... ZAOULI N°15, Septembre 2026, pp. 823-847 ISSN : 2788-9343

Soumission: 02/08/2026 Acceptation: 03/09/2026 Publication: 03/11/2026

La fabrique iconographique du leadership : Une analyse sémiotique de l'affiche d'ado à l'élection présidentielle du 25 octobre 2025 en Côte d'Ivoire

Anonkpo Julien ADJUÉ
Université Alassane Ouattara
Bouaké, Côte d'Ivoire
julienadjue@uao.edu.ci

Résumé
L'affiche électorale constitue en Côte d'Ivoire un support de communication politique privilégié, dont l'analyse scientifique demeure pourtant largement descriptive et dépourvue d'outils iconiques rigoureux. Cet article se propose de combler ce déficit méthodologique en analysant les mécanismes iconiques de production de sens à l'œuvre dans l'affiche officielle de campagne d'Alassane Ouattara pour l'élection présidentielle du 25 octobre 2025. Pour réussir cette étude, nous formulons la question de recherche suivante : comment les signaux iconiques s'articulent-ils dans l'affiche de campagne d'ADO pour orienter la décision de vote à l'élection présidentielle ivoirienne du 25 octobre 2025 ? La recherche, qualitative et interprétative, relève du paradigme de la sémiotique visuelle appliquée et repose sur l'étude monographique d'un document unique. Elle mobilise un cadre théorique croisant la linguistique saussurienne, la sémiologie de l'image barthésienne et la sémantique structurale greimassienne, complétées par les apports de la pragmatique et de la sociosémiotique. La grille d'analyse, présentée sous forme de tableau à cinq colonnes, décompose chaque association de signaux selon un parcours allant du signal perceptible au sème connoté, en passant par le contexte iconique, le sémème dénoté et le contexte situationnel. Huit associations de signaux ont été identifiées et décodées. Les résultats révèlent une construction iconique d'une remarquable cohérence, organisée en trois figures symboliques complémentaires : la bénédiction institutionnelle, le candidat charismatique et le porteur de modernité nationale. Ces figures s'emboîtent selon une logique circulaire où l'institution légitime la personne, la personne incarne le projet et le

projet justifie rétroactivement l'investiture. L'affiche opère ainsi la naturalisation du politique décrite par Barthes, en donnant pour évidence naturelle ce qui procède d'une construction délibérée.

Mots-clés : Sémiotique visuelle ; affiche électorale ; sème connoté ; communication politique.

Abstract

Election posters are a privileged medium of political communication in Côte d'Ivoire, yet scholarly analysis of them remains largely descriptive and lacks rigorous iconic tools. This article addresses this methodological gap by examining the iconic mechanisms of meaning production at work in Alassane Ouattara's official campaign poster for the presidential election of 25 October 2025. In order to carry out this study, we formulate the following research question: how do iconic signals combine in ADO's campaign poster to shape voting decisions in the Ivorian presidential election of 25 October 2025? The study is qualitative and interpretive, situated within the paradigm of applied visual semiotics, and rests on the monographic analysis of a single document. Its theoretical framework combines Saussurean linguistics, Barthesian image semiology and Greimassian structural semantics, supplemented by insights from pragmatics and sociosemiotics. The analytical grid, presented as a five-column table, breaks down each cluster of signals along a path leading from the perceptible signal to the connoted seme, by way of the iconic context, the denoted sememe and the situational context. Eight clusters of signals were identified and decoded. The findings reveal an iconic construction of remarkable coherence, organised into three complementary symbolic figures: institutional blessing, the charismatic candidate and the bearer of national modernity. These figures interlock in a circular logic whereby the party legitimises the person, the person embodies the project, and the project retroactively justifies the investiture. The poster thus performs the naturalisation of the political described by Barthes, presenting as self-evident what is in fact a deliberate construction.

Keywords: Visual semiotics; election poster; connoted seme; political communication.

Soumission: 02/08/2026 Acceptation: 03/09/2026 Publication: 03/11/2026

Introduction

L'analyse de l'image politique s'appuie sur des cadres théoriques bien établis en Occident. Roland Barthes (1964, p. 40) a jeté les bases de la sémiologie de l'image en démontrant que dans la communication publicitaire ou institutionnelle, la signification de l'image est intentionnelle et ses signes sont formés pour assurer une lecture optimale. Toutefois, l'image est fondamentalement polysémique et implique une « chaîne flottante » de signifiés parmi lesquels le lecteur doit naviguer (Barthes, 1964, p. 44). Pour appréhender cette complexité, la sémiotique visuelle envisage l'image comme un système de signification doté d'une organisation interne autonome (Groupe µ, 1992, p. 11). Même si Joly a proposé une grammaire de l'image fixe directement applicable aux affiches électorales (2005, p. 9), cet article a l'intention de donner des outils d'analyse des images aux étudiants et autres sémioticiens. Compte tenu de la complexité d'interprétation des images du point de vue sémiotique, il est opportun de mettre à disposition des étudiants et chercheurs des outils tels savoirs.

