

COMMUNICATION, SAVOIRS ENDOGENES ET STEREOTYPES SUR LA QUESTION DU LEADERSHIP FEMININ EN COTE D'IVOIRE

Aya Carelle Prisca KOUAME-KONATE

Université Alassane Ouattara

carellepriscaayakouame@yahoo.fr

Résumé

Cet article interroge le regard et les perceptions que les femmes ivoiriennes ont sur elles-mêmes dans leur engagement de prise de décision et de diriger. Dans une multidisciplinarité d'approches, associant la communication, l'anthropologie et la sociologie, cette recherche analyse les stéréotypes qui influencent les femmes ivoiriennes dans leur hésitation à l'accès aux positions de leadership à travers les modes de communication et les savoirs endogènes. Des facteurs limitant révélés par les résultats se situent à différents niveaux. Les transmissions des messages relatifs aux valeurs culturelles et religieuses opposées aux réalités modernes influencent une couche considérable des femmes et les façonnent au contentement, bien qu'une minorité arrive à se hisser au plus haut sommet.

Mots clés : Communication, savoirs endogènes, stéréotypes, leadership féminin

Abstract

This article examines the views and perceptions that Ivorian women have of themselves in terms of their commitment to decision-making and leadership. Using a multidisciplinary approach combining communication, anthropology and sociology, this research analyses the stereotypes that influence Ivorian women's hesitation to access leadership positions through modes of communication and endogenous knowledge. The limiting factors revealed by the results are found at different levels. The transmission of messages relating to cultural and religious values that are opposed to modern realities influences a considerable number of women and shapes them to be content, although a minority manage to rise to the highest levels.

Keywords: Communication, endogenous knowledge, stereotypes, female leadership

Introduction

Le leadership définit la capacité d'une personne à inspirer et influencer les autres pour atteindre un objectif commun. Il incarne une vision et stimule l'engagement. Il bénéficie d'une légitimité incontestée au sein de son équipe. Être un leader, c'est tirer profit d'un ensemble de compétences personnelles incluant la communication, l'empathie et l'adaptabilité. (L. GRANGER, 2023). Le concept de leadership tout comme celui de la société civile relèvent de la culture anglo-saxonne. Ces deux notions, actuellement à la mode, sont passées dans la tradition francophone seulement ces dernières années, à la suite de l'émergence de la démocratie après la fin des empires coloniaux et de l'affrontement Est-Ouest. (J.O. IGUE, 2010, p. 119-138). En Afrique, le leadership s'inscrit dans le contexte institutionnel, spécifique, historique et culturel. (B. BOLA, 2025).

La question du leadership a commencé à se poser à ce continent dans les années 1990, début de la démocratisation de l'Etat et de la société. La qualité des leaders est devenue un enjeu majeur dans la réussite et l'enracinement du processus démocratique. (J.O. IGUE, 2010, p. 119-138). En regardant l'Afrique d'aujourd'hui, un phénomène qui fascine attire l'attention. Il s'agit de la montée figurante des femmes leaders qui redéfinissent les contours du leadership sur leur continent. Le leadership féminin émerge avec force sur le berceau de l'humanité (A. LABELLE, 2018), transformant progressivement la dynamique politique, économique et sociale. Les femmes africaines, en prenant la pose de leaders, incarnent non seulement l'espoir, mais aussi un changement nécessaire face aux défis persistants. Leur contribution s'avère essentielle dans la quête de l'égalité des genres et de l'émancipation.

En Côte d'Ivoire, depuis quelques années, le leadership féminin s'inscrit comme une pièce incontournable dans le mécanisme de

valorisation de l'égalité des genres. Le déploiement des femmes dans tous les secteurs d'activités et au niveau des prises de décisions est un serment pour les gouvernants ivoiriens. Cet engagement, s'observe à travers des créations de lois, institutions et campagnes de sensibilisation qui réussissent tant bien que mal la déconstruction des stéréotypes masculins en lien au leadership féminin. Aussi, bien qu'existant certaines femmes audacieuses portant le leadership féminin en plein essor, le constat est malheureusement de noter des résistances chez le plus grand nombre de femmes ivoiriennes, dans leurs actions à contribuer au développement du pays. En choisissant de mener ce travail, le questionnement de base est de savoir comment la Communication à travers les savoirs endogènes peut comprendre les stéréotypes que les femmes ont d'elles-mêmes sur le leadership féminin ? La question des stéréotypes en lien avec le leadership féminin en Côte d'Ivoire, ne peut être mieux appréhender, sans la prise en compte des réalités culturelles de ce pays qui compte plus de soixante langues. (Gifex.com, 2025). Chacun de ces groupes d'individu étant porteurs de ses propres codes et son fonctionnement du pouvoir de même que l'autorité, il y va de soi que cette démarche s'oriente sur la compréhension des savoirs endogènes.

1. Cadre théorique et méthodologique

1.1. Ancrage théorique et conceptuel

1.1.1. La théorie des représentations sociales

La théorie des représentations sociales est celle sur laquelle se fonde cette recherche. C'est un courant de pensée qui s'est amplifié à l'orée des années 1960 par Serge Moscovici. La théorie des représentations sociales est définie par Denise Jodelet comme « une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social ».

(Paul, 2024). L'historien Roger CHARTIER explique que les formes découlent des oppositions de représentations et de « stratégies symboliques qui déterminent les positions et qui construisent, pour chaque groupe ou milieu d'individus d'être perçu en fonction de son identité ». (D. JODELET, 2015).

