



RERISS

Revue d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales
ISSN: 2708-275X

www.reriss.org

Numéro spécial 02

**REGARDS CROISES DES SCIENCES DE LA SANTE, DES SCIENCES SOCIALES ET HUMAINES
SUR LA COVID 19**

Sous la direction de :

BAHA Bi Youzan Daniel

&

DJE Bi Tchan Guillaume



ISSN: 2788 - 275x

Juin 2022



RERISS

Revue d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales

ISSN: 2708-275X

ORGANISATION

Directeur de publication

Monsieur BAHA Bi Youzan Daniel, Professeur Titulaire de Sociologie du Développement Economique et Social, Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan-Côte d'Ivoire)

Directeurs de la rédaction

Monsieur TOH Alain, Maître de Conférences de Sociologie du Développement rural, Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan-Côte d'Ivoire)

Monsieur DJE Bi Tchan Guillaume, Maître de Conférences de Psychologie génétique différentielle, Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan-Côte d'Ivoire)

Secrétariat de rédaction

Madame KOFFI-DIDIA Adjoba Marthe, Maître de Conférences de Géographie rurale, Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan-Côte d'Ivoire)

Monsieur SEHI Bi Tra Jamal, Maître de Conférences de Sociologie du Développement Economique et Social, Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan-Côte d'Ivoire)

Monsieur BAH Mahier Jules Michel, Maître de Conférences de Sociologie du Politique, Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan-Côte d'Ivoire)

Mademoiselle N'CHOT Apo Julie, Maître-Assistant de Sociologie de la Famille et de l'Education, Université Félix Houphouët-Boigny (Abidjan-Côte d'Ivoire)

Madame KOUAME Solange, Maître-Assistant de Philosophie (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Comité Scientifique

Monsieur AKA Adou, Professeur Titulaire (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur AKA Kouamé, Professeur Titulaire (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur ALLOU Kouamé René, Professeur Titulaire (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur ASKA Kouadio, Professeur Titulaire (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur ATTA Koffi Lazare, Directeur de recherches (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)



RERISS

Revue d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales
ISSN: 2708-275X

Monsieur BAH Henry, Professeur Titulaire (Université Alassane Ouattara, Bouaké, RCI)

Monsieur BANEGAS Richard, Professeur Titulaire (Institut d'Etudes Politiques, Paris, France)

Monsieur BIAKA Zasséli Ignace, Professeur Titulaire (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur BOA Thiémélé Ramsès, Professeur Titulaire (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur CHAUVÉAU Jean Pierre, Directeur de Recherches (IRD, Montpellier, France)

Monsieur DAYORO Z. A. Kévin, Maître de Conférences (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur DEDY Séri Faustin, Maître de Recherches (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur DOZON Jean Pierre, Directeur de Recherches (EHSS, Marseille, France)

Monsieur EZOUA C. Thierry A., Professeur Titulaire (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur GOGBE Téré, Professeur Titulaire (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur HAUHOUOT Célestin, Professeur Titulaire (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur IBO Guéhi Jonas, Directeur de Recherches (Université Nangui Abrogoua, Abidjan, RCI)

Madame KOFFIE-BIKPO Céline Yolande, Professeur Titulaire (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur KONE Issiaka, Professeur Titulaire (Université Alassane Ouattara, Bouaké, RCI)

Monsieur KOUADIO Guessan, Maître de Conférences (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur KOUAKOU N'Guessan F., Professeur Titulaire (Université Alassane Ouattara, Bouaké, RCI)

Monsieur KOUASSI N'goran F., Directeur de Recherches (Université Alassane Ouattara, Bouaké, RCI)

Monsieur KOUDOU Opadou, Professeur Titulaire (Ecole Normale Supérieure, Abidjan, RCI)



RERISS

Revue d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales
ISSN: 2708-275X

Monsieur N'DOUBA Boroba F., Professeur Titulaire (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur TRA Fulbert, Maître de Conférences (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Comité de lecture

Monsieur ADJA Vanga Ferdinand, Professeur Titulaire (Université Peleforo Gon Coulibaly, Korhogo, RCI)

Monsieur AGNISSAN Aubin, Maître de Conférences (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur DIGBO Gogui Albert, Maître-Assistant (Université Jean Lorougnon Guédé, Daloa, RCI)

Monsieur KEI Mathias, Maître de Conférences (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur KONIN Sévérin, Maître de Conférences (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur KOUAKOU Ossei, Maître de Conférences (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur KOUDOU Landry Roland, Maître de Conférences (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Madame LODUGNON-Kalou Evelyne (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur NASSA Dabié Axel, Maître de Conférences (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur NKELZOK KOMTSINDI Valère, Professeur Titulaire (Université de Douala, Douala, Cameroun)

Monsieur OTEME Appolos Christophe, Maître de Conférences (Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, RCI)

Monsieur OUAKOUBO Gnabro, Professeur Titulaire (Université Peleforo Gon Coulibaly, Korhogo, RCI)

Madame PIRON Florence, Professeur Titulaire (Université Laval, Montréal, Canada)

Monsieur YOMB Jacques, Maître de Conférences (Université de Douala, Douala, Cameroun)



SOMMAIRE

Préface

BAHA Bi Youzan Daniel

AXE 1 : COVID-19 ET REPONSES DES GOUVERNANTS, DES PROFESSIONNELS DE LA SANTE, DE LA SOCIETE CIVILE, DES COMMUNAUTES

La gestion du Covid-19 par les collectivités locales en Côte d'Ivoire : le cas de la commune de Cocody

ANÉ Amino Joséphine-KPAHÉ.....2

Enjeux et défis de l'engagement communautaire à la riposte contre la Covid-19 en Côte d'Ivoire

BENIE Hermann Judicaël, SILUE Abou, TRA Fulbert.....19

Innovations pédagogiques à l'Université Alassane OUATTARA, normes d'une résilience de la communauté universitaire en période de Covid-19

DADI Mahi Esaie.....30

La troisième vague de Covid-19 en Afrique : un discours sur la vaccination obligatoire ?

IDOMBA Mboukouabo Claire Versuela.....41

Culture d'entreprise : le hors travail à l'épreuve du Covid-19

MAMANLAN Kassi Bruno, BROU Félix Richard, KAKOU Amino Kanou Rebecca Epe AGNIMOU.....53

Enseignement-apprentissage d'allemand langue étrangère dans le contexte de la pandémie de Covid-19: Impact des médias numériques sur le développement de l'expression écrite des élèves

BATIONO Jean-Claude, OUEDRAOGO Léa, KAFANDO Somtinda.....62

Résilience chez des ménages abidjanais victimes de la pandémie de Covid-19

SAHI Salia René.....78

Analyse de l'évolution de la consommation des produits de tabac chez les fumeurs en période de confinement du fait de la Covid-19 en Côte d'Ivoire : étude exploratoire

TRA Bi Boli Francis, YAO Konan, BOLOU Eric Kévin.....96

Réponses à la pandémie de la Covid-19 dans la prise en charge des PVVIH et OEV : cas de l'ONG REVS PLUS au Burkina Faso

YEHOUN Olivier Wétuan.....109



Restrictions sanitaires et itinéraires thérapeutiques de la population d'Aliodan (Marcory) en contexte de crise sanitaire a Covid-19

TIE Gouin Bénédicte Edwige, ZOUHON Lou Nazié Michèle.....118

AXE 2 : REPRESENTATIONS, PERCEPTIONS ET ATTITUDES FACE A LA COVID-19

Les imaginaires de la Covid-19 en Côte d'Ivoire : les populations entre sens commun, approximation, idées fausses et théorie du complot

NIAMKE Jean Louis, FRANCI Alain Claude Gérard, OKOU Kouakou Norbert.....130

Perceptions sociales liées à la Covid-19 en milieu rural. Cas des populations du village de Tapeguhé dans la Sous-préfecture de Daloa (Centre-ouest ivoirien)

ADJET Affouda Abel, YAO Kouakou Albert, KOUAKOU Yao François, AKPETOU Kouassi Kan Rajules.....140

Représentations, Perceptions et Attitudes des étudiants ivoiriens face à la Covid-19

