



Discours politique et communication sur/pour le développement en Côte d'Ivoire : le rôle des formules et de l'humour

Nanga Désiré COULIBALY

Maître Assistant

Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan-Cocody

coulibaly.nanga84@ufhb.edu.ci

Amidou TOURÉ

Maître Assistant

Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan-Cocody

amidou.toure53@ufhb.edu.ci

Résumé

L'exercice du pouvoir politique se déploie avec un ensemble de messages visant à rassurer les populations et les militants. L'usage de formules dans le discours politique et/ou militant permet d'entretenir son modèle et style de gouvernance. Le Rassemblement des Houphouëtistes pour la Démocratie et la Paix (RHDP) au pouvoir véhicule des messages de mobilisation politique pour valoriser le leadership politique du président de la république. Entre le discours politique et le discours de la communication sur le développement en cours en Côte d'Ivoire, l'exercice du pouvoir donne à voir une stratégie discursive de promotion d'un bilan. Ainsi, l'engagement des acteurs politiques au pouvoir se construit sur un humour politique. D'où, l'interrogation suivante : comment les formules servent-elles dans la construction du discours politique des acteurs du parti au pouvoir en Côte d'Ivoire ? L'objectif de recherche est de décrire la présence de l'humour et des formules dans la communication des

acteurs politiques. L'hypothèse de cette étude est la suivante : le discours politique des acteurs politiques est alimenté par des formules et de l'humour structurant ainsi la communication sur/pour le développement en Côte d'Ivoire. Ce travail a une base théorique et conceptuelle fondée sur les travaux sur la formule de Krieg-Planque et la théorie des effets d'information en politique en considérant la prééminence de la présence médiatique du parti au pouvoir. Au niveau méthodologique, l'étude s'appuie sur une observation en ligne et sur un corpus de cinquante articles de presse. La méthode d'analyse est l'analyse descriptive du discours médiatique dans une perspective critique. Les résultats de l'étude nous indiquent que le discours politique dans l'exercice du pouvoir est caractérisé par l'usage de formule typique teintée d'humour et d'une rhétorique argumentative des travaux de développement en cours en Côte d'Ivoire.

Mots clés : humour politique, formule, discours politique, communication sur le développement

Abstract

The exercise of political power is accompanied by a series of messages aimed at reassuring the population and activists. The use of formulas in political and/or activist discourse helps to maintain the model and style of governance. The ruling Rally of Houphouetists for Democracy and Peace (RHDP) conveys messages of political mobilisation to promote the political leadership of the President of the Republic. Between political discourse and communication discourse on ongoing development in Côte d'Ivoire, the exercise of power reveals a discursive strategy of promoting a track record. Thus, the commitment of political actors in power is built on political humour. This raises the following question : how do formulas serve in the construction of the political discourse of the ruling party in Côte d'Ivoire ? The aim of this research is to describe the use of humour and set phrases in the communication of political actors. The hypothesis of this study is as follows: the political discourse of political actors is



Received: 10/03/2026 Accepted: 15/06/2026 Published: 15/07/2026

underpinned by set phrases and humour, thereby shaping communication on and for development in Côte d'Ivoire. This work has a theoretical and conceptual basis founded on the work on the Krieg-Planque formula and the theory of information effects in politics, considering the pre-eminence of the ruling party's media presence. Methodologically, the study is based on online observation and a corpus of fifty press articles. The method of analysis is a descriptive analysis of media discourse from a critical perspective. The results of the study indicate that political discourse in the exercise of power is characterised by the use of typical formulas tinged with humour and argumentative rhetoric about the development work underway in Côte d'Ivoire.

Keywords : political humour, formula, political discourse, communication on development

Introduction

L'objet de ce travail est de décrire le système d'énonciation qui structure la prise de parole publique et politique dans l'espace public médiatique ivoirien. Durant ces trois dernières décennies, nous avons observé l'usage de formules et de l'humour dans le discours des acteurs de la scène politique. Autant ceux du parti au pouvoir sont concernés, ceux de l'opposition en font autant. La littérature sur le discours politique et celui des politiques est abondante dans la conquête et l'exercice du pouvoir d'État (Lemieux, 2007 ; Amossy et Koren 2010 ; Charaudeau, 2011 ; Atchoua et Coulibaly, 2018 ; Coulibaly et Atchoua, 2019 ; Coulibaly, 2020 ; Kuda Bosale, Ahombo, Kuda Mbuya, et Baruti, 2023 ; Birama Diop, 2025). Selon les contextes, ce discours politique varie selon ses objets, ses objectifs, sa cohérence, sa pertinence et ses effets sur la vie quotidienne des populations ciblées. Le déploiement des différents ethos dans la construction du discours fluctue en fonction des enjeux et acteurs occupants la scène politique avec des positions d'exercice du pouvoir ou des positions de conquête du pouvoir.