Les représentations sont les résultats de divers mécanismes psychologiques qui intègrent le réel. La vision est de comprendre comment les femmes ivoiriennes s'approprient l'idée du leadership. Les représentations sociales jouent donc « un rôle fondamental dans la dynamique des relations sociales et dans les pratiques ». (J-C. ABRIC, 1994). Les représentations sociales deviennent donc une démarche qui permet d'interpréter les réalités des femmes ivoiriennes pour mieux comprendre leur décision. Ce progrès trouve ses racines dans les échanges entre les femmes et leur cadre de vie, qu'il soit physique ou social.

Dans le contexte de cette recherche, les stéréotypes que les femmes ont d'elles-mêmes constituent des constructions sociales qui influencent leur choix en matière de prise de décision et de gestion. Alors, la théorie des représentations sociales facilite le recensement de toutes les formes de connaissances dont disposent les femmes ivoiriennes sur le leadership féminin. Aussi, elle favorise l'orientation sur le mode de transmission et d'élaboration des savoirs et des informations sur la base de leurs expériences. La théorie des représentations sociales facilitera la compréhension et l'orientation des comportements des femmes de Côte d'Ivoire. Elle se présente de ce fait, comme « un guide d'action » (L. STRAUSS, 1962).

1.1.2. La communication et les savoirs endogènes

La communication dans son sens général est « l'action de communiquer, d'échanger, de transmettre quelque chose, d'être en rapport avec autrui par le langage qu'il soit verbal ou gestuel ». (Larousse, 2025). Autrement dit, la communication est un « processus d'interaction sociale à travers des signes et

des systèmes de signes produits d'activités humaines. Les hommes dans le processus de communication expriment des convictions, des sentiments, etc. ». (F GONZALEZ. et al, 1999). Les auteurs (A. MARTINEZ et A. NONSNIK, 1998), révèlent que dans le processus de communication l'intention du destinataire est de modifier ou d'améliorer le comportement du récepteur. La communication dans le contexte de la transmission des savoirs endogènes se décline comme un processus d'interaction fondé sur les dynamiques culturelles. Bien au-delà de la transmission de messages ordinaires, elle renferme des rituels, des mœurs et des symboles considérés comme savoirs endogènes.

Les savoirs endogènes, appelés également des savoirs locaux, sont « un ensemble de connaissances intrinsèques enracinées dans la fibre historique et bioculturelles des peuples ». (S. Akaffou, 2024). La particularité de ces savoirs est qu'ils sont fondés sur la production de représentation sociales. Ils bâtissent aussi des comportements propres aux différents groupes d'individus. La communication en lien avec les savoirs endogènes devient un enjeu incontournable dans la réflexion sur le positionnement des femmes ivoiriennes au leadership. Les femmes naissent et évoluent dans des communautés dont chacune de leur croissance est liée aux expériences passées et vécues. Les habitudes et attitudes sont donc pour la plupart influencées par des transmissions éducatives des savoir-faire et savoir-être maîtrisés. Toutes fois, ces savoir-être et savoir-faire dans la faisabilité peuvent susciter des stéréotypes qui limitent les capacités de leadership des femmes en Côte d'Ivoire.

1.1.3. Les stéréotypes et le leadership féminin

Les stéréotypes ou images préconçues sont des caractéristiques que la société attribue à un groupe de personnes en vue d'une classification instinctive selon le sexe, la morphologie, l'âge, la religion... (Quebec.ca, 2023).

Longtemps utilisé en typographie, le stéréotype a été introduit dans les sciences sociales par Walter Lippman, un journaliste américain, dans l'un de ses ouvrages intitulés 'Public Opinion'. (Marcel Grandière, 2015).

La psychologie sociale définit le stéréotype comme une opinion générale considérée comme une croyance qu'une personne ou un groupe de personnes nourrit à propos d'un individu ou d'un ensemble d'individus. Les images préconçues sont souvent alimentées par des préjugés et des phobies qui maintiennent les communautés dans une évidence pas forcément fondée. (G. BECHTEL, 2006). Tout individu raisonné développe des stéréotypes dans la mesure où il s'agit de la méthode de sélection des informations par le cerveau. Les stéréotypes que les femmes ivoiriennes se font d'elles-mêmes, sont des idées qu'elles construisent et des symboles caricaturaux qui impactent négativement dans la plupart des cas de manière à se percevoir et d'échanger avec les autres. En clair, les images préconçues imposent des limites aux femmes ivoiriennes. Car, elles les enferment dans des rôles qui ne leur conviennent pas impérativement en les empêchant de s'engager dans les hautes sphères de prise de décisions.

1.2. Cadre méthodologique

Cette investigation repose sa démarche sur une enquête qualitative, mais aussi sur le quantitatif. Les informations collectées ont été réalisables sur la base des entretiens semi-directifs, de l'observation, de la recherche documentaire, des questionnaires et du récit de vie. Les échanges se sont menés en français, baoulé, senoufo, agni et bété de mars à juin, c'est-à-dire pendant trois mois. L'analyse et le traitement des données collectées se sont opérés par le biais du logiciel Excel et de l'analyse du discours.

Le champ géographique s'est étendu sur cinq communes de la Côte d'Ivoire et deux villages par zone rurale. Il s'agit de Ferké

pour le Nord, Dabou pour le Sud, Bouaké pour le centre, Aboisso pour l'Est et Man pour l'Ouest. Cette sélection permet d'appréhender les diverses perceptions du leadership féminin et les variétés des contextes socioculturels.

