

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

Dans son activité de travail, au sein de l'organisation, chaque individu devient un acteur, c'est-à-dire qu'il communique et interagit avec les autres en permanence. La qualité de la communication va dépendre d'un certain nombre de facteurs tels que la personnalité des acteurs, de l'expression des émotions et des signes non verbaux, mais aussi, de la perception que l'on peut avoir d'une personne ou d'une situation. De plus en plus, il devient essentiel que chaque individu prenne en compte son identité numérique afin d'en faire un atout professionnel.

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

La personnalité et l'émotion sont deux éléments liés à la personne. Elles influencent nos relations aux autres, notre communication et notre comportement.

### A. La personnalité : un élément de l'identité de l'individu

Chaque individu est unique. La personnalité recouvre l'ensemble des traits de caractère d'un individu, elle est acquise à la naissance et évolue peu. On distingue 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.

Il n'existe pas de trait de personnalité idéal. Constituer une équipe de travail efficace résulte au contraire de la combinaison d'individus apportant chacun des traits de caractère complémentaires.

### B. Les émotions : réactions irrésistibles et visibles

L'émotion est une réaction sur le court terme à un élément extérieur. On distingue six émotions de base qui ont chacune plusieurs nuances : la joie, la colère, le dégoût, la tristesse, la surprise et la peur. Les émotions s'accompagnent habituellement de changements corporels visibles au travers d'expressions du visage (mimiques, expressions des yeux et de la bouche), de sa couleur (pâleur, rougeur...) ou encore des gestes (mains serrées sur soi...).

L'émotion est irrésistible, difficilement contrôlable et risquée, si elle est trop retenue, de gagner en intensité.

Certaines émotions peuvent être ressenties comme des faiblesses (la peur, la tristesse). Une meilleure prise en compte des émotions permet de gérer les conflits. Garder le contrôle de ses émotions est une qualité appréciée lors des interactions au sein d'un groupe de travail.

### C. La perception de l'attitude et du comportement des individus

Le processus de perception repose sur les étapes suivantes :

- **La sensation** : l'individu utilise un ou plusieurs des cinq sens qui le relient au monde (vue, ouïe, toucher, odorat et goût)
- **L'attention** : l'individu cherche à donner un sens à ces stimuli
- **L'interprétation** : l'individu se base sur sa culture, ses savoirs, ses expériences passées
- **La compréhension** : il en déduit quel comportement adopter
- **La mémorisation** : le cerveau enregistre ce qu'il s'est passé.

C'est un processus relatif, chacun percevra une situation selon sa culture, ses expériences passées, ses connaissances. Le comportement, partie observable d'un individu, est souvent **le reflet de l'attitude**. Il y a **trois composantes de l'attitude** :

- **État d'esprit basé sur des composantes cognitives** (basées sur les connaissances),
- **Conatives** (ou comportementales, qui poussent à agir)
- **Et/ou affectives** (basées sur les sentiments).

L'attitude d'un individu ne peut se discerner que par l'interprétation du comportement, il y a consonance. Il y a dissonance quand le comportement observé ne permet pas de discerner l'attitude d'une personne.

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

La communication se forme d'échanges d'informations et de relations entre les individus.

### A. La communication interpersonnelle

La communication interpersonnelle est l'échange réciproque de signes entre deux acteurs dans un contexte donné. Une situation de communication est composée de plusieurs éléments, dont certains sont révélateurs de l'identité des individus :

- **Acteurs** : émetteur et récepteur échangent des informations et créent une relation (interdépendance) en fonction de leur personnalité, de leurs émotions, de leurs statut et rôle, et de leurs enjeux servis par une stratégie
- **Message** : contenu de l'information transmise
- **Canal** : mode de transmission du message (face à face, écrit, oral, audiovisuel)
- **Support** : outils de transmission du message (voix, téléphone, courrier...)
- **Signes** : éléments de codage et de décodage du message qui conditionnent la compréhension
- **Contexte** : environnement de la communication. Il peut parfois contenir des bruits, c'est-à-dire des éléments parasites visant à perturber l'échange. On distingue différents contextes :
  - **Spatial**, qui dépend du lieu dans lequel se déroule l'échange
  - **Temporel**, qui dépend de la durée dont on dispose pour échanger et de ce qui a déjà été échangé
  - **Relationnel**, lié au statut, au rôle des acteurs et à la qualité de la relation.

## B. La communication comme mode de transmission de l'identité de l'individu

La communication est un processus dynamique, elle repose sur des échanges réciproques entre les acteurs. On parle de boucle de rétroaction puisque chaque acteur est à la fois émetteur et récepteur des informations transmises par l'autre. L'interprétation réciproque de signes consiste à comprendre, à chercher et à traduire ce que perçoit l'autre dans la situation (codage/décodage) :

- **Signes verbaux** : les registres de langage (familier, courant, soutenu) ;
- **Signes non verbaux** : présentation, posture, distance, gestuelle, expression du visage ;
- **Signes para verbaux** : utilisation de la voix (ton, rythme, volume...).