La présence des acteurs politiques dans la sphère politique se résume souvent par leur performance oratoire, par leur prise de la parole marquante et séduisante ou qui devrait l'être. La communication politique emprunte aux médias les formats réduits pour séduire et influencer l'opinion publique. C'est pourquoi, comme le souligne (Le Hart, 1998, p. 20) que



les hommes politiques sont invités à apprendre à « faire court » : l'art de la « petite phrase », tout à la fois brève, simple, et distinctive, fait partie des figures imposées de la prise de parole politique aujourd'hui. En ce sens, Alice Krieg-Planque (2009) propose d'appréhender les actes de langage pour interpréter pertinemment un énoncé dans un contexte donné. En effet, ces actes de langage produisent un certain nombre d'énoncés qui connaissent un recyclage dans les médias favorisant leur reformulation et leur circulation dans l'espace public. Avec le surgissement des formules et autres petites phrases empruntées d'humour dans les discours politiques, il est nécessaire comme le précise Krieg-Planque de comprendre que le sens d'un mot est influencé par les interactions sociales dans un contexte socio-politique précis. Un acte d'énonciation comportant de l'humour agit avec plus de performance sur la réception surtout quand celle-ci se trouve dans la situation et le contexte de communication, capable d'interpréter les codes humoristiques (Coulibaly, Choquette et Stalder, 2026). Par ailleurs, faire la démonstration d'une collusion théorique entre le discours politique et la communication sur/pour le développement dans sa perspective politique ne sera aisé que si la récurrence des formules et des énoncés discursifs le consacre. Il faut se rappeler que les approches de communication et de sensibilisation pour le changement social et comportemental dans le contexte africain ont fortement utilisé la caricature et l'humour dans l'élaboration des messages. La tendance a été

de produire des contenus publicitaires montrant des personnages déformés, des produits et services intentionnellement amplifiés pour véhiculer un message et influencer un comportement à risque dans les domaines sociaux (santé, éducation et sécurité).

1- Problématique de l'usage de la formule et de l'humour dans le discours politique en Côte d'Ivoire

L'exercice du pouvoir politique se déploie avec un ensemble de messages visant à rassurer les populations et les militants. L'usage de formules dans le discours politique et/ou militant permet d'entretenir son modèle et style de gouvernance. L'homme politique en Côte d'Ivoire construit son image à travers ses prises de paroles remarquées lors des campagnes électorales ou encore dans l'exercice du pouvoir. L'humour en politique et celui de l'homme politique a fait l'objet d'une littérature abondante (Charaudeau, 2006 ; Touré, 2022) ce qui permet d'inscrire l'humour comme une stratégie discursive en milieu politique. N'étant pas en reste, le Rassemblement des Houphouetistes pour la Démocratie et la Paix (RHDP) au pouvoir véhicule des messages de mobilisation politique pour valoriser le leadership politique du président de la république à travers des formules humoristiques. Pour construire sa légitimité et marquer son mode discursif dans l'exercice du pouvoir en tant que parti politique (Cotteret, 1991, Lemieux, 2007). Entre le discours politique et le discours de la communication sur le développement en cours en Côte d'Ivoire, l'exercice du



Received: 10/03/2026 Accepted: 15/06/2026 Published: 15/07/2026

pouvoir donne à voir une stratégie discursive de promotion d'un bilan. Ainsi, l'engagement des acteurs politiques au pouvoir se construit sur un humour politique. D'où, l'interrogation suivante : comment les formules servent-elles dans la construction du discours politique des acteurs du parti au pouvoir en Côte d'Ivoire ? L'objectif de recherche est de décrire la présence de l'humour et des formules dans la communication des acteurs politiques. L'hypothèse de cette étude est la suivante : le discours politique des acteurs politiques est alimenté par des formules et de l'humour structurant ainsi la communication sur/pour le développement en Côte d'Ivoire. Des choix théoriques et méthodologiques sont nécessaires pour conduire ce travail, ils sont présentés ci-dessous car ils constituent un appui considérable à la conduite de cette réflexion.

2- Cadre de réflexion théorique et conceptuelle

Ce travail a une base théorique et conceptuelle fondée sur les travaux sur la formule de Krieg-Planque et la théorie des effets d'information en politique en considérant la prééminence de la présence médiatique du parti au pouvoir. Ainsi, le premier postulat théorique de cette étude mobilise le discours politique comme un lieu d'enjeux sociaux, politiques et économiques dans la nomination de la vie politique à travers des formules. Pour Alice Krieg-Planque (2009 : 7), la formule est « un ensemble de formulations qui, du fait de leurs emplois à un moment donné et dans un espace public