L'échantillon, adossé sur un échantillon non probabiliste, comprend 50 femmes réparties en nombre de 10 par localité. Chaque groupe de ces 10 femmes enregistre 2 leaders politiques ou associatives, 4 femmes lettrées ou non vivant en zone urbaine et 4 autres femmes résidentes en zone rurale lettrées ou non lettrées. Ces choix faciliteront la collecte de données et l'identification d'une kyrielle de perspectives qui favoriseront l'exploitation des résultats.

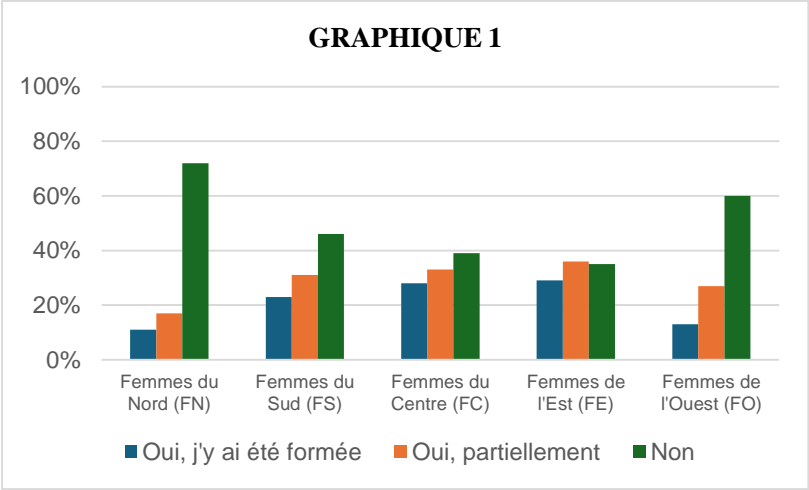
2. Présentation des résultats de l'enquête

Les résultats exploités prennent en compte différentes catégories de cible exclusivement constitué de femmes. Les classifications sont structurées à cinq niveau sur les graphiques comme suit : Femmes du Nord (FN), Femmes du Sud (FS), Femmes du Centre (FC), Femmes de l'Est (FE) et Femmes de l'Ouest.

2.1. Niveau de perception du leadership féminin chez les enquêtées

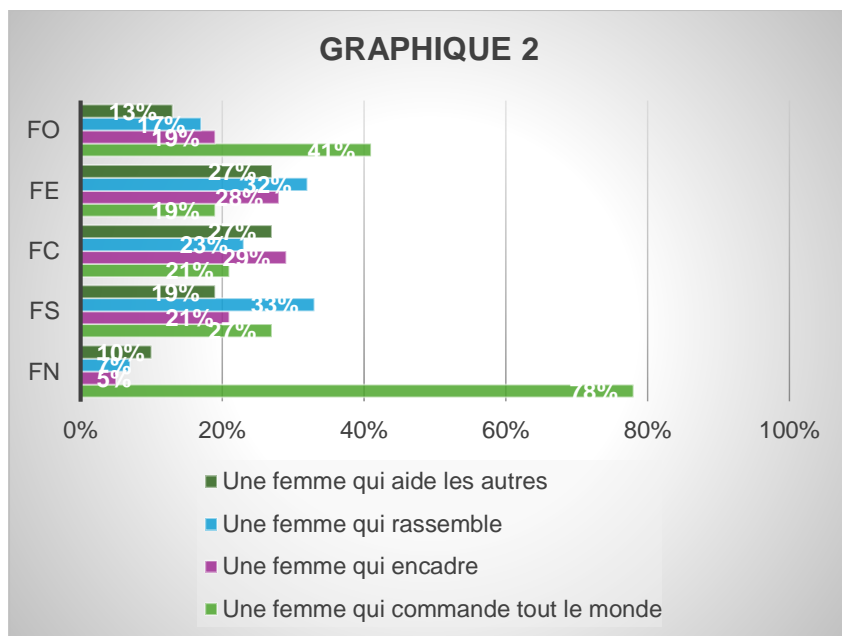
La question adressée à nos populations cibles était, « avez-vous déjà entendu parler du leadership féminin ? », les propositions de réponse au nombre de trois étaient : « oui j'y ai été formée », « oui, partiellement » et « non ». Ainsi comme le présente le graphique 1 ci-dessous, 11% des femmes du Nord a déjà été formé aux aptitudes du leadership féminin, 17% en a partiellement entendu parler, contre 72% qui ne sait pas de quoi il est question. Chez les sudistes, 23% y a été formé, 31% y est superficiellement informé et 46% ne sait rien du leadership féminin. Au centre, 28% des femmes est formé au leadership, 33% a déjà entendu parler du leadership et 39% n'en a aucune

information. 29% de celle de l'Est y est outillé, 27% a répondu par « oui, partiellement » et 35% « non ». Pour les femmes de l'Ouest, 13% est instruit en matière de leadership féminin, 27% connaît l'expression sans contenus et 60% ne sait rien du leadership féminin.



Source : Aya KOUAME-KONATE

2.2. Représentation du leadership féminin par les femmes
 Cette phase consiste à vérifier les représentations que les femmes interrogées se font sur les femmes leaders.