Dans les régimes démocratiques, le champ politique se présente comme une sphère libre où l'activité des partis politiques consiste à courtiser les masses en s'appuyant sur des idéologies et des programmes de société (Coulibaly, 2024, p. 200). Pour ce faire, le marketing politique fournit les stratégies nécessaires dans l'optique de persuader les électeurs et maximiser les performances électorales. La campagne électorale constitue à cet égard une période charnière caractérisée par une hypermédiatisation du

discours politique. C'est le discours lui-même qui donne du sens à l'événement politique. En effet, durant cette période, le langage se doit d'être performant politiquement, car la performance politique est intrinsèquement liée au langage (Barbet et Mayaffre, 2009, p. 5). L'affiche politique se présente alors comme un support de communication privilégié, capable de transmettre du sens à travers ses invariants constitutifs : l'identification du candidat, le message, les codes visuels et l'implication de l'électeur. Elle matérialise une interaction étroite entre émetteurs et récepteurs, s'insérant dans des pratiques concrètes, historiques, économiques, esthétiques et politiques (Ramognino, 1992, p. 321). Ce support, qualifié de « forme de publicité politique visible sur un support particulier » (François, 2013, p. 255), voit son taux d'utilisation augmenter fortement lors des compétitions électorales, à l'instar de l'élection présidentielle d'octobre 2025, en Côte d'Ivoire.

Dans l'univers de la communication politique, l'identité visuelle revêt un rôle hautement stratégique en devenant des vecteurs de différenciation idéologique, de légitimation et de mobilisation (Soumahoro et *al.*, 2025, p. 1395). Dans une société à forte tradition d'oralité comme la Côte d'Ivoire, la communication visuelle acquiert une résonance particulière. Toute image y constitue un acte qui tisse la réception en organisant le regard, en modelant l'interprétation et en inscrivant la mémoire collective (Joly, 1993, p. 46).

L'image de campagne politique constitue l'un des genres iconiques les plus codifiés. Loin d'être une simple photographie neutre, elle résulte d'une construction sémiotique délibérée où chaque signal visuel (posture, couleur, regard, cadrage, typographie) est porteur de sens et concourt à l'édification d'une figure symbolique. Cependant,

Soumission: 02/08/2026 Acceptation: 03/09/2026 Publication: 03/11/2026

l'analyse scientifique de ce support en Côte d'Ivoire se heurte à un double problème de recherche.

D'une part, sur le plan méthodologique, la recherche locale ne dispose pas d'un outillage iconique rigoureux. Les analyses disponibles demeurent essentiellement descriptives et omettent de décomposer scientifiquement les mécanismes de production de sens iconique selon une méthode validée. Ce gap analytique limite considérablement la compréhension des stratégies de persuasion visuelle en contexte électoral ivoirien. D'autre part, sur le plan de la réception, l'affiche politique est confrontée au défi de sa polysémie intrinsèque. Ceci rend complexe le décodage systématique de l'intention politique investie dans l'image globale. Le problème fondamental réside donc dans l'élucidation de la manière dont une affiche politique parvient à canaliser cette polysémie pour imposer une interprétation univoque et générer une adhésion électorale forte.

Pour guider notre investigation, nous formulons la question de recherche suivante : comment les signaux iconiques s'articulent-ils dans l'affiche de campagne d'ADO pour orienter la décision de vote à l'élection présidentielle ivoirienne du 25 octobre 2025 ?

L'objectif principal de cet article est d'analyser de manière systématique les mécanismes iconiques de production de sens à l'œuvre dans l'affiche de campagne d'Alassane Ouattara pour l'élection de 2025.

Il vise aussi à démontrer comment huit associations de signaux visuels construisent une figure politique quadridimensionnelle et produisent un effet de persuasion électorale.

Pour atteindre ces objectifs, cette étude applique rigoureusement la méthode structurale de décodage des signes iconiques. Cette démarche analytique consiste à décomposer méthodiquement l'image en progressant du signal physique brut vers le semème dénoté, puis vers le sème connoté, en s'appuyant systématiquement sur le détour analytique du contexte situationnel et historique ivoirien.