donné, cristallisent des enjeux politiques et sociaux que ces expressions contribuent dans le même temps à construire ». Si l'usage du terme polémique est fréquent dans le discours ambiant, usage de sens commun, il vaut de comprendre son processus de conceptualisation dans le domaine de la science. En se référant à Kerbrat-Orecchioni, pour son intérêt à ce concept, Amossy (2014) propose, en plus de ses définitions lexicographiques et ses indications étymologiques, d'explorer la façon dont ce vocable, abondamment usité sous sa forme substantive et adjectivale, mais aussi verbale (polémique) par ceux qui ne cessent de le brandir. D'autres procédés discursifs, servant à construire la polémique, apparaissent également dans le discours de presse. Il s'agit de l'enrôlement que Diassé et Coulibaly (2017) définissent par opposition au désenrôlement. Par ailleurs, le deuxième postulat théorique de ce travail mobilise le discours de la communication pour le développement comme un lieu d'influence, de changement social et comportemental dans une logique politique. Ce discours de la communication change parfois de perspective pour être un discours de la communication sur le développement (Coulibaly, 2020). Avec les mêmes objectifs, les deux formes de communication ont des approches différentes. Tandis que la première adopte une perspective de changement, la deuxième s'inscrit dans une posture critique. Les deux approches sont utilisées dans le cadre de ce travail. Ainsi, cette approche de la communication a toujours utilisé l'humour comme moyen de construire son effet d'annonce.



3- Corpus et méthodologie

Au niveau méthodologique, l'étude s'appuie sur une observation en ligne et sur un corpus de cinquante articles de presse. La méthode d'analyse est l'analyse descriptive du discours médiatique dans une perspective critique. Les résultats de l'étude nous indiquent que le discours politique dans l'exercice du pouvoir est caractérisé par l'usage de formule typique teintée d'humour et d'une rhétorique argumentative des travaux de développement en cours en Côte d'Ivoire. La période retenue pour constituer le corpus de l'étude est de 15 ans, de 2010 à 2025. Nous avons constitué un corpus de 52 formules dont les plus utilisées sont : "Émergence à l'horizon 2020" ; "l'état travail pour vous" ; "les moutons d'ADO" ; "l'argent travaille " ; "ADO goudron" ; "ADO solution"; "Avec ADO " ; "ivoirien nouveau" "C'est boucler, c'est caler, c'est gérer". "Le fauteuil présidentiel". "Il faut céder le tabouret". " Le PRADO", " une bande de ropéro" ; "le haut-parleur et le tam tam", " les kpafloteurs", " le candidat des Ivoiriens contre le candidat des étrangers ".

De ce corpus, nous avons sélectionné dix discours que nous analysons pour cet article. Nous les avons établis à partir de l'analyse descriptive de discours que nous avons faite depuis quelques années, lors de cours consacrés à l'étude de discours de la communication pour le développement. En effet, d'après Doury (2013), l'Analyse Descriptive du Discours (ADD) cherche avant tout à répondre à la question « comment

cette argumentation fonctionne-t-elle ? ». D'après Chauvin (2007) qui définit l'activité descriptive comme la réécriture et la construction, notamment par la forme énumérative d'un savoir sur le monde, l'ADD développe les phénomènes de régularité, la récurrence de catégories. Autrement dit, l'ADD s'intéresse aux pratiques répétitives. Et notre corpus a permis d'observer des pratiques répétitives dans les discours qui suscitent la polémique dans la presse écrite ivoirienne. Ainsi, aussi bien sur le plan théorique que méthodologique, nous travaillons dans la perspective de l'analyse du discours qui est à la fois une science et une méthode d'analyse.

4- Résultats : la vie des formules dans le discours politique et dans la communication pour le développement en Côte d'Ivoire

Le discours politique est en soi un acte de communication politique. Pour ce faire, Krieg-Planque (2009) appréhende la communication comme un ensemble de savoir-faire relatifs à l'anticipation des pratiques de reprise, de transformation et de reformulation des énoncés et de leurs contenus. En d'autres termes, le discours politique est traversé par un ensemble de formules, de petites phrases, de slogans ou encore de lieux discursifs. Ce sont ces énoncés spécifiques et médiatiquement remarquables (Ollivier-Yaniv, 2011, p. 60), relativement concises, rendant un propos plus vaste (Leroux, Riutort, 2011, p. 69) qui modèlent les pratiques des acteurs politique et appeler à être repris et à circuler dans l'espace public.



4.1. Les formules Identitaires et exclusionnistes

De mémoire d'ivoiriens, les formules infra apparaissent dans le champ politico-médiatique et repris par les populations. Dans le contexte d'ivoirité et de débats identitaires qui ont cours dans l'espace public dans les années 90, dans une posture argumentative, le ministre de la justice d'alors M. Faustin Kouamé évoque la distinction de l'appartenance nationale. Il catégorise les ivoiriens entre Ivoirien de source ; Ivoirien de source multi-séculaire ; Ivoirien de circonstance. La querelle de l'ivoirité manipulée fera de ces formules des énoncés détachables, repérables, "médiatisables". Ces expressions sont reprises abondamment dans le champ politique, pour le régime de Bédié, au pouvoir (1993-1999), il s'agit de justifier à travers ces formules que le leader du RDR, aujourd'hui RHDP, Alassane Ouattara n'est pas ivoirien. Ces formules établissent une catégorisation des ivoiriens selon leur supposée origine. Krieg-Planque (2003) souligne que ces lieux discursifs peuvent faire office de textes-clés, de preuves authentifiantes, d'indices d'historicité, de slogans, de mots d'ordre, de désignant ou encore de formules. C'est pourquoi, l'on envisage la formule comme une catégorie particulière de lieu discursif. En d'autres termes, la formule s'appuie sur un déjà là, préexistant d'où surgit la formule. En effet, sortie du discours d'un acteur politique, la formule « Ivoirien de source » désigne un Ivoirien dont l'origine ne souffre d'aucune contestation. Son origine est alors dite de souche. Par adjonction de l'adjectif composé multi-séculaire,