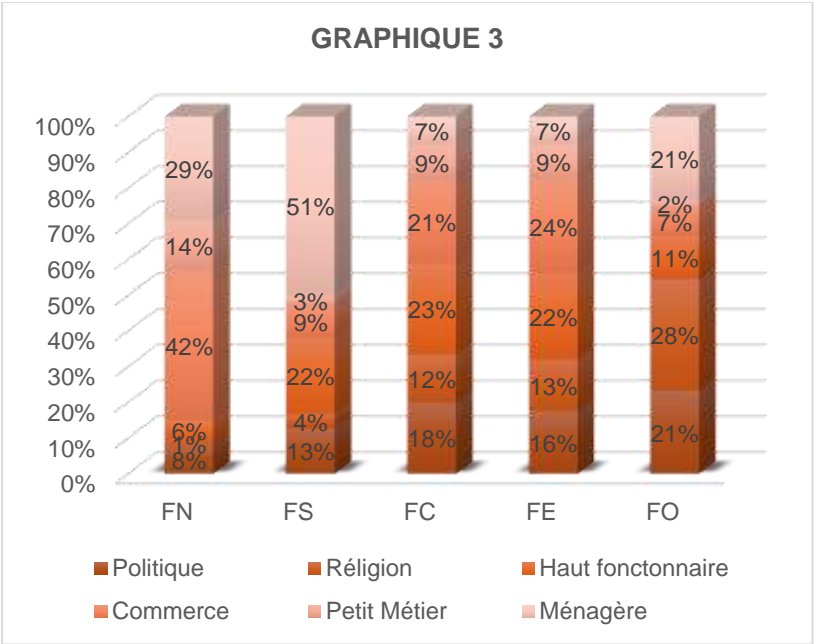
Source : Aya KOUAME-KONATE

L'exercice consistait donc à vérifier comment les femmes qui dirigent sont perçues par nos enquêtées. Alors, 78% estime que les femmes leaders « commande tout le monde », 5% leur attribut la qualité d'encadrement. 7% les voit comme des femmes qui rassemblent et 10% comme celles qui aident les autres. Chez les femmes du Sud, 27% dit que ce sont des femmes qui dominent tout le monde, 21% reconnaît les capacités d'encadrement, pour 33% il s'agit de femmes qui rassemblent et 19% des femmes qui aident. Pour le centre, 21% répond par « femme qui commande tout le monde », 29% par « femme qui encadre », 23% par « femme qui rassemble » et 27% par « femme qui aide ». Celles de l'Est considèrent que le leadership féminin pousse les femmes à dominer tout le monde à 19%, qu'il s'agit de femmes qui encadrent à 28%, de femmes qui

rassemblent à 31% et de femmes qui aident à 33%. Pour l'Ouest, 41% pense que les leaders féminines piétinent les autres, 19% que ce sont des femmes qui encadrent, 17% des femmes qui rassemblent et 13% des femmes qui aident.

2.3. Niveau de préférence des femmes aux secteurs d'activité

Le troisième graphique ci-dessous affiche le niveau de préférence des activités des femmes en fonction de leur appartenance.



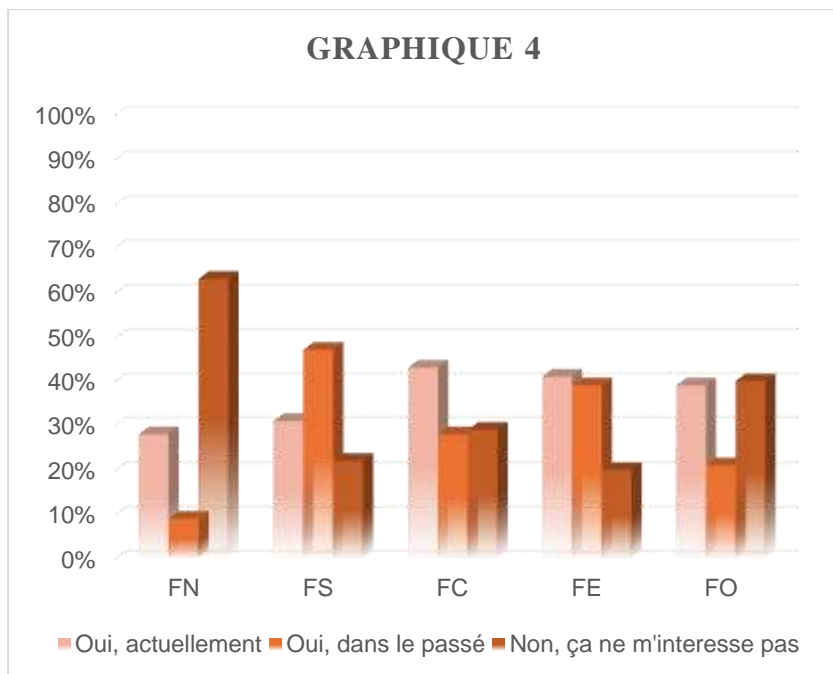
Source : Aya KOUAME-KONATE

Le premier groupe de femmes c'est-à-dire celles du Nord adhèrent à 42% aux activités commerciales. 29% préfère rester ménagère, 14% se contente des petits métiers, 6% s'intéresse à

la haute fonction publique, 4% à la politique et 1% aux responsabilités religieuses. Pour les femmes du Sud, 51% a opté de rester ménagère, 22% fait le choix de la haute fonction, 13% la politique, 9% le commerce, 4% la religion et 3% les petits métiers. Au Centre les femmes mettent l'accent sur la haute fonction à 23%, 21% pour le commerce, 18% la politique, 12% la religion, 9% les petits métiers et 7% opte pour rester ménagère. Les femmes de l'Est choisissent le commerce à 24%, la haute fonction à 22%, la politique à 16%, la religion à 13%, d'être ménagère à 12% et 2% pour les petits métiers. A l'Ouest, les femmes accordent l'intérêt à 28% à la religion, 23% à s'occuper de la maison, 19% à la politique, 11% à la haute fonction, 7% au commerce et 2% aux petits métiers.