Le présent article s'organise autour de trois sections principales. La première section exposera le cadre théorique de la sémiotique politique de l'image, en croisant les théories de l'image avec les approches rituelles et performatives des sciences sociales. La deuxième section présentera l'application de la méthode structurale à l'affiche de campagne de 2025, en identifiant et en décortiquant huit associations de signaux visuels qui façonnent la figure quadridimensionnelle du candidat Alassane Ouattara. Enfin, la troisième section analysera la réception esthétique et cognitive de ce dispositif visuel par l'électorat ivoirien, démontrant comment l'articulation de ces codes visuels contribue à construire la légitimité politique et à orienter l'acte de vote.

1- Ancrage théorique

Ciment conceptuel et scientifique, l'ancrage théorique, dans le cadre de cette étude, fonde ses racines sur des concepts développés par des auteurs des fondations linguistiques, de la sémiotique structurale et de la sémiologie de l'image. L'analyse s'appuie sur les fondements qui suivent.

1.1- Théorie de la linguistique moderne

Ferdinand de Saussure (1995, p. 99) a développé le signe, en mettant en relation le signifiant (signal, forme perceptible)

Soumission: 02/08/2026 Acceptation: 03/09/2026 Publication: 03/11/2026

et le signifié (concept). Le signe est à la base de toute analyse sémiotique moderne. Il a expliqué que le sens d'un signe se définit par rapport aux autres signes dans un système. Cette valeur est définie par différence avec les autres signes du système.

Dans l'analyse de l'affiche électorale d'ADO, le terme signal est mis pour le signe. Il est aussi un générique issu des théories de la communication pour « signifiant ». Il est le point de départ de l'analyse sémiotique d'une affiche publicitaire politique.

1.2- Théorie de la sémiologie de l'image

Roland Barthes est la figure emblématique pour l'opérationnalisation des concepts cités, particulièrement dans l'analyse des images (contexte iconique) et de la culture de masse. Il a appliqué ces concepts spécifiquement à l'analyse des images (publicités, photos de presse), en définissant leur structure sémiologique (message linguistique, message iconique dénoté, message iconique connoté). La sémiologie de l'image est, de ce point de vue, l'étude des images (photos, publicités, peintures) comme des langages faits de signes. Elle sert à trouver le sens caché, les valeurs et les idées d'une image au-delà de ce que l'on perçoit simplement à première vue.

Barthes (1964, p. 44) distingue, par ailleurs, la dénotation (sens littéral et premier de l'image) de la connotation (sens culturellement construit). Il mentionne le concept de contexte iconique. Pour lui, il s'agit du genre et des codes spécifiques de l'image. Barthes (1957, p. 215) montre que le mythe politique transforme les signes culturels en évidences

naturelles. Il écrit : « *le mythe a pour charge de fonder la nature dans laquelle on a fait rentrer l'histoire* » (p. 230).

Concernant, l'analyse de l'affiche politique d'ADO, cette théorie a permis d'expliquer et de comprendre les concepts de dénotation et de connotation et de contexte iconique.

1.3- Théorie de la sémantique structurale

Algirdas Julien Greimas et son école exposent les principes d'une sémantique structurale (1966) qui est susceptible d'intégrer les différents niveaux de l'analyse sémio-linguistique. Ils ont poussé l'analyse du signifié (sémantique) à un niveau très élevé. Ils développent les notions de sème, de sémème et de classème. Le terme « sème » vient de la sémantique structurale. Il est une unité minimale de sens ; la plus petite unité de signification. Dans la connotation barthésienne (développant des idées de Hjelmslev), un **sème connoté** est une unité de sens connotatif. L'ensemble des sèmes constitue le signifié d'un lexème (mot) dans un contexte donné ; désignant une unité de signification secondaire, culturelle et subjective.

Le sémème est l'ensemble des sèmes qui constituent le signifié d'un terme. Le « **sémème dénoté** » est un concept qui est issu de la **sémantique structurale. Il est** appliqué au sens premier, littéral et stable d'un signe ; l'équivalent du signifié de premier ordre, chez Barthes.

Le classème est un constitutif sémantique générique et abstrait à l'image de *animé /inanimé* ou *concret/abstrait* qui regroupe des sèmes contextuels permettant la compatibilité sémantique entre termes (relevant du « contexte situationnel » linguistique). Développé aussi dans les courants p**ragmatiques d'Austin et Searle et sociosémiotique de Halliday, il est question de ce** que le

Soumission: 02/08/2026 Acceptation: 03/09/2026 Publication: 03/11/2026

sens ne réside pas seulement dans le signe lui-même, mais dans **son usage en situation**. Le « contexte situationnel » c'est-à-dire le lieu, le moment, les participants, le but de la communication et la culture est déterminant pour l'interprétation du signal, son sens dénoté et surtout ses connotations.