AMANI Ahou Florentine, N'GUESSAN Bosson Jean-Marie.....163

Normes, perceptions et pratiques des populations sur la Covid-19 sur trois sites à Abidjan : une université, un marché et un quartier précaire

ANDOH Amognima Armelle Tania.....177

Comportement vaccinal des populations ivoiriennes face aux préjugés sur la Covid-19

DROH Antoine, COULIBALY Zoumana, ABOUTOU Akpassou Isabelle.....189

Opinions et attitudes des populations abidjanaises face à la vaccination contre la Covid-19

GAULITHY Konan Georges.....203

Représentation de la COVID-19 et attitude individuelle vis-à-vis des mesures barrières et du vaccin contre cette pathologie à Abidjan

KONE Amegnan Lydie épouse GOUET, DJAKO Logon Albert Thierry.....220

Perception du risque et acceptation de la vaccination contre la Covid-19 en Côte d'Ivoire

KOUASSI Affoué Mélissa épouse N'ZI.....239

Représentations sociales du programme de vaccination contre la pandémie à coronavirus dans les districts sanitaires de Yopougon (Côte d'Ivoire)

LOHI Paul.....252



Représentations sociales de la Covid-19 dans le discours de nouvel an 2021 des leaders politiques ivoiriens

AHIZI Anado Jean Michel, N'GUESSAN Dedou Gruzshca Ferrand, KONE Tiegbe Gaston.....278

Logiques et enjeux sociaux structurant les attitudes et comportements de la population face à la construction du Centre d'Accueil et de Dépistage contre le Coronavirus (CAD-Covid-19) à Yopougon Toits Rouges

TIA Félicien Yomi, KOFFI Yao Olivier, YEBOUA Yao David, KOUAME Atta, KONE Drissa.....290

Les populations de Bingerville face à la vaccination contre la Covid-19 : étude des facteurs de réticence

KOFFI Yao Olivier, TIA Félicien Yomi, KOUAME Atta, YEBOUA Yao David Meryl, YORO Blé Marcel, KONE Drissa.....301

Déterminants psycho-sociaux de l'inobservance des mesures barrières contre la Covid-19 dans les communes dites populaires à Abidjan

YORO Cyrille Julien Sylvain, BALLO Yacouba.....315

AXE 3 : SCIENCES SOCIALES, SCIENCES HUMAINES ET COVID-19

Impacts de la Covid-19 sur les activités économiques informelles à Abidjan (Côte d'Ivoire)

DIABAGATE Abou.....332

La religion face à la pandémie de la Covid-19

TAYORO Gbotta.....342

La Covid-19 ou le changement du paradigme quotidien perçu dans l'image

ZONGO Yves.....352

Etude psychologique et linguistique des communautés en période de COVID-19 en Côte d'Ivoire : cas des communautés linguistiques Julia et Baule

DJE Bi Tchan Guillaume, BOGNY Yapo Joseph.....364

AXE 4 : SYSTEMES DE COMMUNICATION ET COVID-19

Communication publique et Enjeux politiques autour du Covid-19 en Côte d'Ivoire : De la question des représentations suscitées sur Facebook

COULIBALY Pénédjotêh Jean-Paul.....376



RERISS

Revue d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales

ISSN: 2708-275X

Vaccination infantile et infodémedié à l'ère de la Covid-19 KOUAME Kouakou Hilaire, BOUADOU Koffi Jacques Anderson.....	395
Adaptation des systèmes de communication des entreprises à la crise sanitaire de la Covid-19 N'DA Yao Jean-Claude.....	412
Regards critiques sur la gouvernance de la Covid-19 en Côte d'Ivoire : Dimension communicationnelle SIBIRI Yéo, TOURE Monvaly Badara.....	429
Relâchement des mesures barrières et la recrudescence d'élargissement de la maladie à Coronavirus dans la ville de Korhogo en Côte d'Ivoire : Une approche de la communication pour le développement et le changement social SIKA Kouamé Prosper, SORO Nangahouolo Oumar.....	443
Dynamiques sociales face à la Covid-19 : logiques préventives et communicationnelles de soins des groupes ethniques en Côte d'Ivoire YAPI Sasso Sidonie Calice, LOBO Laby Clément, BROUH Achie Patrice Georgelin.....	461
Approche communicationnelle face à la réticence et au refus de la prévention vaccinale contre la Covid-19 à Abidjan YAVO Doffou Brice Anicet.....	479



RERISS

Revue d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales

ISSN: 2708-275X

PREFACE

La Revue d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales vient apporter une réponse à une multitude d'interrogations des Chercheurs et Enseignants-Chercheurs de l'Unité de Formation et de Recherche des Sciences de l'Homme et de la Société (UFR-SHS) d'une part, et des étudiants de Master et de Doctorat d'autre part. Quatre raisons fondamentales justifient a priori ces interrogations et cette naissance.

- La première est que toute Université ou institution d'enseignement supérieur ne vaut que par la puissance de ses recherches et des résultats de celles-ci. Les colloques, les Séminaires, les journées scientifiques, les symposiums, les tables rondes ou tout autre meeting d'intérêt scientifique, à caractère national et ou international, doivent y contribuer.
- La deuxième est que les résultats et/ou les produits des travaux de recherche doivent être publiés pour être connus dans le monde scientifique. Telle doit être la vision ou l'ambition de tout chercheur. Telle est aussi la mission de toute revue scientifique de qualité.
- La troisième est que la recherche supporte l'enseignement et en assure la qualité et la pérennité. La recherche assure la renommée de l'Université sur le plan international. Cela est d'autant plus vrai que le Professeur HAUHOLOT Assepo, ancien Président de l'Université de Cocody écrivait dans la préface de la première Edition 2000 de l'Annuaire de la Recherche ceci : « par sa dynamique holistique, la recherche apparaît comme le meilleur garant de l'avenir et de la solidarité qu'il n'est même pas exagéré de dire que toutes les autres activités tiennent d'elle leur légitimité. » La revue constitue indiscutablement en la matière le support idéal.
- La quatrième raison est que la promotion des Chercheurs et des Enseignants-Chercheurs, leur épanouissement scientifique, pédagogique et leurs profils de carrière dans les différents grades du CAMES passent inévitablement et nécessairement par les publications dans des revues de référence.

En rapport avec ces quatre raisons, il est à constater que depuis la fin des années 1980, l'éclatement de l'ancienne Faculté des Lettres Arts et Sciences Humaines en quatre UFR a consacré la disparition des Cahiers de la Faculté et des Annales de l'Université. L'UFR-SHS qui compte onze départements, dont six filières d'enseignement, trois Instituts et deux Centres de Recherche, ne dispose plus de revue à sa dimension. Il est bon de rappeler à juste titre que l'UFR-SHS est la plus grande de par ses effectifs d'étudiants (15 700), de Chercheurs et d'Enseignants-Chercheurs (500 environ) et de personnels administratifs et techniques « PAT » (100 environ).

S'il est vrai que chaque département fait l'effort de se doter d'une ou de deux revues caractérisées généralement par des parutions intermittentes ou irrégulières, à défaut de disparaître purement et simplement faute de moyen, il n'en demeure pas moins que cela est largement en deçà des attentes.



RERISS

Revue d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales

ISSN: 2708-275X

Il va sans dire que la plupart des Chercheurs et Enseignants-Chercheurs s'adressent à des revues étrangères en Afrique, en Europe et/ou en Amérique pour publier leurs travaux avec des fortunes diverses (rejets d'articles, retard des publications et longues attentes etc.).

C'est donc pour résoudre un tant soit peu ces problèmes que les équipes de recherche, les Conseils de département et le Conseil d'UFR-SHS ont suggéré la création de deux revues scientifiques à l'UFR.

La première sera destinée aux publications des travaux de recherche en sciences sociales et humaines. La deuxième revue publiera, outre les résultats des recherches en sciences sociales, les communications des spécialistes d'autres disciplines scientifiques (sciences médicales, juridiques, économiques, agronomiques, etc.).

Cela devra résoudre ainsi les problèmes d'interdisciplinarité et pluridisciplinarité dans la mesure où les sciences sociales sont des sciences transversales au carrefour de toutes les disciplines.

Pour ce faire, la périodicité à terme est de deux parutions annuelles, c'est-à-dire une parution semestrielle pour chaque revue.