la formule initiale devient « Ivoirien de souche multi-séculaire » pour insinuer l'appartenance nationale ou la citoyenneté par l'ancienneté à l'effet de discriminer les Ivoiriens. Il y a donc une exclusion de ceux des Ivoiriens ayant acquis la nationalité ivoirienne par la naturalisation ou ceux issus de la migration. La politique exclusionniste, par l'instrumentalisation du concept de l'ivoirité, a dans la bataille électorale des années 90, donné naissance aussi à la création dans les prises de parole politique à la formule « Ivoirien de circonstance ». Ce syntagme prépositionnel à valeur dépréciative met à l'index des Ivoiriens taxés d'opportunistes pour des raisons économiques, politiques etc.

4.2. Les formules de personnification et de communication propagandiste

Les slogans de campagne dont la visée est de promouvoir une vision politique ou à mobiliser l'électorat voient circuler des formules. Celles-ci vont de la description de programmes de gouvernement ou projet de société à une mobilisation sociopolitique et communautaire. Les formules de personnification mettent en avant le leadership du candidat. Relativement courtes, ces formules résument des projets de société sous la forme slogan avec pour objectif la mémorisation et l'impact sur les populations. Reboul appelle slogan une formule lapidaire de nature « polémique et le plus souvent anonyme, destinée à faire agir les masses tant par son style que par l'élément d'auto-justification, passionnelle et rationnelle, qu'elle comporte » (Reboul, 1975, p. 42). En 2010,



le slogan de la campagne de l'élection présidentielle, du candidat RDR, Alassane Ouattara est le suivant: « ADO solution » ; « Avec ADO » . En contexte électoral, comme le précise Coulibaly, N. (2021, p. 85) « la qualité de la formule découle ainsi de la capacité à occuper la scène publique, à transiter d'un locuteur à un autre avec les inflexions sémiques et interprétations que cela suppose. Dans le flot verbal qui accompagne la campagne électorale en 2010, on retient la formule « ADO solution ». En effet, ladite formule relevant du slogan de communication politique valorise le candidat du RDR d'alors comme un leader capable d'apporter des réponses efficaces aux problèmes sociétaux des Ivoiriens. Dans la veine, le slogan de la campagne électorale 2015, la formule utilisée « Avec ADO » retentit comme un cri de ralliement politique. Elle est une formule d'adhésion dans la mesure où le président Alassane Ouattara était le candidat unique du RHDP, avec l'appel de Daoukro lancé par Bédié. Cette formule, en dépit des cris d'orfraie, invitait les voix discordantes militants du PDCI, parti allié au RHDP, pour relever ensemble les défis nouveaux. La brièveté de ces formules leur confère la qualité de repérabilité, son rôle structurant de l'espace, à un moment donné, et le positionnement des acteurs sociaux soutient Coulibaly N. (2021). Les campagnes électorales sont également des périodes de conquête d'électeurs qui ne peut se faire sans une communication de propagande des partis en compétition électorale. Dès lors foisonnent dans l'espaces public des

formules destinées à être reprises et circulées comme à ventiler les idéaux de leur proférateur. « Ivoirien nouveau », formule-concept constituée d'un nom propre de nationalité et un adjectif permet non seulement de mobiliser l'électorat mais aussi de promouvoir l'idéologie de l'archétype de l'ivoirien, aujourd'hui affublé, de nouvelles valeurs. L'axiologique nouveau introduit un changement de paradigme en rupture d'avec l'ivoirien d'autrefois. Cette formule participe de la construction de la vision politique du président Alassane Ouattara pour l'ivoirien. Pour le dire autrement, le citoyen ivoirien tient une place de choix dans le programme du candidat du RHDP.

Les formules de communication propagandiste « L'État travaille pour vous » et par opposition la formule « l'argent ne circule pas » donnent un aperçu du débat public sur fond de polémique. En réaction aux voix qui s'élèvent pour décrier la gouvernance de Alassane Ouattara, le président répond par la formule « l'État travaille pour vous ». La réplique viendra de la presse de l'opposition avec la formule « l'argent ne circule pas » qui en réalité est une boutade pour matérialiser le fait que sous la gouvernance Ouattara la circulation de l'argent se raréfie. Cette formule est reprise de la presse locale pour évoquer la grogne des ivoiriens (Coulibaly N., 2021). Dans une perspective prospective, le président Alassane Ouattara a fait une promesse à travers la formule « Émergence à l'horizon 2020 ». Pour les tenants du pouvoir la Côte d'Ivoire avec la politique de développement



économique initiée par Alassane Ouattara, le pays comptera au nombre des nations émergentes en 2020.