2.4. Niveau d'engagement des femmes en matière de leadership

Le niveau d'engagement des femmes en matière de leadership est prouvé à travers le graphique 4 sous établi.

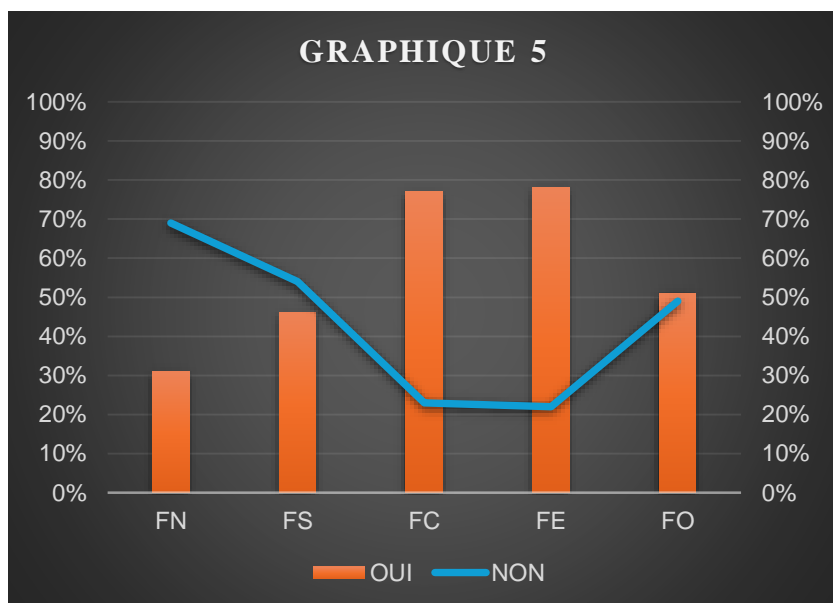


Source : Aya KOUAME-KONATE

D'après le graphique 4, les femmes du Nord répondent à 63% qu'elles ne sont pas intéressées par le leadership féminin, à 28% qu'elles sont engagées et à 9% qu'elles avaient déjà dirigées des personnes. Les sudistes ont expérimenté le leadership féminin à 47%, 31% s'y intéresse encore et 22% n'y accorde aucun intérêt. Au Centre, la tendance est de 43% pour les femmes leaders, 29% pour celles qui n'accorde aucune importance et 28% pour les anciennes leaders. Les enquêtées de l'Est sont à 41% des adeptes du leadership féminin, à 39% des anciennes leaders et à 20% des personnes qui préfèrent restées loin des projecteurs. A l'Ouest 40% n'est intéressé, 39% est actuellement engagé et 21% l'a été.

2.5. *Evaluation de l'acceptation de soi en matière de leadership*

L'un des points des investigations était de vérifier la capacité des femmes choisies pour les enquêtes à diriger des groupes de personnes. Les pourcentages étalés sur le cinquième graphique illustreront leur réponse.



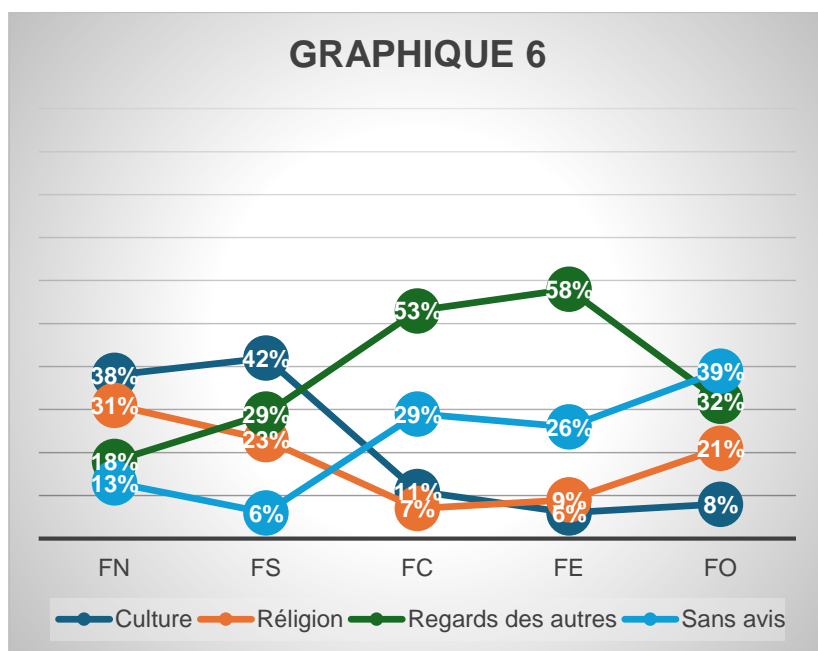
Source : Aya KOUAME-KONATE

Ainsi, à la question de savoir « pensez-vous pouvoir diriger des personnes ? », les femmes du Nord ont répondu à 69% par la négation et à 31% pour l'affirmative. Les sudistes ont dit « non » à 54% « oui » et à 46%. Les enquêtées du Centre à hauteur de 77% ont dit « oui », contre 23% qui a dit « non ». 78% de celles de l'Est se sentent capables de diriger et 22% ne le sont pas. A l'Ouest 51% ont répondu « oui » et 49% « non ».