La qualité des signes émis et l'attention (écoute active) portée par les acteurs à leurs interlocuteurs coordonnent l'efficacité de la communication. Le contexte et le choix du canal permettent ou non l'utilisation de certains signes et influencent aussi la qualité du message et donc la relation entre les acteurs. La communication est un système dynamique : on parle d'interaction entre les acteurs.

## C. La prise en compte de l'identité sociale de l'individu

L'individu est un être social. La sociabilisation s'effectue au travers des groupes qu'ils croisent et auxquels il appartient tout au long de sa vie. Un groupe est un ensemble d'individus interdépendants, qui ont des valeurs et des règles de fonctionnement communes au service d'interactions (échanges réciproques) et d'un objectif partagé. Aussi, le comportement d'un individu est susceptible d'être fortement modifié lorsqu'il est en groupe. On en distingue plusieurs types.

- **Groupe primaire** : restreint, forte cohésion et forte adhésion aux valeurs.
- **Groupe secondaire** (professionnel) : dont les relations sont imposées par des exigences sociales.
- **Groupe formel** : organisé, hiérarchisé et structuré. Groupe informel : les rôles ne sont pas imposés, les interactions sont spontanées.
- **Groupe d'appartenance** : l'individu fait effectivement partie du groupe.
- **Groupe de référence** : dont l'individu adopte les valeurs et les normes alors qu'il n'en est pas membre.

Le statut d'un membre est la place qu'il occupe au sein du groupe. Le rôle correspond à l'aspect dynamique du statut, c'est-à-dire aux comportements attendus de l'entourage et liés au statut. L'identité sociale d'un individu va donc conditionner des attentes en termes de comportements attendus.

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

## A. L'identité numérique de l'individu

Le développement et l'évolution d'Internet, ainsi que des moyens de communication liés (site Web, blogs, réseaux sociaux...), ont changé le rapport de l'individu à autrui. Ainsi, l'identité numérique permet l'identification de l'individu en ligne et la mise en relation de celui-ci avec l'ensemble des communautés présentes sur le Web.

*Selon les travaux de F. Georges, 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 saisies en ligne, publication d'informations ou de photographies...) ; la déclaration peut être le reflet de la réalité ou non, être très précise ou floue.
- **L'identité agissante** : renseignée indirectement par les activités de l'utilisateur (mots-clés de recherche renseignant sur les activités et 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 source 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 et 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.

## **B. La gestion de l'identité numérique, une nécessité pour l'individu**

Il est primordial, pour un individu, de gérer son identité numérique, le risque étant que si l'identité numérique n'est pas gérée directement par l'individu, il laisse le soin aux autres de la confectionner et s'expose ainsi à certaines dérives tels qu'une mauvaise réputation, un piratage de certaines informations, ou bien tout simplement se retrouver face à des situations indésirables.

Des moyens permettent à l'individu de contrôler les traces (empreintes laissées par l'internaute sur Internet ou mises en ligne par autrui sur lui). Si le plus sûr moyen est pour l'individu de réfléchir à ce qu'il poste sur le Web, une information postée en ligne va échapper à l'individu car elle va être transportée sur les réseaux et sera donc difficile à supprimer.

- **Le droit français reconnaît** cependant le respect du **droit à la vie privée, à l'image, à la correspondance et le droit à l'oubli**, mais la mondialisation et la rapidité de transmission de l'information numérique rendent difficile son efficacité car l'action devant un tribunal prend plus de temps que la transmission d'une information sur Internet.

L'individu peut demander la suppression des données au webmaster, responsable de la publication sur le site. L'individu peut aussi alerter la CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés) qui est garante de la protection des données personnelles.

- **Le RGPD (Règlement général sur la protection des données)** est un texte européen constituant la référence en matière de protection des données à caractère personnel. Il renforce et unifie la protection des données pour les individus au sein de l'Union européenne ainsi que les obligations de respecter la confidentialité des informations contenues sur les bases de données informatiques.

L'individu doit vérifier les informations circulant sur lui en utilisant des mots-clés lui permettant de vérifier, grâce aux moteurs de recherche, ce qui est publié et lié à son nom. Il doit s'assurer du paramétrage de ses comptes en ligne en choisissant un statut de confidentialité approprié à la nature des informations postées (statut privé ou public). Il est conseillé de vérifier les paramètres et de séparer les profils personnels et professionnels.

L'individu peut faire appel à des entreprises spécialisées, qui proposent des services de gestion d'identité en ligne permettant une veille continue et la mise en place d'actions préventives et correctives.

## **C. L'e-réputation, un vecteur de l'identité de l'individu**

- **Le *personal branding*** vise à utiliser des techniques pour valoriser son image, notamment de mettre en valeur les éléments positifs de sa vie (savoir-faire...) en les mettant en ligne de manière à être remarqué. On peut alors trouver des opportunités en développant sa marque personnelle.