4.3. Les formules critique et métaphorique

Le leader politique est associé à des réalisations. En tant que mission régalienne de l'état, la mise en œuvre des politiques et plans de développement passe par des réalisations d'infrastructures et des réformes majeures. Un discours populaire, favorable ou défavorable au pouvoir en place, peut se construire sur la base de ces acquis. En Côte d'Ivoire, les militants des partis politiques vouent un culte à la personnalité de leurs leaders au point que ces derniers finissent par les identifier métaphoriquement à leurs réalisations. Ainsi, les formules « ADO goudron » ; « Le PRADO » dans leur surgissement dans l'espace public érige l'homme politique en symbole. Ce dernier devient un concept ou mieux encore une figure emblématique. La formule « ADO goudron » fait référence aux actions de développement du président Alassane Ouattara notamment la construction des infrastructures routières. C'est pourquoi, ses partisans associent son nom à un élément caractéristique de son action au point d'en faire une marque distinctive de sa vision de modernisation du pays. La formule métaphorique « Le PRADO » est un autre pseudonyme politique de Alassane Ouattara paru dès son accession au pouvoir. En le décomposant, la formule est constituée de PR + ADO qui signifie le président Alassane Dramane Ouattara. En effet,

"PRADO" est une grosse cylindrée de type 4×4 de la marque Nissan. Cette voiture onéreuse est un symbole de puissance et de noblesse. Partant, conférer ces caractéristiques à ADO, c'est le valoriser en lui attribuant les valeurs d'un homme de pouvoir puissant. En revanche, on peut considérer que la formule « ADO goudron » est un argument de campagne du RHDP pour mettre en lumière les réalisations du PRADO qui dans son fonctionnement est une boutade à l'opposition qui affirmait par la formule « on ne mange pas goudron » pour délégitimer et discréditer les œuvres de Ouattara. On s'aperçoit que dans ces emplois gît le conflictuel comme signaler supra. On entre par dialogisme dans une sorte d'attaque et de défense entre les partis et par presse interposée.

En Côte d'Ivoire, de nombreuses images représentent le pouvoir ou la communication politique de ce pouvoir. Certaines métaphores illustrent le lien qui est fait avec les appareils du pouvoir traditionnel chez certains grands groupes ethniques du pays. Parmi ces attributs, il y a la chaise ou le tabouret royal.e chez les Akans destiné.e uniquement qu'au chef ou au roi. Elle/il symbolise la légitimité du pouvoir. Fort de la représentation de cet instrument dans l'imaginaire des populations, en être le garant, consolide le pouvoir de celui qui y prend place. Son pouvoir devient légal et légitime. Lorsque sonne le glas, en 2018, entre l'ancien président de l'Assemblée Nationale, Soro Guillaume et le RHDP, son successeur a cru bon de lancer à la cantonnade « il faut céder le tabouret ». Cette expression adresse une critique



acerbe à l'égard de Soro Guillaume. Cette formule-phrase qui demande à Soro Guillaume de ne point s'accrocher au pouvoir dont l'image est le siège. Autrement dit, ce tabouret n'est pas la propriété de Soro dans la mesure où ce siège revient au parti ayant gagné les élections législatives, ici Le RHDP auquel il refuse d'appartenir.

Pour l'expliquer autrement, toute personne qui dit non, doit logiquement renoncer au pouvoir. Pour répondre à cette supposée accaparement du tabouret que la formule-phrase injonction l'invite à un départ volontaire en abandonnant ce siège. L'allégorie du « haut-parleur » et du « micro » au PDCI-RDA mué en conflit traduit les enjeux de pouvoir et d'influence en deux personnalités du PDCI. Il s'agit à travers cette querelle de communication d'une crise de positionnement entre Guikahue, le secrétaire exécutif et le ministre Adjoumani, porte-parole du parti. Toa (2018) affirme qu'il y a un jeu de mots allégoriques, d'oppositions d'idées et de postures ou de fonction. Ceci consacre le désaccord sur la formule d'exécution de l'alternance au sein du RHDP qui corse les clivages entre les principaux alliés. Cette situation cristallise les positions tranchées des militants PDCI à travers les positionnements antagonistes de Guikahue et Adjoumani. En plus, « le fauteuil présidentiel » est une métaphore du pouvoir. L'emploi de cette formule évoque la compétition électorale pour l'accession au pouvoir. Mieux, elle informe que le poste suprême de la présidence n'est dévolu qu'à une seule personne, le vainqueur des élections. Le fauteuil qui

consacre la légitimité du président élu ne saurait être un banc où plusieurs personnes peuvent y prendre place. Le pouvoir ne se partage pas. Il ne se transmet pas comme dans une monarchie. Il se conquiert d'où la symbolique du fauteuil pour marquer l'unicité du tenant du pouvoir.