En ce qui concerne particulièrement la Revue d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales (RERISS), l'on devra admettre des numéros spéciaux et des parutions exceptionnelles selon les intérêts et les enjeux du moment.

Il pourra, par exemple, s'agir des numéros spéciaux consacrés aux travaux d'étudiants (Doctorants et Masterants), des actes de colloques et séminaires, des études de projets d'intérêt scientifique avec des partenaires extérieurs, ainsi que de toute autre initiative pouvant aboutir à une mise en commun des travaux issus de plusieurs spécialités et sujets dans divers domaines de la recherche scientifique.

C'est l'exemple de ce tout premier numéro RERISS qui sera mis à la disposition du public en vue de bénéficier des critiques et observations de la communauté Scientifique pour une réelle amélioration.

Toutefois l'accent doit être mis (et ce serait l'idéal) sur les parutions thématiques semestrielles en rapport avec l'actualité du moment.

Si ce principe est acquis, l'on doit s'atteler à préserver ou à sauvegarder la pérennité de la revue et à assurer sa pleine promotion sur le long terme. Cette promotion et cette pérennisation doivent se faire grâce à la mobilisation et la détermination de l'ensemble des animateurs de la revue tous les grades universitaires confondus.

L'on doit ensuite s'atteler à régler la fameuse question de financement qui bloque généralement tout projet de cette nature. En effet la pérennisation et le rayonnement d'une revue de référence dépendent aussi et surtout de ses moyens financiers. Pour éviter une existence éphémère à la RERISS, il est souhaitable que les responsables de la Revue fassent d'abord un minimum de sacrifice par des cotisations à un montant



RERISS

Revue d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales

ISSN: 2708-275X

supportable. Ensuite, tous les responsables et animateurs doivent souscrire à un abonnement obligatoire, ce qui signifie : à chacun son exemplaire (à un coût qui sera fixé d'un commun accord). Enfin, tous les auteurs sans exception, désireux de publier doivent contribuer à une hauteur financièrement supportable aux frais d'édition de leurs travaux.

Telles sont les suggestions susceptibles d'aider les animateurs de cette revue à assurer un minimum de garantie pour sa survie.

Par notre volonté commune et notre détermination, ce projet peut devenir une réalité pour le bonheur des initiateurs, en particulier des Chercheurs et Enseignants-chercheurs de l'UFR.

Pour terminer, je tiens à remercier tous ceux qui œuvrent inlassablement chaque jour de façon désintéressée afin que ce qui était naguère un rêve devienne une réalité. Il s'agit en premier lieu de tous les membres du Laboratoire d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales, qui constituent plus qu'une équipe de recherche, un esprit à nul autre pareil.

Il s'agit ensuite de tous les Chercheurs et Enseignants-chercheurs, membres des différents comités (Comité scientifique, Comité de lecture, Comité de rédaction, etc.).

Il s'agit encore de la Direction des Editions Universitaires de Côte d'Ivoire (EDUCI).

Il s'agit enfin des membres fondateurs de la RERISS, garants moraux et scientifiques de la survie de cette œuvre commune.

Merci à vous tous.

Vive la recherche à l'UFR-SHS et longue vie à la revue RERISS.

Professeur BAHABI Youzan Daniel
Directeur de Publication RERISS



RERISS

Revue d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales
ISSN: 2708-275X

AXE 4 : SYSTEMES DE COMMUNICATION ET COVID-19



Adaptation des systèmes de communication des entreprises à la crise sanitaire de la COVID-19

N'DA Yao Jean-Claude

Email : ndayao12@yahoo.fr/

Université Alassane Ouattara - Bouaké - Côte d'Ivoire

Résumé

Cet article concerne les changements de système de communication survenus dans les entreprises ivoiriennes suite à la COVID 19. Par « *système d'information et de communication nous entendons un ensemble organisé de ressources (personnel, matériel, logiciel, procédures, ...) permettant de collecter, stocker, structurer, et communiquer des informations sous formes de textes ou d'images* » (Reix 2002, pp. 151-174).

La COVID 19 a un impact fort sur les entreprises avec le confinement et les différentes mesures barrières imposés. Dans un contexte de crise sanitaire la stratégie de pilotage de l'entreprise doit permettre de préserver une vision à long terme. Il est important dans le monde moderne de l'entreprise de considérer le système de communication comme une source de valeur en termes d'amélioration du processus. Il contribue effectivement à l'apport d'une performance dans l'organisation. Les entreprises ont dû ajuster leurs pratiques organisationnelles notamment leurs systèmes de communication. Des modes de communication ont dû être privilégiés.

Au regard de cette situation quels sont les changements intervenus dans les modes de communication des entreprises durant la COVID 19 et qu'elle est l'impact de ces modes de communication ?

L'objectif général de cette étude, vise à analyser les systèmes de communication des entreprises durant la période de COVID 19. La présente étude s'inscrit dans la tradition de recherche quantitative et qualitative. Les données qui ont permis de mener cette étude ont été recueillies à travers une recherche documentaire, des entretiens, des observations et des questionnaires. Pour mieux comprendre les phénomènes communicationnels dans les entreprises nous avons décidé de faire appel à la théorie de la contingence et à celle de la proxémie. La crise sanitaire suscite des changements parfois brutaux qui impactent les organisations : mise en place du télétravail, nécessité de nouveaux outils et canaux d'échange (Visio, réunion en ligne...), fin des rencontres en physique. Les mesures barrières mettent en avant la proxémique et l'usage des technologies de l'information et de la communication dans les systèmes de communication des entreprises. En effet, la signalétique est devenue un moyen indispensable pour éviter la propagation du virus au travail. Et les solutions technologiques distantes se sont multipliés, notamment les solutions numériques sont utilisées pour transmettre ou communiquer. La communication interne est devenue le moteur des entreprises.

Mots clés : Communication, information, système, proxémique, technologie.

Summary

This article concerns the changes in the communication system that have occurred in Ivorian companies following COVID 19. By "information and communication system we mean an organized set of resources (personnel, equipment, software, procedures, etc.) making it possible to collect, store, structure, and communicate information in the form of texts or images" (Reix 2002, pp. 151-174).

COVID 19 has a strong impact on businesses with containment and the various barrier measures imposed. In a context of a health crisis, the company's management strategy must make it possible to preserve a long-term vision. It is important in the modern business world to view the communication system as a source of value in terms of process improvement. It effectively contributes to the performance of the organization. Companies have had to adjust their organizational practices, in particular their communication systems. Modes of communication had to be favored. In light of this situation, what changes have occurred in the modes of communication of companies during COVID 19 and what is the impact of these modes of communication?

The general objective of this study is to analyze the communication systems of companies during the period of COVID 19.



This study follows the tradition of quantitative and qualitative research. The data that made it possible to conduct this study were collected through documentary research, interviews, observations and questionnaires. To better understand communicational phenomena in companies, we have decided to appeal to the theory of contingency and that of proxemics.

The health crisis is giving rise to sometimes brutal changes which have an impact on organizations: setting up of teleworking, the need for new tools and exchange channels (Visio, online meeting, etc.), end of physical meetings. Barrier measures highlight the proxemics and use of information and communication technologies in business communication systems. In fact, signage has become an essential means of preventing the spread of the virus at work. And remote technological solutions have multiplied, especially digital solutions are used to transmit or communicate. Internal communication has become the engine of companies.

Keywords: Communication, information, system, proxemics, technology.

Introduction

La crise sanitaire de la COVID 19 avec les différentes mesures prises par l'Etat ivoirien notamment le confinement à un moment du Grand Abidjan, les mesures barrières et le port du cache nez pour la contenir, a affecté à différents degrés le fonctionnement des entreprises. Celles-ci ont été mises au défi de s'ajuster très rapidement pour faire face à l'urgence. La première action de l'employeur est l'adhésion de ses salariés à ses nouvelles orientations occasionnées par la COVID-19. C'est pourquoi son premier outil reste la communication. En effet, les salariés adhèrent plus facilement à un projet qu'ils comprennent et qui répond à un besoin ou à un objectif partagé. Cette situation met en exergue le système de communication.

