Sciences de gestion

Chapitre 1A : comment l’individu devient-il acteur au sein de l’organisation ?

# les facteurs d’influence

## La personnalité et les émotions

L’individu possède des caractéristiques propres qui vont influencer ses relations au sein de l’organisation.

###  La personnalité

**La personnalité** est composée d’un ensemble de caractéristiques propres à chaque individu. Elle se traduit par des façons habituelles et persistantes d’agir, de percevoir son environnement et sa propre personne. Une partie des comportements des individus peut s’expliquer par les traits de personnalité.

Une typologie simplifiée des types de personnalité permet de décoder l’influence de la personnalité sur le fonctionnement individuel. On peut ainsi distinguer des personnalités opposées :

### Les émotions

**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…).

On distingue six émotions de base :

## La perception, attitude et comportement

### Perception

Qu’est-ce que **la perception** ?

### L’attitude

**Qu’est-ce que L’attitude ?**

L’attitude comporte 3 dimensions :

* : une attitude englobe les connaissances, opinions, croyances d’un sujet
* : une attitude associe des émotions positives ou négatives
* : une attitude prédispose à un certain type d’action

### Le comportement

**Qu’est ce que le comportement ?**

La plupart du temps, il y a cohérence entre attitude et comportement ; le comportement est alors le reflet conforme d’une attitude ; on parle de « consonance ».

Cependant, l’individu peut adopter un comportement contraire à son attitude ; on parle alors de « dissonance ».

# Analyser des situations de communication

## Les composantes de la communication

* Les acteurs : émetteur et récepteur
* Le contexte : L’environnement dans lequel s’effectue la communication
* Les enjeux : conséquences possibles de la communication, ce que l’individu peut perdre ou gagner…
* Les objectifs : but à atteindre
* Les moyens : le canal (le chemin qu’emprunte le message) et le support (l’outil, le matériel pour transmettre le message)
* Les codes : les mots choisis, les autres signes
* Le feed back : désigne la réaction du récepteur au message émis et son retour au récepteur

Tous ces éléments contribuent à construire la signification de la communication, qui prend du sens pour chacun des acteurs.

……………………

…………………

……………………

…………………

Support

……………………….ou rétrocation

## Les éléments du contexte

### La distance

La distance est l’écart physique qui sépare deux interlocuteurs. Généralement, on distingue

### Le territoire

L’acteur souhaite protéger son espace personnel

### L’écoute active et l’empathie

**Qu’est ce que l’écoute active ?**

**Qu’est ce l’empathie ?**

### Le temps

Le temps dont dispose l’individu pour échanger avec autrui détermine la qualité de la communication.

## Les éléments du contenu

### Les signes verbaux

La signification des mots utilisés dans la communication orale – comme écrite – varie selon le contexte, les personnes, leurs émotions, leur culture. Ils sont composés du vocabulaire, de la syntaxe et du registre de langage

Le registre de langage peut être

* …………………….(expression populaires)
* (vocabulaire simple, phrases correctes)
* (vocabulaire recherché)

### Les signes non verbaux

**Qu’est ce que la communication non verbale** ?