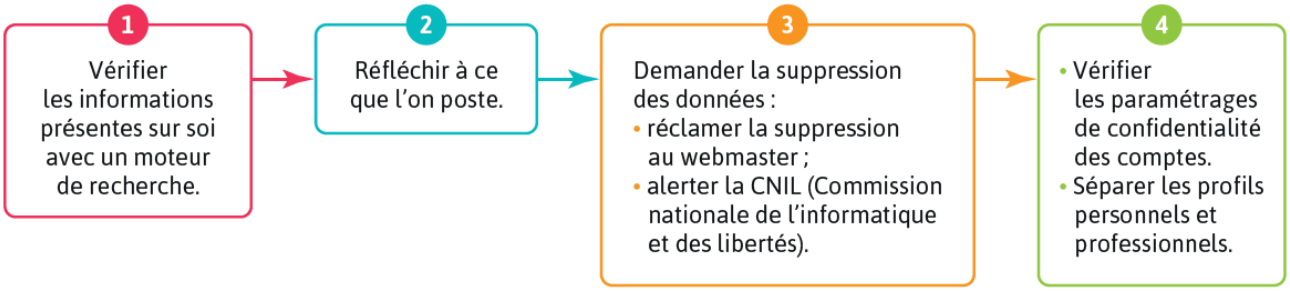


Question 4 : Montrez que l'identité numérique échappe à son propriétaire internaute.

L'internaute renseigne des informations personnelles lorsqu'il se sert d'un ordinateur et navigue sur Internet. Ces navigations indiquent ses centres d'intérêt et sont stockées par le système. Toutes ces informations sont transportées, analysées, et il devient impossible à l'individu de les suivre et de savoir comment et pour quoi elles sont utilisées.

Document 3 : Le contrôle de l'identité numérique

La réputation est l'opinion publique, bonne ou mauvaise, qui circule sur un individu. Il paraît nécessaire à chacun de faire attention à son image… dans la « vraie » vie. Il est tout aussi important d'agir et de contrôler son image digitale, son e-réputation, et de se protéger contre d'éventuelles dérives comme le délitement de la vie privée, l'usurpation d'identité ou encore l'utilisation des données de navigation.



Question 5 : Identifiez les risques liés à l'identité numérique.

Les risques sont nombreux : géolocalisation de l'internaute sans son consentement, utilisation malveillante des données personnelles, usurpation d'identité, modification des informations postées

sur Internet dans le but de nuire, publication en ligne d'informations privées et/ou confidentielles, etc. Ces atteintes à l'intimité peuvent créer une réputation négative.

Question 6 : Proposez des solutions pour protéger son e-réputation.

• Protection logicielle	Pare-feu, antivirus, antispyware.
• Protection humaine	Éviter de diffuser des informations et des images intimes, réfléchir avant de diffuser une information sur les conséquences de cette diffusion, etc.
• Protection juridique	Recours à la CNIL et devant les tribunaux sur la base des textes constitutionnels et légaux et du RGPD.

Document 4 : L'optimisation de l'e-réputation

Le *personal branding* vise à utiliser des techniques afin de valoriser son image. Il s'agit notamment de mettre en valeur les éléments positifs de sa vraie vie (par exemple son savoir-faire) et de les poster en ligne de manière à être remarqué. On peut alors trouver des opportunités, notamment d'embauche, en développant sa marque personnelle.

© Foucher

Profil vie réelle

Myriam
Poste de vendeuse

Profil vie virtuelle

Myriam
Chargée de clientèle grands comptes, développeuse d'affaires, négociatrice

Question 7 : Expliquez ce qu'est le *personal branding*.

Il s'agit d'une technique visant à utiliser Internet pour développer une image positive de soi. Dans ce cas-là, l'individu contrôle son e-réputation. Le *personal branding* lui permet de déclencher des événements, des opportunités favorables ayant des conséquences positives dans sa vie réelle (parcours professionnel optimisé par exemple).

Faites le point sur les notions abordées sur Ma Synthèse de cours
A vous de jouer !

Chapitre 2 L’identité et le fonctionnement de l’individu

MA SYNTHESE DE COURS

Indiquer les notions abordées dans ce chapitre :

1. Comment repérer les caractéristiques propres de l’individu ?

2. Comment l’individu devient-il un acteur en interaction ?

3. L’individu peut-il contrôler son identité numérique ?