Un système de communication est un ensemble organisé permettant une communication. Un système de communication comprend les éléments de base suivants : un émetteur, un récepteur, un message et un canal véhiculant le message jusqu'au canal (Publicator 8^{ième} édition, 2014, p.6). En sciences humaines, il s'agit de communication. La communication est l'ensemble des interactions avec autrui qui transmettent une quelconque information. Un système de communication est organisé dans le but principal de pouvoir communiquer divers messages.

Au vu des différentes mesures précitées, les entreprises sont obligées d'adapter leurs systèmes de communication. Alors quels sont les changements opérés dans les systèmes de communication dans les entreprises ivoiriennes ? Quel est l'impact de ces nouveaux systèmes de communication adoptés ?

Notre contribution vise à une meilleure adaptation des systèmes de communication des entreprises ivoiriennes à cette crise particulière. A travers une méthode d'analyse quantitative et qualitative, nous discuterons les données recueillies à partir des théories convoquées notamment la théorie de la contingence et celle de la proxémie.

Nous procéderons également à la discussion, la présentation du matériel qui a permis d'appréhender la réalité dans les changements dans les systèmes de communication et les méthodes d'analyse, ainsi que les résultats obtenus.

I. Matériel et méthodes

I.1. Matériel

Les méthodes qualitatives consistent à produire des connaissances, à partir d'une rencontre établie entre le chercheur et l'objet étudié. Nous avons eu recours à un



guide d'entretien de 08 variables pour avoir les données de notre étude et à l'observation directe. Il a été auprès de 30 salariés issus de 3 entreprises de service (SIB, CIE et SODECI) et de 2 entreprises à production (SANIA et Tôle Ivoire). Un échantillon est un groupe relativement petit et choisi scientifiquement de manière à représenter le plus fidèlement possible une population (Savard, 1978) La méthode d'échantillonnage que nous avons choisie est non probabiliste l'échantillonnage par convenance. C'est un échantillonnage guidé par la commodité. Cette technique nous a permis de recueillir facilement les données de notre étude en ciblant les personnes concernées par l'objet de notre étude en l'occurrence les salariés des entreprises privées. Nous nous sommes efforcés d'interroger des personnes de différentes entreprises de natures diverses. De ce fait les résultats obtenus peuvent être généralisés.

Les périodes d'observation systématiques ont consisté à explorer et à comprendre les processus de travail des opérateurs. Pour cela, Journé (1999, 2005) propose des éléments de méthode particulièrement pertinents. Relevant le manque de détails techniques dans les écrits méthodologiques portant sur l'observation *in situ* dans le champ du management, l'auteur propose un système d'observation « *suffisamment souple et dynamique* » (2005, p. 64) permettant de saisir la manière dont les opérateurs s'organisent en temps réel afin de gérer des situations imprévues. L'analyse en temps réel des événements évite ainsi le biais de reconstruction *a posteriori* et ainsi de décontextualisation des données. Ce type de démarche repose sur ce que Girin (1990) appelle un « *opportunisme méthodique* » permettant justement de saisir concrètement et rigoureusement l'imprévu. Cet opportunisme traduit « *l'obsession de la pertinence des observations portant sur la manière dont les acteurs répondent en temps réel à des situations imprévues* » (Journé 2005, p. 69). Journé définit ce système d'observation dynamique ainsi : « *Il s'agit d'un système de collecte et de construction de données primaires qui vise à concilier les exigences contradictoires de précision, d'exhaustivité et de pertinence des données. Il doit permettre de saisir les événements imprévus tout en produisant des données sur le fonctionnement routinier de l'organisation étudiée* » (Journé 2005, p. 72).

Nous avons également eu recours à la méthode quantitative pour comptabiliser les données recueillies par le questionnaire administré.

I.2. Méthodes

I.2.1. Contingence

L'école de la contingence (ou les théories de la contingence) regroupe les travaux de plusieurs auteurs des années 1950 aux années 1970. Les théories de la contingence structurelle portées par Lawrence et Lorsch approfondissent les idées de Woodward, Burns et Stalkeren étudiant l'environnement comme une contrainte déterminante sur la structure et les performances d'une organisation. Enfin, les théories de la contingence stratégique s'inscrivent en critique des théories de la contingence structurelle laissant une trop grande importance à l'environnement. Pour ces théoriciens, les gestionnaires d'une entreprise peuvent par leurs décisions contribuer à l'ajustement de l'organisation à son environnement.



L'école de la contingence tente de rendre compte de la manière dont se structurent les organisations en étudiant l'influence des variables de contexte sur les caractéristiques des organisations.

Les modèles se structurent donc autour de deux ensembles de variables :

- l'environnement extérieur, c'est-à-dire le système socio-politique au sens large, les clients, les fournisseurs...,
- la cohérence interne du système. Sur ce dernier point, Mintzberg considère que c'est la cohérence entre les sous-systèmes qui s'organisent pour maintenir certaines caractéristiques de l'organisation qui permet sa régulation.

Le fonctionnement des entreprises a été affecté à différents degrés par le respect des mesures barrières et le confinement. Depuis la période de crise, les conditions de travail ont été fortement modifiées et ont généralement été largement dégradées. Ce qui devait être temporaire et exceptionnel a duré plusieurs semaines et un nouveau mode de fonctionnement a pu commencer à s'installer dans la durée. Il y a eu une réduction des ventes. Comment appréhender cette situation ?

La contingence est un concept clé en matière d'analyse des organisations. Les facteurs que la théorie de la contingence prend en compte sont les suivants :

- l'environnement de l'entreprise et comment elle s'y adapte,
- les stratégies mises en place,
- les technologies et progrès techniques utilisés,
- la taille de l'entreprise,
- (...).

Deux principes émergents de la théorie de la contingence : *l'ajustement*, pour expliquer le rapport de l'entreprise à son environnement et celui de la cohérence pour décrire le fonctionnement interne de l'organisation.

Aujourd'hui ces deux principes émergent avec la crise sanitaire à laquelle les entreprises sont confrontées. En effet, les systèmes de communication des entreprises en Côte d'Ivoire doivent s'adapter à cette situation inédite. La communication est un moyen vital dans les entreprises puisqu'elle permet la coordination des équipes de travail.

Ce rôle est attesté par l'étymologie du mot « communiquer » donnée par Jean Bapliste Fager (1990) dans son étude sur la communication en groupe qui souligne deux idées importantes dans la communication « la mise en commun et l'engagement » (Bouron. M. Thierry 1992, p : 30). Nonobstant la distanciation et le confinement imposés par la crise sanitaire les salariés des différentes entreprises devraient toujours continuer à travailler dans la même synergie et devraient manifester plus de détermination pour surmonter les différents obstacles engendrés par cette crise. En l'absence de système de communication, le travail est suspendu, les instructions et les ordres également et interrompt l'échange de l'information, il n'y aura ni émetteur, ni récepteur et non plus le feed-back qui contient les résultats de l'estimation des travaux. C'est pourquoi, comme le souligne Thévenet (1988) l'entreprise doit se préoccuper de la communication interne, elle doit veiller à la qualité des relations et échanges entre acteurs dans l'entreprise, car cela détermine son bon fonctionnement. Cette mission est analysée par l'auteur comme la réponse à 4 impératifs : l'impératif



bureaucratique, l'impératif relationnel, l'impératif symbolique et l'impératif stratégique.

De son côté Kreps (1990) parle de communication organisationnelle. Il la perçoit comme un processus à travers lequel les membres de l'organisation obtiennent les informations pertinentes et les changements la concernant.

Notre étude a montré que 90% des entreprises ont subi un changement dans leur système de communication ; attestant ainsi les différents concepts de la théorie de la contingence.

I.2.2. La proxémie

La proxémie ou proxémique est une approche du rapport à l'espace matériel introduite par l'anthropologue américain Edward T. Hall à partir de 1963. Ce néologisme désigne d'après lui l'ensemble des observations et théories que l'Homme fait de l'espace en tant que produit culturel spécifique.

Les bâtiments construits, mais également leur organisation intérieure lorsqu'elle est déterminée par une certaine culture, sont un exemple-type d'espace à organisation fixe, qui permet par sa stabilité les activités humaines individuelles ou collectives. Les structures en sont à la fois physiques et cachées, intériorisées. Les espaces à organisations semi-fixes comportent un certain nombre d'éléments pouvant être déplacés, permettant ou non certains usages, et rendant donc ces espaces sociopètes ou sociofuges (favorisant ou non la sociabilité). Enfin, Edward T. Hall appelle espace informel celui qui comprend les distances avec autrui, et qui est en grande partie inconscient et déterminé par la culture ; c'est dans cet espace qu'il observe différentes distances de communication correspondant à différentes situations.