Il convient également de faire remarquer que l'autodérision et les critiques des adversaires ou des partisans de manière dévalorisante ou moqueuse foisonnent dans le discours des acteurs politiques et sur les espaces médiatiques. L'exemple emblématique est la formule « Les moutons d'ADO » qui réfère péjorativement aux militants du RHDP qui suivent aveuglement leur mentor ADO. Par ailleurs, on peut faire remarquer la circulation dans les médias de l'argument de campagne en 2010, du FPI, de la formule « le candidat des ivoiriens contre le candidat des étrangers ». Cette formule franchit le rubicond de l'ivoirité. Elle partenarise les ivoiriens en deux camps sur un fondement nationaliste. Cette formule trouve un ancrage dans les relents exclusionnistes. C'est une formule qui charrie le clivage identitaire. Accordant une interview à NCI, dans l'émission "sans réserve", le candidat déclaré à la présidentielle d'octobre 2025, Jean Louis Billon est en désaccord avec la direction du PDCI et président Tidjane Thiam, de s'opposer à la convention et de piétiner les textes du PDCI. Dans une posture critique, il appelle tous ceux qui gravitent autour de Thiam d'une « bande de ropéro ». Le langage populaire attribue au mot « ropéro » une connotation négative. La formule une « bande de ropéro » désigne un conglomerat de



chambellans au service du président de Tidjane Thiam. Pour Jean Louis Billon, ces chambellans sont des opportunistes dont les opérations sont inopérantes, inefficaces. Plus précisément, ce sont des suiveurs dont l'activité est d'être exclusivement à la solde de Tidjane Thiam. Le rôle consiste plus à induire Tidjane Thiam en erreur que de lui prodiguer des conseils.

4.4. Les formules du langage de la rue

Les expressions issues du langage populaire sont mobilisées pour simplifier et ancrer le discours politique dans la réalité quotidienne. Entre populisme et besoin de toucher toutes les franges de la population, le discours est construit avec des énoncés-chocs qui durent un certain temps dans l'opinion publique nationale. En effet, ces formules rentrent dans le lexique courant pour camper toutes les situations politiques et sociales. On y a recours pour créer un lien de proximité avec les populations par effet de stylisation. C'est l'exemple de la formule « C'est bouclé, c'est calé, c'est géré ». En 2020, dans la perspective de l'élection présidentielle, le Hamed Bakayoko a scandé cette formule. Elle permet de renforcer la confiance des militants RHDP. Par ailleurs, l'usage en fait un contre-discours face aux attaques de l'opposition. Ainsi, il annonce par ladite formule que la situation est maîtrisée et verrouillée. Le discours populaire ivoirien, encore appelé, le français populaire ivoirien se trouve être le creuset des formules et des phrases courtes dans

la dynamique du discours politiques. L'une des spécificités fortement présente dans le discours, il s'agit des caractéristiques de l'humour.

4.5. Les formules d'humour et d'ironie

Les rassemblements et les mobilisations politiques sont qualifiés et désignés en fonction de leur ampleur avec une touche d'humour. Ainsi, des rôles sont donnés, de la stigmatisation est faite, du dialogisme est mobilisé pour répondre à d'autres formules énoncées par l'adversaire politique et qui circule dans les médias et les espaces publics. Avec un brin d'humour l'opposition se moque des partisans du RHDP. Ainsi sont-ils devenus « Les moutons d'ADO ». Ils sont comparés à des suiveurs, sans capacités de réflexion et dociles comme des moutons. La crise de positionnement au PDCI, la formule « le haut-parleur et le tam-tam » employée par le secrétaire exécutif et le porte-parole permet à chaque personnalité de tourner en dérision l'autre. La situation que dépeint cette formule est ironique. Chacun des protagonistes de ce conflit, utilise des instruments de communication pour se faire entendre. L'action de ces leaders s'inscrit toujours la visée propagandiste du parti. Ce, pour que leurs voix soient audibles dans la diffusion claire des messages du président Bédié.

La guerre de positionnement au PDCI engendre autant de commentaires que de désinformation. Toute cette production discursive dans le français populaire ou nouchi est désignée par la formule « Kpaflotage ». Ceux qui prononcent ces



Received: 10/03/2026 Accepted: 15/06/2026 Published: 15/07/2026

mensonges sont des « kpafloteurs ». Cette formule, en politique, évoque des acteurs opportunistes et abonnés aux mensonges, à la démagogie et autres actions de tromperie. En d'autres termes, la formule « kpafloteur » est une critique humoristique des politiques ivoiriens enclins à la versatilité au gré de leurs intérêts. « Digba dette », « Doumgba travail », ces deux formules symbolisent une passe-d'arme entre PPA-CI et RHDP. Elles sont des formules à la fois valorisantes et stratégiques et contradictoirement, elles relèvent de l'ironie, de l'exagération et sur du sarcasme. Ainsi, elles structurent le discours politique en procédant du cadrage pour orienter selon le filtre interprétation de chaque bord politique, une compréhension différente de leur emploi respectif. Au cours d'un meeting, Laurent Gbagbo, président du PPA-CI, sur ton sarcastique, s'attaque à la dette contractée par la Côte d'Ivoire. Il ironise sur la dette par l'utilisation du lexique nouchi : Digba qui signifie énorme, monumental, colossal. Il remet en cause la politique économique du RHDP qualifiée de « Digba dette ».