2.6. Facteurs limitants l'engagement des femmes à diriger

Plusieurs facteurs sont la cause du manque d'engagement des enquêtées.

C'est ce que démontre le graphique 6 à travers les réponses des interrogées. Ainsi au Nord, 48% affirme que c'est la culture qui les limite, 31% la religion, 13% les regards des autres et 8% est sans avis. 41% des femmes du Sud accuse la culture, 29% le regard des autres, 23% la religion et 4% est sans avis.

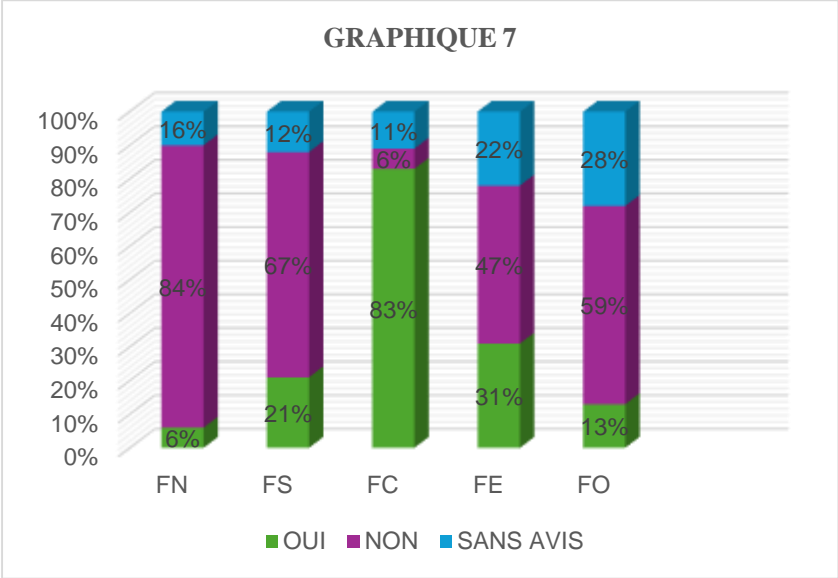


Source : Aya KOUAME-KONATE

Les femmes du Centre estiment à 53% que leur blocage est le regard des autres, 29% est sans avis, 11% indexe la culture et 7% la religion. Pour celles de l'Est, il s'agit du regard des autres à 58%, 26% sont sans avis, 9% la religion et 6% la culture. A

l'Ouest, 39% sont sans avis, 32% souligne le regard des autres, 21% la religion et 8% la culture.

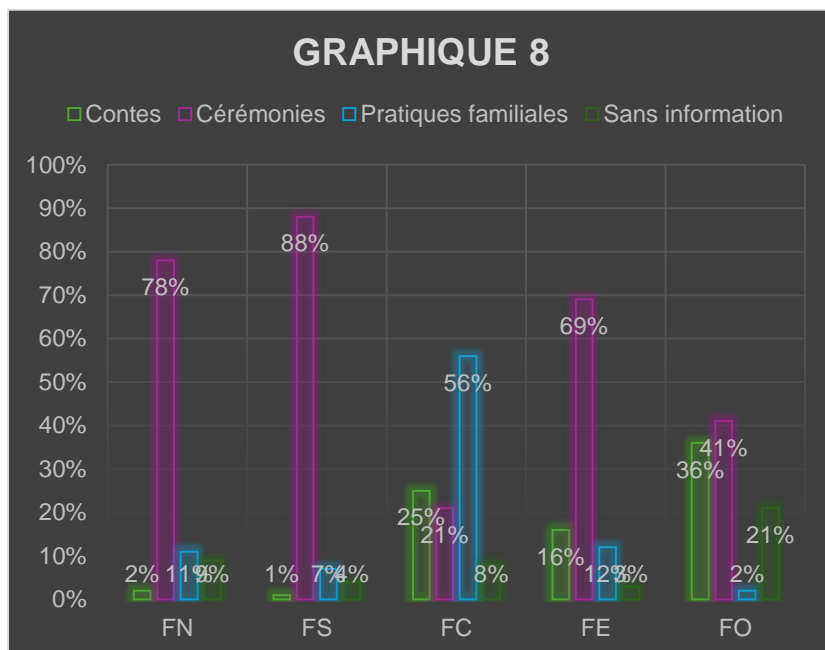
2.7. Effet de l'influence des coutumes sur les interrogées
 « Votre coutumes autorise-t-elle des femmes à diriger ? », telle est la question adressée aux populations cibles pour cette avant dernière étape. En réponse, les femmes du Nord ont répondu « non » à 78%, « sans avis » à 16% et 6% « oui ». Pour le Sud, « non » pour 67%, « oui » à 21% et 12% pour « sans avis ». Celles du Centre répondent « oui » à 73%, « non » à 17% et 11% est sans avis. Les femmes de l'Est répondent « non » à 47%, « oui » à 23% et 22% est sans avis. Dans l'Ouest, les enquêtées affirment « non » à 59%, 28% est sans avis et 13% déclare « oui ».



Source : Aya KOUAME-KONATE

2.8. Mode de transmission de savoirs culturels

A la question de savoir « Comment la culture vous est transmise dans votre région ? », les femmes du Nord répondent à 78% par « des cérémonies », à 11% par « les pratiques familiales », 9% est sans information et 2% par les « contes ».