L'espace proxémique est cet espace qui nous met à l'aise dans les relations sociales : c'est-à-dire que ce sont les bonnes distances que nous gardons avec les autres. Quand quelqu'un se rapproche trop de nous, il est possible de ressentir une gêne et un embarras, mais même l'éloignement de quelqu'un peut nous créer des sensations désagréables.

À travers l'espace et la distance que nous occupons, nous communiquons certaines informations à d'autres : cet ensemble de communications est défini comme proxémique et concerne précisément l'organisation, la perception et l'utilisation de l'espace.

Toujours selon l'anthropologue, l'espace de l'être humain n'est pas délimité par l'espace physique qu'occupe notre corps ou la limite de nos vêtements, mais les dépasse. Il peut être défini comme un espace personnel, une bulle invisible, à l'intérieur de laquelle la présence d'une autre personne n'est pas appréciée (si elle n'est pas demandée), qui s'étend au-delà du corps physique et est influencée par la culture, le caractère et la société en général.

Partant de toutes ces considérations, l'anthropologue Hall, le fondateur de la proxémie, a identifié des zones qui représentent la distance entre les personnes, appelées zones interpersonnelles et qui identifient le sens de la distance corporelle entre les acteurs de la communication.



- zone intime : entre 0 et 0,5 mètre : cette distance est en fait la distance des relations intimes. Ce type de distance permet de partager ses émotions, de se toucher, de se parler à voix basse, de s'embrasser, ...
- zone personnelle : entre 0,5 et 1 mètre : c'est notre espace personnel, que nous allouons normalement à des relations et amis plus informels, et qui peut varier en fonction du type de profondeur de la relation. En général, dans cette zone, vous pouvez voir et toucher l'autre, mais normalement vous ne le sentez pas. Zone sociale : entre 1 et 4 mètres : dans ce domaine, les relations les plus formelles sont maintenues.
- zone publique : plus de 4 mètres : c'est l'espace institutionnel des réunions publiques, où normalement les mouvements sont plus prononcés et le niveau de voix forte (pour permettre la communication à cette distance).

Les interactions dans cet espace sont évidemment importantes : cela signifie que des situations de manipulation, de domination ou d'intimité de l'autre pourraient se créer. Pour cette raison, il est important de comprendre ces processus et de respecter l'espace personnel de l'autre, à la fois pour ne pas envahir ou manipuler l'autre, et encore moins parce que ces processus communicatifs «spatiaux» nous déplacent.

La distanciation est l'une des mesures préconisées pour contenir la propagation de la COVID 19. Les mesures de distanciation sociales usuelles incluent typiquement le fait de :

- Eviter tout rassemblement non essentiel ou de fréquenter des endroits publics,
- Limiter tout contact avec les personnes à risque,
- Garder une distance de deux mètres avec les autres,
- Eviter les pratiques de salutations habituelles comme les poignées de main, les accolades et les baisers .

Avec la distanciation qui a été définie à deux mètres, la distance intime et la distance personnelle sont remises en cause, seule la distance publique reste en vigueur. D'où un bouleversement dans les relations interpersonnelles dans les entreprises.

Lorsque les distances ne sont pas respectées, il peut arriver que la personne se sente envahie et agacée et essaie immédiatement de ramener la distance à un état acceptable.

Ce qui explique la difficulté de respecter la distanciation.

Au vu de toutes ces informations nous allons procéder à une analyse de la situation communicationnelle dans les différentes entreprises.

II. Résultats : analyse et impact de la situation communicationnelle

L'analyse de la situation est une base essentielle sur laquelle doit s'appuyer toute intervention rationnelle. Elle contribue à assurer la pertinence d'un programme, à établir un plan d'actions et à éviter aussi les redondances d'efforts.

Parce que chaque situation est dans un contexte contingencé, il faut avoir une bonne connaissance de ce qui se fait pour pouvoir changer les choses. Procéder à l'analyse de la situation va permettre de décomposer cette contingence.

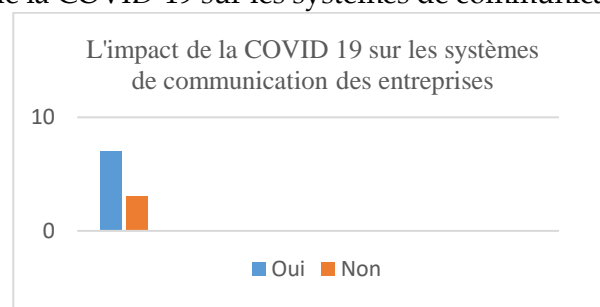
II.1. Changements considérables dans les systèmes de communication des entreprises

Selon Zarifian (1995, p. 30), « l'événement est donc un fait indécidable, singulier, imprévisible, important en lui-même, et immanent à la situation, qui vient troubler un mouvement supposé linéaire et qui introduit à une nouvelle appréhension du temps ». L'auteur considère que le travail se réorganise autour de l'événement et conduit à modifier la manière de le réaliser puisqu'il place en son cœur la subjectivité des individus et leur capacité à interagir pour le résoudre.

Les transformations sociales, économiques, technologiques... mais surtout la vitesse à laquelle ces transformations surviennent exigent des entreprises qu'elles soient en réorganisation constante pour répondre à ce besoin de flexibilité et de réactivité qui leur permettra de « survivre » dans la compétition mondiale ou dans les situations de crise comme celle que nous vivons présentement : Car, comme le souligne P. Drucker « *Le plus grand danger, dans les moments de turbulence, ce n'est pas la turbulence, c'est d'agir avec la logique d'hier* ». En d'autres termes dans les moments de crise comme celle de la COVID 19 à laquelle les entreprises sont confrontées présentement ; elles ne peuvent pas conserver leurs systèmes de fonctionnement. Elles doivent s'adapter à la réalité de la crise. Dans cette logique, la pandémie de COVID-19 entraîne des modifications dans les systèmes de communication des entreprises. A ce titre , la communication doit remplir au moins six objectifs par rapport au changement : faire connaître la vision à tous les acteurs concernés , informer sur le déroulement du processus , rassurer sur le bien-fondé du changement et sur la cohérence de la démarche adoptée , valoriser les efforts faits par les acteurs pour concrétiser le changement , aider à anticiper ou à résoudre les difficultés et diffuser les nouvelles règles , les nouveaux comportements à adopter qui soutiennent le changement. (Michelle Graziani, 2013)

Le diagramme ci-dessous nous indique l'impact de la COVID-19 sur les systèmes de communication des entreprises ivoiriennes.

Figure 1: L'impact de la COVID-19 sur les systèmes de communication des entreprises



Source : Notre enquête

Selon les résultats de notre étude 70 % des enquêtés affirment qu'il y a eu changement dans leur système de communication.

Souvent vécu comme un élément déstabilisant, le changement permet à l'entreprise de s'adapter aux évolutions de son environnement.



L'entreprise et les individus en son sein doivent devenir agiles et réactifs conformément à une logique d'adaptation permanente dans un environnement instable.

La crise de COVID 19 met au défi les systèmes de communication des entreprises. Elle appelle à trouver d'autres moyens pour faire exister l'entreprise et assurer la cohésion des différents services ou départements. Quels sont les changements communicationnels induits par la COVID 19 ?

II.2. Mise en avant de la signalétique

Ces décennies ont donné le jour à des évolutions sociales (Vaillant 1999) qui justifient encore davantage l'exploitation des systèmes de communication visuelle. Dans leur étude de 1973, Paivio et Csapo ont démontré que les sujets ont la capacité de se rappeler du « code » visuel (par exemple des images) plus que du « code » verbal (par exemple des mots) et ceci dans toutes les conditions. Il nous apparaît que l'environnement mondial nécessite un système de communication visuelle pour faciliter la compréhension et la mémorisation des informations diffusées. D'où le recours à la signalétique.