Dans le cadre de cette étude, la théorie de la sémantique structurale, couplée de la pragmatique et de la sociosémiotique a permis d'expliquer les concepts de sémème dénoté, de contexte situationnel et de sème connoté. Ces explications ont facilité l'interprétation de l'affiche électorale du candidat Alassane Ouattara du point de vue sémiotique.

Roland Barthes est la figure emblématique pour l'opérationnalisation des concepts cités, particulièrement dans l'analyse des images (contexte iconique) et de la culture de masse. Il a appliqué ces concepts spécifiquement à l'analyse des images (publicités, photos de presse), en définissant leur structure sémiologique (message linguistique, message iconique dénoté, message iconique connoté). La sémiologie de l'image est, de ce point de vue, l'étude des images (photos, publicités, peintures) comme des langages faits de signes. Elle sert à trouver le sens caché, les valeurs et les idées d'une image au-delà de ce que l'on perçoit simplement à première vue.

Barthes (1964, p. 44) distingue, par ailleurs, la dénotation (sens littéral et premier de l'image) de la connotation (sens culturellement construit). Il mentionne le concept de contexte iconique.

2. Méthodologie

Ce chapitre expose le dispositif méthodologique retenu pour l'analyse. Il précise d'abord le type de recherche et le paradigme adopté, puis délimite le corpus et justifie le choix d'un document unique, avant de détailler la procédure d'analyse appliquée à chaque association de signaux. L'ensemble vise à garantir la transparence et la reproductibilité de la démarche interprétative.

2.1- Type de recherche

Cette étude est qualitative et interprétative. Elle s'inscrit dans le paradigme de la sémiotique iconique ou sémiotique visuelle appliquée. Son objectif n'est pas de quantifier les données, mais consiste à procéder à l'interprétation raisonnée des signes visuels (Mucchielli, 2009, p. 23).

2.2- Corpus

Le corpus est l'affiche officielle de campagne du candidat ADO pour l'élection présidentielle du 25 octobre 2025. Elle a été diffusée sur les réseaux sociaux et sur supports imprimés sous l'égide du RHDP. L'étude monographique d'un document unique est justifiée par la densité iconique et la profondeur d'analyse qu'elle autorise (Joly, 2005, p. 16).

2.3- Grille d'analyse

L'analyse sémiotique de l'affiche électorale d'ADO exige de dresser un tableau. Ce tableau est composé de cinq colonnes pour chaque association de signaux et sept lignes.

Colonne 1 : Signaux. Les signaux sont les unités perceptibles de l'affiche, les données immédiates qui s'offrent au regard. C'est le lieu de la combinaison des éléments

Soumission: 02/08/2026 **Acceptation:** 03/09/2026 **Publication:** 03/11/2026

visuels, des signaux iconiques liés et porteurs d'un sens commun.

Colonne 2 : Contexte iconique. Le contexte iconique renvoie au genre de l'image et à ses codes spécifiques. C'est la construction d'une phrase décrivant la scène produite par l'association de signaux retenus.

Colonne 3 : Sémème dénoté. Le sémème dénoté est le message littéral, objectif, que tout lecteur partageant les mêmes codes culturels de base peut comprendre. C'est la lecture littérale du message, l'identification du sens premier, littéral et non interprété du contexte iconique.

Colonne 4 : Contexte situationnel. Le contexte situationnel est capital pour comprendre la pleine portée du message. C'est la mise en perspective historique et politique, la mobilisation du contexte étymologique, culturel ou historique éclairant le sémème dénoté.

Colonne 5 : Sème connoté. Le sème connoté est le décryptage des significations implicites et des valeurs véhiculées ou qualité symbolique découlant du contexte situationnel. C'est au niveau de la connotation, nourrie par le contexte situationnel, que le message politique déploie toute sa force persuasive.

3- Méthode d'analyse sémiotique iconique

Ce chapitre présente les résultats issus de l'application du protocole exposé précédemment. Les associations de signaux iconiques relevées sur l'affiche de campagne électorale du candidat ADO sont d'abord rassemblées dans un tableau synoptique à cinq colonnes, ci-après, dressé. Ce tableau restitue pour chacune des associations le parcours allant du signal plastique au sème connoté. Ces résultats sont ensuite

regroupés en quatre configurations thématiques avant qu'une synthèse ne dégage la cohérence d'ensemble des sèmes connotés ainsi identifiés.