En réponse à cette critique, le porte-parole du RHDP, le Ministre KOUASSI Adjoumani, parodie la formule « Digba dette » en « Doumgba travail ». En effet, le ministre Adjoumani explique sur le même ton humoristique que la dette a servi à la réalisation au développement de la Côte d'Ivoire n'en déplaise au proférateur « digba dette » car cette dette est mise à la disposition des populations pour leur bien être non au profit d'une élite politique. C'est pourquoi, le

président Alassane Ouattara abat un « Doumgba travail » avec cette dette. On aura remarqué que la compréhension de la dette et où son utilisation est polémique. Ces deux formules traduisent la conflictualité ambiante qui cerne la scène politique. On assiste à la production d'un discours et par dialogisme à un contre-discours. Les acteurs politiques ivoiriens jouent de l'humour pour délégitimer, discréditer, ridiculiser, critiquer l'adversaire politique.

Discussion-conclusion : quand le discours politique se bâtit sur des formules et l'humour

D'une certaine manière, la conquête et l'exercice du pouvoir d'état se construit avec des pratiques discursives qui sont ancrées dans le contexte ivoirien et l'humour occupe une place centrale. De Charaudeau (2006, 2011) à Krieg-planque (2009) les différentes déclinaisons de l'usage de l'humour dans le discours politique permettent de constater la présence accentuée de certaines formules contextualisées dans la construction du sens et de l'image de l'acteur politique et des partis politiques en Côte d'Ivoire. Cette étude permet de comprendre le rôle de la formule et de l'humour dans le débat politique et le discours médiatique. Si les partis politique de l'opposition utilisent l'humour pour dramatiser le bilan de la gestion du parti au pouvoir, celui-ci utilise aussi l'humour pour vanter son bilan. Ainsi, l'humour apparait ici comme un lieu de communication politique et publique. Les formules enrobées d'humour qui circulent, en même temps qu'elles



Received: 10/03/2026 Accepted: 15/06/2026 Published: 15/07/2026

instruisent les populations, elles constituent le lieu de la critique sociale.

Le discours politique se construit dans une dynamique d'affrontement discursif et énonciatif dans les médias. Ainsi, un discours médiatique découle de cet environnement politique montrant la dynamique de la scène politique (Touré, 2023, 2024). Le débat politique dans les médias se nourrit et se construit avec des formules teintées d'ironie mais portant pourtant sur des sujets politiques d'une grande importance pour la Côte d'Ivoire. Entre des acteurs politiques, il se dessine involontairement une éducation populaire sur des questions peu connues du grand public. L'humour devient un vecteur d'instruction des populations.

Au terme de cette analyse, en constatant la prégnance de formules qui circulent dans le discours politique (entretien réalisé avec Zohoré Lassane, 2026) de la communication pour le développement, il importe de souligner que les approches de communication qui utilisent l'humour dans la perspective du changement social et comportemental. Elles se présentent et structurent le discours politique dans l'exercice du pouvoir.

Pendant longtemps, l'humour à travers la caricature a servi comme approche de sensibilisation et d'éducation pour l'adoption de nouveaux comportements sociaux. Encore aujourd'hui le dessin de presse et la caricature sont de puissants vecteurs d'influence et d'expression politique. De plus, des degrés de sens peuvent s'utiliser de manière subtile avec l'interlocuteur et ou la cible qui peuvent avoir les

moyens de décoder le message véhiculé (Coulibaly, Choquette et Stalder, 2026). Ce travail permet de souligner certains constats dans le discours politiques qui sont fondés sur certaines évidences des acteurs, les adversaires politiques et les médias qui véhiculent avec un certain humour la vie et les perspectives politiques. Le débat et le discours politique constituent une dynamique de communication fondée sur des modes et des modalités de parler ou faire de la politique en Côte d'Ivoire. Ainsi, une des perspectives de cette étude commande de saisir les caractéristiques majeures des entités, des instances et personnalités politiques.

Références bibliographiques

- AMOSSY Ruth (2014), *Apologie de la polémique*, Paris, Presses Universitaires de France, L'interrogation philosophique, 239 p.
- AMOSSY Ruth et KOREN Roselyne (2010) « Argumentation et discours politique », Mots. Les langages du politique. URL : <http://journals.openedition.org/mots/19843> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/mots.19843>.
- ATCHOUA N'guessan Julien et COULIBALY Nanga Désiré (2018), « Communication gouvernementale et santé publique en Côte d'Ivoire : ce que le discours politique veut dire... », *Revue de Littérature & d'Esthétique Négro- Africaines*, Vol 3, p.53-63.