La signalétique donne le signalement (Grand Larousse 1960-64, 9 : 823). Elle est un système de communication visuelle artificiel spécifique qui se « fonde sur la théorie et la méthode de la sémiotique » (Jeudy et Talion 1977 : 35). Selon les écrits de Klinkenberg (1996) et Eco (1988) la signalétique est un système qui est considéré suffisamment distinct des autres pour assurer l'autonomie de sa description et pour avoir ses propres règles. Elle tend vers une « sémiotique particulière » (Klinkenberg 1996 :30). La signalétique est « l'étude des systèmes de signes agissant au sein de la vie sociale » (Jeudy et Talion 1977 : 33). Il n'y a pas d'écart possible entre le signe et les usages socio-culturels (Saussure 1916) qui servent à la signalétique à la fois de support et référent (Klinkenberg 1996). La signalétique doit répondre à une question précise (Bertin 1970) pour structurer au mieux la communication d'une information.

Outil d'orientation et de guide, la signalétique intérieure est indispensable à toute entreprise. En effet, ces visuels de communication permettent aux clients, aux visiteurs et aux salariés de circuler facilement dans les vastes espaces d'une firme et de s'y retrouver rapidement.

La signalétique intérieure a pour principal objectif de faire passer un message aux visiteurs, aux clients et aux salariés, pour garantir la fluidité des déplacements au sein du siège. Ces supports permettent donc à ces derniers de s'orienter et se repérer facilement vers les zones adéquates. Ils indiqueront par exemple les bureaux des supérieurs, le showroom de la firme, les sanitaires et les toilettes, l'entrepôt...

En 2020, l'arrivée de la COVID 19 a obligé les entreprises à ajouter de nouveaux signes. Les obligations de port du masque, distanciation sociale et de jauges font l'objet de rappels réguliers, égrenés sous forme d'affiches ou marquages au sol. Pratiquement toutes les entreprises se soumettent à cet exercice.

II.3. Développement de la communication numérique

La communication numérique, parfois appelée « communication digitale » (anglicisme), est un champ des sciences de l'information relatif à l'utilisation de l'ensemble des médias numériques : le web, les médias sociaux ou les terminaux mobiles par exemple. Ces médias sont utilisés comme des canaux de diffusion, de partage et de création d'informations(PhilippeGérard,2014)

La communication numérique est un champ des sciences de la communication qui désigne l'ensemble des actions visant à diffuser des messages par le biais d'un média numérique, Web, médias sociaux, application mobile ou autres. La communication sur les médias numériques se distingue de la communication traditionnelle par son évolution constante en termes d'usages et de technologies.

Ainsi, dans le cadre d'une approche systémique de l'entreprise, Le travail de processus en équipe sous-entend la nécessité de communiquer, de collaborer et de se coordonner par ajustement mutuel. Ainsi, pour L. Thévenot, « *Les individus ne peuvent agir qu'à condition de faire œuvre de coordination qu'il s'agisse de la coordination entre individus, entre l'individu et son environnement mais également du rapport de l'individu avec lui-même dans un environnement où il doit coordonner sa propre conduite* »(Michelle Graziani, 2013). *C'est la nécessité d'utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication*

Figure 2: Les trois de communication les plus utilisés



Source : Notre enquête

Notre enquête montre la prééminence des outils numériques sur les autres outils. Selon 30% des répondants, le mail est l'outil le plus utilisé devant WhatsApp 27 % et les appels téléphoniques 15%.

II.4. Prise en compte de la proxémie

Dans un contexte où les risques de contaminations sont présents, des mesures d'éloignement sanitaire ont été mises en œuvre pour faire face au coronas virus. Pour ce faire, les autorités ont imposé la distanciation physique afin d'assurer la santé publique.

L'un des chercheurs qui a proposé un nombre important de pistes d'analyse dans ce domaine est l'anthropologue états-unien Edward T. Hall (1914 - 2009). Celui-ci s'est attaché, dans les années 1960 - 1970, à fonder un champ d'études, la proxémie, qui s'intéresse à l'observation du réglage des distances physiques entre les individus dans la vie quotidienne. Ce réglage est conditionné par l'environnement et tout ce qui s'y trouve. Aujourd'hui ce réglage est conditionné par la COVID 19. Cette



pandémie a entraîné des changements dans l'espace de travail. On assiste à une nouvelle configuration de l'aménagement visant à éviter toute contamination.

Pour l'employeur, le premier enjeu est en effet de garantir la distanciation physique entre travailleurs, principalement lorsqu'ils sont à leur poste. En la matière, les pouvoirs publics recommandent à ce que chaque personne dispose au minimum de 4 m², de sorte à être distant d'au moins un mètre dans toutes les directions. Les entreprises ont dû réaménager leurs espaces pour se conformer à cette mesure :

- La réorganisation des bureaux : en raison du Covid-19, l'environnement de travail doit faire en sorte d'éviter à ce que des personnes soient face à face. Cela impose notamment de placer les bureaux en quinconce et de les éloigner suffisamment les uns des autres pour garantir la distanciation physique.
- Le retour au cloisonnement : l'installation des cloisons mobiles ou des écrans de protection entre les bureaux, pouvant être déplacés selon les besoins.
- Le micro-compartimentage : création des bureaux et des espaces communs de dimensions réduites.
- La délimitation mentale : en délimitant les bureaux au moyen de couleurs au sol par exemple, les salariés comprennent qu'ils ne doivent pas pénétrer dans l'espace de leur collègue, et ce, sans même avoir besoin de créer de barrières physiques.

De même l'espace de travail devient un espace virtuel où l'activité dépend de moins en moins d'un lieu défini : on peut travailler n'importe où ; de l'entreprise.

Toute cette réorganisation de l'aménagement a un impact sur le mode de communication au sein de l'entreprise.

Selon Gustave-Nicolas Fischer et Chantal Fousse (2002), « *La topologie de l'espace intérieur définit globalement une organisation comme un système de places (être proche ou loin, être au centre ou à la périphérie). L'espace organise et oriente la communication ; il impose des voies de circulation, des canaux formels qui épousent la nécessité de structurer l'information sur un mode fonctionnel. Le dispositif spatial permet de constater que l'on ne communique pas avec qui l'on veut ; en raison des positions relatives, les contraintes du milieu organisationnel orientent plus ou moins fortement les communications* ».

Dans l'étude des espaces, la distinction entre : les espaces favorisant la communication, et ceux favorisant l'isolement est importante.

- L'espace sociopète définit l'espace organisé favorisant la communication entre les sujets.
- L'espace sociofuge définit au contraire l'espace favorisant l'isolement, le recueillement.

Martin Joos (1962) définit les 5 styles de conversations : intime, décontracté, consultatif, sociale-consultative et publique.

Ils s'intègrent ainsi aux concepts de la proxémie :

- intime : distance intime.
- décontracté : distance personnelle.
- consultatif et sociale-consultative : distance sociale.
- publique : distance publique.



On peut parler ainsi d'un « dialecte situationnel ». A un espace, un type de communication possible.

III- Discussion

III.1. Résurgence de la communication interne

La crise sanitaire, a surpris les entreprises, qui ont dû réagir, souvent dans la précipitation. Les salariés d'entreprises se sont retrouvés désorientés, et ont dû s'adapter, dans la majorité des cas, à de nouvelles organisations de travail.

Très rapidement, cette crise à l'origine sanitaire, s'est transformée en crise économique. Les collaborateurs ont eu peur pour leur emploi, et la majorité des entreprises ont accusé une perte de chiffre d'affaires conséquente.

En parallèle de cette crise économique, une crise sociale est apparue : les salariés d'entreprise ont accusé le coup de cette période sans précédent. Fatigue, peur de se rendre sur le lieu de travail.

Pour répondre à ces différentes crises, beaucoup d'entreprises ont misé sur la communication interne

La communication interne peut se définir comme l'ensemble des actions de communication destinées aux salariés d'une entreprise ou d'une organisation. (DECAUDIN Jean-Marc, IGALENS Jacques 2013, p : 01)

Une nouvelle puissance émerge au sein des entreprises, celle de la communication interne. Elle n'est plus comme il y a quelques années, un pouvoir délégué et mineur. Elle est devenue récemment un acteur stratégique.

Pour les communicants en entreprise les enjeux ont été de taille et notamment en matière de communication interne. En entreprise la communication interne a été en première ligne et son rôle a été plus que jamais renforcé pendant la crise sanitaire.

