Thème 1 De l'individu à l'acteur

🕮 Question de gestion n°2 : Comment un individu devient-il acteur dans une organisation ?

Chapitre n°2 : L'individu et ses interactions avec l'organisation

(Retrouve ce cours en ligne en scannant le QR Code)

🗁 Introduction (mots clés en gras)

L'individu, par son travail et ses relations aux autres, contribue à ce que **l'organisation** soit **pérenne** grâce aux interactions qui se construisent autour de l'objectif commun, tourné vers la recherche de la **performance** (économique, commerciale, sociale, sociétale, environnementale, etc.).

Il est important d'identifier les principaux phénomènes relationnels qui permettent de comprendre le fonctionnement d'une organisation, en comprenant comment la gestion et le management appréhendent l'activité humaine.

L'individu, qui possède des caractéristiques propres, devient **un acteur** au sein de l'organisation par les relations qu'il établit dans son activité de travail et dans le cadre de ses responsabilités.

Il communique et interagit donc en permanence, apportant à l'organisation ses propres **compétences** tout en s'inscrivant dans l'action collective de l'organisation.

🗁 I – Qu'est ce qui caractérise le comportement d'un individu ?

A. La personnalité, les émotions et la perception : facteurs du comportement

Chaque individu possède des caractéristiques propres qui influencent la façon dont il se comporte au sein d'une organisation. Le comportement est ainsi une manière d'agir habituelle, de réagir à son environnement et de manière observable par un tiers. Le comportement de l'individu est ainsi influencé par sa personnalité, ses émotions et la perception de son environnement.

La personnalité est une construction en interaction avec l'environnement. La personnalité n'est pas figée dans le temps, c'est une notion évolutive.

Une typologie simplifiée des types de personnalité permet de décoder l'influence de la personnalité sur le fonctionnement individuel.

Introversion : tendance à se replier sur soi, à manquer de confiance

Extraversion : tendance à éprouver du plaisir, à être tourné vers l'autre

Logique : personne qui fait appel à la raison

Affectif : personne qui réagit en fonction de ses émotions

Stabilité : humeur égale, équilibre.

Instabilité : humeur changeante suivant les circonstances

Autonomie : agit de manière indépendante

Soumission : est dépendant, obéissant, prend peu d'initiatives, de risques.

Cette typologie ne résume pas une personnalité. Personne n'est à 100% stable et logique. La personnalité est une combinaison propre à chacun, de ces items.

Les émotions sont des réactions complexes sollicitant à la fois le corps et l'esprit, sous l'influence d'un évènement.

On distingue couramment six émotions fondamentales :

- la joie

- la colère

- la tristesse

- la peur

- le dégoût

- la surprise

L'émotion est une réaction rapide, temporaire, involontaire, liée à un événement particulier. Elle peut se manifester par divers troubles physiologiques ou mentaux plus ou moins visibles (rougeurs, tremblements, oublis, mains moites, chevrotement de la voix…). Les émotions se manifestent par des expressions faciales, gestuelles, posturales ou vocales qui communiquent aux autres ce que nous ressentons.

L'émotion ressentie par rapport à une situation est propre à chaque individu, à son passé et son histoire de vie, ses capacités intellectuelles, son état psychologique.

L'émotion est donc déterminée par la perception qu'a l'individu sur son environnement.

La perception est un processus de sélection, d'organisation et d'interprétation des informations collectées par les sens (la vue, l'ouïe, l'odorat, le toucher et le goût).

Le processus de perception se décompose en quatre phases :

- sensation

- attention

- compréhension

- mémorisation

B. L'attitude, le comportement et l'identité numérique

Le comportement d'un individu, au sein de l'organisation, dépend de sa personnalité, de ses émotions, et donc du contrôle de soi. Ces trois caractéristiques influencent sa perception de ce qui l'entoure, et induisent alors son attitude (cognitive, affective, conative) et son identité numérique, qu'elle soit déclarative, calculée ou agissante.

Nous avons tous une attitude face à des personnes, des situations, des produits, des valeurs... Elles sont positives (j'aime) ou négatives (je n'aime pas), voire neutres (sans avis).

L'attitude est donc la position qu'adopte un individu face à un objet social. C'est sa prédisposition à agir qui dépend de ses émotions, de sa personnalité et du milieu dans lequel il vit ainsi que de son expérience personnelle.

L'attitude comprend trois composantes :

- **cognitive** : idées, connaissances, croyances d'un individu par rapport à un objet ou une idée, (par exemple lorsqu'un individu fait des recherches sur une entreprise lorsqu'il envisage de la contacter, d'intégrer ses équipes pour postuler à un emploi ou un stage) ;

- **affective** : sentiments d'un individu par rapport à un objet ou une personne (par exemple avoir un a priori positif ou négatif vis-à-vis d'une organisation au travers de sa culture d'entreprise des valeurs qui sont véhiculées et des pratiques d'entreprise), ;

- **conative** : mise en action de l'individu.

Nos attitudes sont déterminées par nos connaissances, notre milieu social, notre personnalité... et influencent nos jugements et nos façons d'agir. Elles relèvent d'un état d'esprit, d'une position non observable par autrui. Elles peuvent donc s'exprimer à travers des comportements (on dit qu'il y a consonance entre l'attitude et le comportement). Mais dans certaines situations, le comportement peut ne pas refléter l'attitude (il y a dissonance, c'est-à-dire une contradiction/opposition entre l'attitude et le comportement de l'individu).

Par conséquent, nos attitudes prédéterminent parfois, mais pas de façon systématique, nos comportements. Le comportement est l'ensemble des actions et des réactions d'un individu, observables de l'extérieur dans une situation donnée. L'attitude ne se voit pas, elle correspond à l'intention d'agir. Le comportement est visible et renseigne sur l'attitude. Cette visibilité sort du « contexte » de l'organisation du fait que chacun de ses membres a une identité numérique (IDN), c'est-à-dire laisse

un ensemble de traces numériques sur internet. Toutes ces informations collectées par les moteurs de recherche sont rendues public (pseudo, nom, images, vidéos, adresses IP, commentaires, etc.). Le comportement numérique est donc observable en dehors de l'organisation.

Il existe trois types d'IDN : déclarative (informations déclinées par la personne ou l'entité concernée), calculée (résulte d'analyses d'informations réalisant un profil de l'individu), agissante (déterminée par les actions menées sur le web par l'utilisateur).

🗁 II – Comment les individus interagissent-ils avec l'organisation ?

Les valeurs et la culture de l'organisation

Selon Maurice Thévenet, il s'agit d'un ensemble de valeurs partagées, de rites, de mythes, de symboles ainsi que l'histoire de l'entreprise

La culture d'une entreprise permet de constater des comportements homogènes et cohérents qui vont dans la même direction comparable à un banc de poisson. Un sentiment d'interdépendance, de sécurité, d'identité et de fierté est créé.

Partager la même culture permet de créer des valeurs au sein d'une entreprise. Les salariés seront enthousiastes, confiants, prendront du plaisir au travail. D'autres valeurs comme la proximité entre les membres se dégageront, etc. Partager la même culture permet également de partager des valeurs communes qui entraînera une dynamique de groupe positive et viendra améliorer la performance de l'entreprise.