Source : Aya KOUAME-KONATE

Au Sud, 88% des femmes reçoivent le savoir par des cérémonies, 7% par les pratiques familiales, 4% est sans information et 1% les contes. 58% des interrogées du Centre répond « pratiques familiales », 25% « conte », 21% « cérémonies » et 8% « sans information ». A l'Est, les femmes à 69% répondent « cérémonie », à 16% « contes », à 12% « pratiques familiales » et à 3% « sans information ». Celles de

l'Ouest reçoivent les savoirs à travers des cérémonies pour 41%, des contes pour 36%, 21% n'a aucune information et 2% par des pratiques familiales.

3. Discussion

Les résultats présentés font naître une kyrielle de conception sur le questionnement de la communication et les savoirs endogènes en lien avec le leadership féminin en Côte d'Ivoire. Les perceptions des femmes sur le leadership varient d'une localité à une autre. En effet, les femmes du Nord dans leur grande majorité ne sont pas renseignées sur le leadership. Il arrivait pour certaines d'avoir entendu l'expression pour la toute première fois. Le petit groupe ayant des informations partielles ou s'étant fait former est exclusivement constitué de femmes lettrées et diplômées. Malheureusement, même les responsables de certaines coopératives ou associations n'avaient aucune idée de leur capacité en qualité de leader.

Quant à celles du Sud les données sont élevées à plus de la moitié pour leur compétence minimum sur le leadership féminin. Le constat est similaire pour les femmes du Centre et de l'Est. Tristement, le niveau d'ignorance des interrogées de l'Ouest est non négligeable car bien au-delà de la moitié. Les chiffres sont probants et ils donnent de déduire que le leadership est moins connu des femmes ivoiriennes. Cela pourrait se justifier par les propos de Khalid Rguibi et Asma Atid, 2021 qui affirment que « le leadership est un phénomène récent, principalement parce qu'historiquement il s'est intéressé à la politique avec les grands hommes » (Klenke, 1996). Cette méconnaissance explique aussi les représentations qu'elles ont des femmes leaders. Les femmes du Nord et celles de l'Ouest interprètent l'image des femmes leaders comme des personnes qui piétinent et dominent les autres. Les enquêtées du Sud, du Centre et de l'Est ont une vision plus moderniste du leadership féminin. Est-ce à dire que cela est

dû au fait que le leadership « a été généralement associé aux hommes et aux styles de comportements masculins et l'image mentale d'un leader détenue par la plupart des gens est masculine » (K Klenke, 1996).

Les représentations mal appréciées que certaines femmes ivoiriennes se font sur la capacité des femmes à diriger influence leur choix dans l'exercice de leur activité.

En effet, plus de 55% des dames interrogées préfèrent se contenter d'être des commerçantes, des ménagères et faire des petits métiers. Celles qui ont le courage d'intégrer la haute sphère de la fonction publique ou la politique sont en nombre réduit. En grande majorité les femmes des régions ont confié qu'elles préfèrent les métiers qui leur permettent de gérer leur temps dans l'intérêt d'être mieux consacrer à prendre soin de leur époux et leurs génitures. Pourtant, si nous nous tenons à la conception de Jean-Jacques LAMBIN, « l'évolution rapide du rôle de la femme dans la société influence la modification du rôle des époux ». Dans ce sens, la pression de l'organisation familiale devrait être supportée à la fois par l'homme et la femme. Car jusque-là, même si nous assistons à l'éclosion de cette « force silencieuse » qui est l'union de certaines femmes africaines comme Mesdames Euphrasie KOUASSI YAO, Elisabeth MORENO et Priscillia Avenel DELPHA qui ont décidé de rassembler leur vision pour bâtir conjointement avec les hommes, (Elle, 2025), un grand nombre des femmes peinent à faire le choix de diriger. Près de 48,5% de notre cible s'est montré sans intérêt face à la proposition d'être à la tête d'un groupe et prendre des décisions. Leur réponse a soulevé une mauvaise perception d'elles engendrée par plusieurs facteurs comme les normes culturelles, les lois religieuses et le regard des autres. Les règles coutumières en sont les plus grandes responsables en observant les réactions de plus de trois tiers des femmes du Nord, plus du double des sudistes et celles de l'Ouest. Les valeurs inculquées aux femmes africaines sont

rattachées à l'image de celles qui éduquent les enfants, prennent soin de la maison, des malades et des personnes âgées. (Adelard Kananira, 2024). Les formes de transmission de ces valeurs en Côte d'Ivoire se font par initiation soldée de cérémonie de réjouissance, chez nos citoyenne du Nord, du Sud, de l'Est et de l'Ouest. Au Centre, elles ont signifié l'inexistence de période fixe de renforcement groupé, car il revient à chaque cellule familiale de transmettre sa vision et ses normes à ses filles. Les contenus sont adaptés en fonction de l'âge.

De ce qui précède, le leadership féminin est considéré comme peu connu des femmes ivoiriennes. Plusieurs facteurs en sont la cause, mais les investigations ont relevé des plus pertinents qui sont les limitations des femmes et leur sous-estimation engendrées par les influences religieuses et culturelles.