Et dans une période anxieuse comme celle causée par la pandémie de COVID 19.

Ayant dû se montrer réactive et proactive, elle a eu pour principaux objectifs d'informer, rassurer et accompagner les collaborateurs face à cette crise sanitaire.

Cette fonction souvent délaissée, est devenue le moteur de beaucoup d'entreprises : regain d'énergie, augmentation de la productivité, contenu fédérateur... La communication interne a pu dévoiler la totalité de ses bénéfices en seulement quelques mois. Car cette crise impacte directement notre confiance, la confiance que nous portons en nos dirigeants, en l'économie de notre pays, en notre système de santé, et plus directement, notre confiance en notre résilience personnelle, notre immunité, notre employeur à nous accompagner dans cette crise.

Pour bien traverser cette crise et ses conséquences, l'entreprise doit maintenir ce niveau de confiance de l'ensemble de ses collaborateurs, quelle que soit leur situation. Il y a ceux qui continuent à se rendre sur leur lieu de travail car leur activité sur-place est vitale pour l'entreprise et pour la société, ceux qui sont en télétravail, et ceux au chômage technique.

Face à cette diversité à l'intérieur même des organisations, la communication interne représente un véritable challenge. Elle doit permettre de garantir la sécurité des salariés présents, de les féliciter, de les encourager mais aussi de maintenir le lien et



la motivation avec ceux qui sont chez eux. Et malgré ces situations tellement différentes, tous ont besoin d'une communication authentique pour garder confiance. Comme le souligne Thévenet (1988) l'entreprise doit se préoccuper de la communication interne, elle doit veiller à la qualité des relations et échanges entre acteurs dans l'entreprise, car cela détermine son bon fonctionnement. Cette mission est analysée par l'auteur comme la réponse à 4 impératifs :

L'impératif bureaucratique, c'est l'expression de la conception mécaniste de l'entreprise qui demeure et se développe à travers une multitude de supports et canaux de diffusion comme les notes de services, le journal interne, les réunions d'information ou tout simplement la transmission orale de consignes.

La communication dans la sphère du travail, qu'elle soit écrite ou orale, interpersonnelle ou médiatisée, est multiple, diverse et fondamentalement complexe. Parmi les informations circulant entre la direction et les salariés, il est possible de distinguer celles de nature générale (Westphalen, 1995). Elles sont censées permettre aux salariés d'apprécier la portée de leurs efforts ; de situer leur activité dans l'entreprise ; de comprendre les problèmes de gestion et de les situer dans un contexte économique et social ; de comprendre les règles du jeu économique et la raison de certaines décisions stratégiques (Gondrand, 1990).

L'impératif relationnel, c'est la volonté d'instaurer un climat de communication qui agisse sur les comportements et les perceptions. Au plan individuel, chacun a besoin d'établir des relations et de communiquer avec l'entreprise et les autres acteurs. Au plan collectif, un bon climat relationnel est source d'un bon climat social. A ce niveau apparaît la convivialité.

La convivialité, elle est le fondement de la construction d'un bon climat relationnel entre personnes qui appartiennent à des métiers, à des fonctions, à des sites différents. La convivialité c'est aussi le maintien d'une relation affective et émotionnelle (Bateson, Watzlawick, 1972) qui permet de faire vivre un bon climat relationnel.

Les responsables et chargés de communication doivent contribuer à l'atteinte de ses objectifs stratégiques et économiques (Tixier, 1996). Ils ont pour missions l'accroissement de l'implication morale, de la mobilisation, de la coopération, de la solidarité et de la vigilance des salariés (Morillon, 2004). Ils doivent notamment développer un lien social, un sentiment d'appartenance et faire s'approprier une culture commune.

L'impératif symbolique, c'est la dimension qui représente la collectivité humaine et le sens de l'appartenance de chacun, l'expression du sens commun permet à l'entreprise de mieux fonctionner et à chacun de faire vivre sa réalité sociale dans un creuset collectif. En période de crise, la communication interne a la charge de maintenir un minimum d'intérêt commun, de motivation ainsi que le partage d'une dynamique collective.

La fédération participe à la formation d'une communauté de pensée qui oriente les actions, les initiatives, dans le même but et avec un même respect des valeurs et des sous - cultures. Elle suppose que les objectifs soient clairs et compréhensibles par tous, Elle favorise la conscience d'un intérêt collectif qui dépasse le cadre



individualiste ou bien même le cadre du groupe de collègues que l'on fréquente au quotidien. Elle permet de regrouper et de faire jouer toutes les individualités pour défendre les buts de l'organisation. Elle est source de cohérence culturelle indispensable au bon fonctionnement de l'organisation (Schein, 1985).

L'impératif stratégique, c'est la représentation d'un pouvoir qui vise à diriger, contrôler, influencer et maîtriser l'ensemble des stratégies individuelles.

Pour Kunsch (2003), « La communication interne est planifiée autour d'objectifs clairement définis, afin de rendre viable toute interaction possible entre l'organisation et ses collaborateurs se servant de méthodologies et de techniques de communication institutionnelle et même de communication de marché »

III.2. Le rôle joué par les TIC

La crise de la Covid-19 a provoqué un choc économique de la demande et de l'offre sans précédent dans l'histoire. La production des entreprises, les investissements, les échanges commerciaux, la consommation des ménages, les institutions tout a été affecté par l'arrêt brutal de l'activité économique. Pourtant, et ce malgré la situation inédite, un élément stratégique a permis de continuer la plupart des activités de certains secteurs d'activité, notamment le secteur tertiaire : il s'agit de la transformation digitale

La crise sanitaire a confirmé l'importance de la digitalisation dans les entreprises. La COVID-19 est un accélérateur de la transformation digitale dont la solidité a été mise à l'épreuve en temps de confinement. La digitalisation a été un élément de survie pour les entreprises en temps de COVID19. En effet que faire en temps de distanciation et de confinement pour préserver l'entreprise ? Face à ces contraintes, les entreprises ont dû innover. Malgré l'éloignement les activités devraient se poursuivre. L'éloignement géographique peut être compensé par les réseaux télématiques. Ces réseaux modifient les lois de la proxémique. (Pierre-Léonard Harvey, 1995) Le lointain devient proche D'où le recours au télétravail et à la mobilisation des supports pouvant permettre aux entreprises de vaincre les distances imposées par les mesures restrictives en sommes les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC).

Les technologies de l'information et de la communication regroupent un ensemble de ressources techniques nécessaires à la mise en œuvre des services de l'information et de la communication pour produire, manipuler, convertir, stocker, gérer, transmettre et retrouver l'information et pour communiquer.

Vers le milieu des années 2000 apparaît le concept de « Web 2.0 » s'en est suivi l'apparition des réseaux sociaux. Un réseau social est « un ensemble de relations entre un ensemble d'acteurs » (Forsé2004).

Les réseaux sociaux s'invitent également au sein des entreprises et se glissent dans la communication interne. C'est un système de communication interne accessible aux employés d'une entreprise.

Un réseau social d'entreprise (RSE en français ou ESN, c'est-à-dire Enterprise Social Network en anglais) est un groupe constitué de personnes physiques et morales réunies par un dispositif de réseautage social, au sein d'un organisme.



Les membres d'un réseau social d'entreprise (RSE) sont regroupés en communauté à des fins professionnelles et sont liés par une ou plusieurs plates-formes applicatives réunissant les employés d'une entreprise, ses clients, ses actionnaires ou ses partenaires.

Un RSE permet d'accéder aux mêmes fonctionnalités qu'un réseau social « grand public ». Ces fonctionnalités sont liées aux sites intranet des entreprises pour faciliter la communication et la collaboration au sein de l'institution. Chaque membre peut participer à la conversation et publier sur le RSE et les flux de communication sont multidirectionnels.

C'est l'une des composantes principales de l'environnement numérique de travail (ou "Digital Workplace"). Le RSE est particulièrement utile pour une organisation travaillant sur plusieurs sites ou travaillant en association avec d'autres organisations. Avec la mise en place d'intranets d'entreprises et l'utilisation des réseaux sociaux, la communication interne accède théoriquement à l'omnipotence : pouvoir communiquer en temps réel avec chaque salarié où qu'il se trouve et obtenir ses réactions également sans délai. C'est pourquoi les RSE jouent un rôle important dans cette pandémie dans les entreprises, car il est question de d'informer, d'organiser et de collaborer à distance étant sur différents espaces géographiques à cause des mesures barrières.