Received: 10/03/2026 Accepted: 15/06/2026 Published: 15/07/2026

CHARAUDEAU Patrick (2014), *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Éditions Lambert-Lucas.

CHARAUDEAU Patrick, (2002), *Análisi del discurs polític*, IULA-UPF, Barcelone, <http://www.patrick-charaudeau.com/A-quoi-sert-d-analyse-le-discours.html>

CHARAUDEAU Patrick (2011), *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Médias-Recherches, De Boeck Supérieur. 256 p.

COTTERET Jean Marie (1991), *Gouverner c'est paraître*, Paris, PUF, 175 p.

COULIBALY Nanga Désiré et ATCHOUA N'guessan Julien, (2019), « Politique de « gratuité » des soins et enjeux de communication pour la santé en Côte d'Ivoire », In *Revue scientifique en sciences de l'information et de la communication, communication en question*, n°12, p.01-21.

COULIBALY Nanga Désiré, (2020), *Discours de la communication sur le développement sanitaire en Afrique : quelle réception des prescriptions en Côte d'Ivoire ?* Thèse de Doctorat, Département des sciences de l'information et de la communication, Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan-Côte d'Ivoire.

COULIBALY Nanga Désiré, CHOQUETTE Emmanuel et STALDER Pia, (2026), *Les humours (il)limités : facilitateur de culture de paix ? Perspectives*

internationales et interdisciplinaires, Editions l'Harmattan.

COULIBALY Nanouroug, (2021), *Titrologie. La guerre des tranchées médiatiques en Côte d'Ivoire* Abidjan, LiLaS / Éditions de l'ONVDP, 146 pp.

DIASSE Alain et COULIBALY Nanga Désiré (2017), « Processus de construction du discours de la communication pour le développement », Lomé, Revue scientifique de littérature et sciences humaines, Multifontaines, p.347-363.

DIOP Birama, (2025), « Le discours de légitimation du pouvoir politique africain » Akofena n°16, Vol.5

DOURY Marianne, (2013), « Positionnement descriptif, positionnement normatif, positionnement militant », Argumentation et Analyse du Discours. [En ligne], 11 | 2013, mis en ligne le 15 octobre 2013, Consulté le 20 août 2014. URL : <http://aad.revues.org/1540>.

KRIEG-PLANQUE Alice. (2009.), *La notion de "Formule" en Analyse du discours. Cadre Théorique et méthodologique*. Besançon, Presses Universitaires de franche- Comté.

KUDA Bosale Benoît-Pépé, AHOMBO Andia Lisimo Liliane, KUDA Mbuya Héritier, Et BARUTI Limbaya Clément (2023), « Exercice problématique du pouvoir politique en Afrique. Causes et pistes de solutions ». EPH - International Journal Of Humanities And Social Science, Volume 08 Issue 03.

LE BART Christian (1998), *Le discours politique*, Paris, PUF.



- LEMIEUX, V. (2007) « Discours et pratiques des partis politiques ». *Politique et Sociétés*, 26(2-3), 5-18.
<https://doi.org/10.7202/017660ar>
- LEROUX Pierre, RIUTORT Philippe (2011), « Les émissions de divertissement, de nouveaux lieux de valorisation des petites phrases », *Communication & langages*, 168, pp.69-80.
- OLLIVIER-YANIV Caroline, (2011), Les « petites phrases » et « éléments de langage » Des catégories en tension ou l'impossible contrôle de la parole par les spécialistes de la communication Dans *Communication & langages*, n° 168, p 57-68
- REBOUL Olivier (1975), Le slogan. Coll. « L'humanité complexe ». Bruxelles, Éditions Complexe.
- TOA AGNINI Jules Évariste, (2018), Analyse du conflit médiatique dans une organisation politique: de l'allégorie du "micro" et du "haut-parleur" au PDCI-RDA, *La Saison des Plus*, n°11, p. 173-188
- TOURE Amidou (2022) « Parler de l'actualité en riant : une lecture du discours de l'émission radiophonique Place publique », In Stalder Pia., Coulibaly N., D. & Agbobli C. (2022). *L'humour comme scène de jeux et enjeux sociaux. Perspectives internationales et interdisciplinaires*. Paris ; éditions L'harmattan.
- TOURÉ Amidou (2024), *La géopolitique des médias ivoiriens dans les crises en Côte d'Ivoire : mésalliance politique, crise électorale (2020) et polémique autour de la CEI*,

Revue Togolaise des Sciences, Numéro Spécial p. 153-166

TOURÉ, Amidou. (2023). La une des journaux ivoiriens comme un espace public : une approche par la controverse autour de la CEI, vue della/afrique vol. 5 No 13, p. 12-25