Conclusion

Cette recherche portée sur la communication, les savoirs endogènes et le leadership féminin en Côte d'Ivoire, révèle un caractère complexe entre les effets de la transmission de ces savoirs et l'engagement des femmes ivoiriennes. Parti d'un choix théorique et conceptuel reposé sur la théorie des représentation sociales, ainsi que la clarification des concepts, tels que communication, savoirs endogènes et leadership féminin, le cadre méthodologique s'est appuyé sur un échantillon de 50 femmes réparties dans chacun des points cardinaux de la Côte d'Ivoire.

Le constat établi après l'analyse des données est que les femmes en Côte d'Ivoire subissent encore de façon maladroite les répercussions des stéréotypes et inégalités en matière de genre. Elles évoluent pour la plupart dans un environnement qui dicte des règles restrictives dans leur action. Les sociétés ivoiriennes évoluent et perpétuent dans leur culture des modes de savoirs et de comportements, qu'elles préservent et transmettent au fil des

années. L'étude à montrer qu'en Côte d'Ivoire, les femmes de l'Est, du Centre et du Sud se sentent plus aptes à diriger et perçoivent mieux la notions de leadership. Contrairement à celles de l'Ouest et du Nord qui pour la plupart ne voient pas l'intérêt pour une femme de porter un groupe de personnes comprenant aussi bien les hommes, que les femmes. Rajoutons que les modes de transmission des savoirs locaux varient d'un groupe à un autre. Ce qui leur confère des comportements propres à eux et pas forcément compréhensif pour les autres. En observant cet écart inadéquat au défis contemporains lié à l'inclusion et l'égalité des genres, la nécessité de promouvoir et d'encourager le leadership féminin s'avère indéniable. De plus, en observant la participation active au développement économique, social, politique, militaire et culturel national de cette fine couche des femmes engagées, une lueur d'optimisme se conçoit pour les générations futures, sans minimiser les intérêts de celle d'aujourd'hui. La réorientation des modes de transmission des savoirs chez les peuples à travers la scolarisation, l'accompagnement des femmes pour une autonomie financière et la contextualisation du leadership au réalité ivoirienne, peuvent contribuer à la construction d'un leadership féminin plus fort, plus étendu et durable en Côte d'Ivoire.

Référence bibliographique

AKAFFOU Yao Saturnin Davy, 2023. « Savoirs endogènes africains et modalités adaptatives aux systèmes éducatifs d'émergence de compétences », in sciences ouvertes, n°007, P.22-33

ARBIC Jean-Claude, 1994. « L'organisation interne des représentations sociales : système central et système périphérique », Christion Guimeli, Structures et transformation

des représentations sociales, Paris, Delachaux et Niestlé, P. 73-84

BECHTEL Guy , 2006. *Délires racistes et savants fous*, éditions Pocket, coll. Agora

BOLA Bakary, 2025. « Fondamentaux du Leadership en Afrique : Théories, Pratiques et Enjeux Contemporains », <https://www.linkedin.com/pulse/fondamentaux-du-leadership-en-afrique-th%C3%A9ories-et-bola-mba-lssgb-nltfe/>

CARTE linguistique de la Côte d'Ivoire, 2025, <https://gifex.com/fr/fichier/carte-linguistique-de-la-cote-d-ivoire/>

Elle, 2025. « Leadership féminin afrodescendant : voix croisées de femmes d'impact », <https://www.ellecotedivoire.com/leadership-feminin-afrodescendant-voix-croisees-de-femmes-dimpact/>

GONZALEZ Fernando et al, 1999. « La personnalité. Votre éducation et votre développement », La Havane, Cuba : Pueblo éditorial et éducation

GRANDIERE, 2015. *Le stéréotype, outil de régulations sociales*, Presses universitaires de Rennes, p. 9

IGUE John o, 2010. « Une nouvelle génération de leaders en Afrique : quels enjeux ? », revue internationale de politique de développement, p. 119-138,

JODELET Denise, 2015. « Représentations sociales et mondes de vie », Paris, Editions des archives contemporaines, coll. Psychologie du social

KANANIRA Adélarde , 2024. « Le rôle de la femme dans le développement en Afrique : Un pilier essentiel pour la société : un pilier essentiel pour la société », [https://togetherforanewafrika.org/le-role-de-la-femme-dans-le-developpement-en-afrique-un-pilier-essentiel-pour-la-societe/#:~:text=Les%20femmes%](https://togetherforanewafrika.org/le-role-de-la-femme-dans-le-developpement-en-afrique-un-pilier-essentiel-pour-la-societe/#:~:text=Les%20femmes%20)

KLENKE, Karin, 1996. « Les femmes et le leadership. Une perspective contextuelle », New York: Springer Publishing Company

LAYENS Jacques-Philippe, 2006. « Sommes-nous tous des psychologues : approche psychosociale des théories implicites de la personnalité », Sprimont, Mardaga

MARTINEZ Alberto et al, 1998. « Communication organisationnelle pratique. Manuel de gestion », Mexico, Mexique : Editorial Trillas

MOSCOVICI Serge, 2003. « Des représentations collectives aux représentations sociales : éléments pour une histoire : », Sociologie d'aujourd'hui, Presses universitaires de France, p. 79–103

PLACKTOR Patrick K, 2020. « Le Leadership des Femmes en Afrique », https://africsearch.com/index/document/Le_Leadership_des_femmes_africaines.pdf,

PAUL, 2024. « Les représentations sociales », <https://www.psychologie-sociale.com/les-representations-sociales/>

RGUIBI Khalid, 2021. « Femmes et Leadership », in Revue Internationale des Sciences de Gestion