Néanmoins Le RSE doit être développé et déployé en tenant compte des intérêts des employés et faciliter la communication entre l'ensemble des structures et les différents échelons de l'organisation.

Jamais les outils de la communication interne n'ont été aussi nombreux et, d'un point de vue technologique, aussi performants. Aux outils traditionnels tels que les réunions animées par la hiérarchie, la presse d'entreprise, la charte graphique, les audits de communication, s'ajoutent désormais la puissance des outils informatiques combinée à celle d'internet. Avec la mise en place d'intranets d'entreprises et l'utilisation des réseaux sociaux, la communication interne accède théoriquement à l'omnipotence : pouvoir communiquer en temps réel avec chaque salarié où qu'il se trouve et obtenir ses réactions également sans délai.

Conclusion

Dans ce texte, nous avons présenté les changements dans les systèmes de communication des entreprises ivoiriennes pour faire face à la COVID19. Confrontées aux mesures barrières et au confinement, les entreprises ont dû adapter leur système de communication pour survivre à cette crise. Cette situation particulière a donné une place de choix à la communication interne qui était souvent négligée dans les entreprises au détriment de la communication externe. En effet les managers des entreprises avaient à cœur d'informer, de communiquer de motiver un personnel qui était parfois désorienté par cette situation. De même, la digitalisation des systèmes de communication a pris tout son sens. Le confinement et les mesures barrières ont mis en avant la communication numérique qui permettait de vaincre les distances. La digitalisation des entreprises s'est accélérée avec l'intégration des réseaux sociaux dans les systèmes de communication de ces entreprises.



En somme, la communication aide à faire face à la crise et les enseignements qui en sont retirés aideront à garantir l'avenir (Weick, 1993). Cette communication rassure, remotive et ressoude les ressources humaines des entreprises qui ont été fortement ébranlées. Elle permet de « reconstruire » en commun une représentation de la réalité, à partir de laquelle les individus peuvent se mobiliser à nouveau (Mucchielli, 1993). En d'autres termes les changements apportés permettent à l'entreprise de faire face à la nouvelle réalité.

Bibliographie

- Martinet, A.C., *Épistémologie et sciences de gestion*, Paris : Economica, 141-182.
- Alain Degenne et Michel Forsé, 2004, *Les réseaux sociaux*, Paris, Armand Colin, 294 p.
- Bouron .M. Thierry, 1992, *Structures de communication et d'organisation pour la coopération dans un univers multi-agent*, pour obtenir le titre de docteur de l'université paris 6, p : 30.
- Crozier, M. et Friedberg, E., 2014, *L'acteur et le système. Les contraintes de l'action collective*, éditions du Seuil (rééd.).
- Decaudin J.-M., Igalens J., 2013, *La communication interne « stratégies et techniques »*, DONUD, 3eme édition, p : 01
- Dejours, C., 1998, *Souffrance en France*, Paris, Seuil.
- Friedberg, E., 1997, *Le pouvoir et la règle: dynamiques de l'action organisée*, Paris, Éd. du Seuil, (éd. revue et complétée)
- Gramaccia, G., 1993, « *Communication interne et management de crise*, Alex Mucchielli, Les Éditions d'Organisation, Paris, , 207 pages – 139 F », *Communication et organisation* [En ligne], 5 | 1994, mis en ligne le 26 mars 2012, consulté le 31 décembre 2021. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/1722> ; DOI : Reix R., Rowe F. (2002), Faire de la recherche en système d'information, collectif, Vuibert <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.1722>.
- GIRIN, J., 1990, L'analyse empirique des situations de gestion : éléments de théorie et de méthode, in Bouron .M. Thierry, *Structures de communication et d'organisation pour la coopération dans un univers multi-agent*, pour obtenir le titre de docteur de l'université paris 6, 1992, p : 30 (Pour la citation de Jean Bapliste)
- Gondrand, F., 1990, *L'information dans les entreprises et les organisations*. Paris, Les Editions d'Organisation.
- Graziani, M. (2013, décembre 22). *La gestion du changement dans l'entreprise*. (A. Versailles, Éd.) Consulté le 06 décembre 2021, sur CREG. Centre de Ressources en Economie Gestion: <http://www.creg.ac-versailles.fr/La-gestion-du-changement-dans-l-entreprise> 8
- Gustave-Nicolas Fischer et Chantal Fousse, « Espaces de travail et communication – Une lecture psychosociale », *Communication et organisation* [En ligne], 21 | 2002, mis en ligne le 27 mars 2012, consulté le 11 décembre 2021. URL :



<http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2651> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.2651>

Jeudy, H.-P. & Talion, R., 1977, « Signalisation, signalétique, la différence ? ». In : *Communication et Langages*, n°36, p. 32-43.

Woodward, J., 1965, "*Industrial organization : Theory and Practice*", Londres, Oxford University Press.

Klinkenberg, J.-M. (1996), « Le sens et sa description », *Précis de sémiotique générale*, Paris, Seuil, p. 92-100.

Eco, U., 1988, 1984, *Sémiotique et philosophie du langage*, Paris, Presses universitaires de France.

Journé, B., 2005, « Etudier le management de l'imprévu : méthode dynamique d'observation *in situ* », *Finance Contrôle Stratégie*, Vol.8, n°4, pp. 63-91.

Kreps G., 1990, *Organizational communication : théorie and practice*, New York, Longman.

Kunsch, M. M. K, 2003, *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*, São Paulo, Summus, P.150.

Lawrence, P. R., & Lorsch, J. W., 1967, *Organization and Environment: Managing Differentiation and Integration*. Boston: Harvard Business School Press

Morillon, L., 2004, « Quelle reconnaissance pour la fonction communication interne ? », in *CNRIUT*, 6-7 mai, Nice, pp. 255-262.

MUCCHIELLI A., 1993, *Communication interne et management de crise*, Paris, Les éditions d'organisation, 207 p.

Pascal Vaillant, 1999, *Sémiotique des langages d'icônes*, Paris : Éditions Honoré Champion / Genève : Éditions Slatkine.

Pierre-Léonard Harvey, *Cyberespace et communautique .Appropriation. Réseaux. Groupes virtuels*, Laval, Québec, Les Presses de l'université, 1995.

Philippe Gérard, 2014« *Qu'est-ce que la communication digitale ?* », sur <http://www.communication-web.net/>, (consulté le 02 décembre 2021).

Reix R., Rowe F., 2002, *Faire de la recherche en système d'information*, collectif, Vuibert.

Richard C., Reix R. (2002), Contribution à l'analyse de la qualité du processus d'audit : le rôle de la relation entre le directeur financier et le commissaire aux comptes, *Comptabilité - Contrôle - Audit*, vol. 8, no. 1, pp. 151-174.

SAVARD, J.G., 1978, *Statistiques*, Montréal, éd. HRW, traduit et adapté de Gilbert (N.) 384 p. (Bordeaux conseil), la communication interne de l'entreprise, <http://www.bordeauxconseil.com>.

The Digital Culture Challenge, 2017, *Closing the Employee-Leadership Gap*, the Digital Transformation Institute, p. 23.



RERISS

Revue d'Etudes et de Recherches Interdisciplinaires en Sciences Sociales
ISSN: 2708-275X

Thévenet M., 1988, *La communication interne « au-delà de la falaise » ou la recherche d'une problématique*, Revue Française du Marketing, n° 120.

Watzlawick P., Beavin H., et Jackson D., 1972, *Une logique de la communication*, Paris, Le Seuil.

WEICK K.E., 1993, "The Collapse of Sensemaking in Organizations: The Mann Gulch Disaster", *Administrative Science Quarterly*, 38, 628-652.

Westphalen, M-H., 1995, *Communicator*, Paris, Dunod.

WEICK K.E., ROBERTS K.H., 1993 « Collective mind in organizations, Heedful interrelating on Flight Decks », *Administrative Science Quarterly*, vol. 38, pp. 359-383

Zarifian P., 1995, *Le travail et l'événement*, Paris, L'Harmattan.