3.1- Tableau sémiotique

Le tableau ci-dessous synthétise l'analyse des associations de signaux iconiques de l'affiche de campagne électorale d'ADO.

Signaux	Contexte iconique	Sémème dénoté	Contexte situationnel	Sème connoté
Un homme + logo RHDP + position haute gauche	Le logo du parti politique RHDP dans la position haute gauche surplante l'homme.	Le parti politique RHDP présente un candidat.	Dans le contexte électoral, présenter une personne relève d'un acte d'investiture symbolique de celui qui représente le parti.	Candidat
Le candidat + un plan américain + légère contre-plongée + position centrale dominante	Le candidat qui occupe la position centrale et la hauteur du cadre, est vu en plan américain	Le candidat est valorisé par la position centrale et la contre-plongée	La contre-plongée confère grandeur et domination symbolique depuis le cinéma	Grandeur

Soumission: 02/08/2026 **Acceptation:** 03/09/2026 **Publication:** 03/11/2026

Signaux	Contexte iconique	Sémème dénoté	Contexte situationnel	Sème connoté
	(taille à la tête), en légère contre-plongée.	photographique.	expressionniste. Le plan américain est né dans le western pour valoriser le héros.	
Le candidat + un sourire + large + des dents + des joues + relevées + des yeux + plissés	Le candidat fait un large sourire, avec des dents visibles, des joues relevées et des yeux plissés.	Le candidat exprime une joie sincère et communicative.	Le sourire est le seul signal universel de bienveillance reconnu dans toutes les cultures. En politique, il code l'accessibilité du leader.	Bienveillance
Le candidat + un regard + une direction vers la gauche + un menton + légèrement relevé + des yeux + vers	Le candidat regarde dans la direction vers la gauche, avec des yeux tournés vers un hors-champ et un	Le candidat fixe un point lointain et indéterminé.	Dans la rhétorique visuelle politique, le regard vers le lointain symbolise la figure du visionnaire.	Leadership

Signaux	Contexte iconique	Sémème dénoté	Contexte situationnel	Sème connoté
un hors-champ	menton légèrement relevé.			
Le candidat + un costume + bleu marine + une chemise + blanc + une cravate + bleu nuit + motifs	Le candidat est vêtu d'un costume bleu marine et d'une chemise blanche avec une cravate bleu nuit ayant des motifs	Le candidat porte une tenue formelle de type occidental, institutionnel, sobre et élégant.	Le costume-cravate est depuis le 19ème siècle l'uniforme symbolique du pouvoir politique démocratique. Il signifie l'appartenance au monde des décideurs.	Autorité
Le candidat + un pin's + rouge + le revers gauche + une veste + position sur le cœur	Un pin's rouge est épinglé sur le revers gauche de la veste de l'homme, au niveau du cœur.	L'élément visible sur la veste de l'homme est une décoration institutionnelle.	Le pin's de revers signifie une appartenance honorifique ou partisane. Porté sur le cœur, il symbolise l'engagement profond selon le code	Distinction

Soumission: 02/08/2026 **Acceptation:** 03/09/2026 **Publication:** 03/11/2026

Signaux	Contexte iconique	Sémème dénoté	Contexte situationnel	Sème connoté
			vestimentaire politique.	
Le candidat + un arrière-plan + flou + un panorama urbain + des bâtiments modernes	Derrière l'homme se dessine un panorama urbain comme des bâtiments modernes, en arrière-plan flou.	L'arrière-plan représente un paysage urbain contemporain non identifié.	La ville moderne est en Afrique le symbole du développement économique. L'arrière-plan flou est une technique photographique qui focalise l'attention sur le sujet.	Développement
Le candidat + ciel + bleu clair + lumière diffuse + nuages blancs légers	L'homme se trouve sous un ciel bleu clair, avec en arrière-plan des nuages blancs légers et une lumière diffuse.	La scène se déroule sous un ciel bleu lumineux sans nuages menaçants.	Universellement, le bleu symbolise la sérénité et l'infini.	Confiance

3.2- Regroupements thématiques des résultats

Le principe de regroupement est le support des signaux, allant de l'institution, le corps du candidat, jusqu'au monde qui l'entoure. Ceci produit une progression lisible qui part du cadre extérieur vers l'horizon promis.

3.2.1- La bénédiction institutionnelle

Trois associations de signaux construisent la légitimité institutionnelle. Le logo RHDP surplombant, le costume bleu marine, la chemise blanche et la cravate bleu nuit et le pin's rouge de revers relèvent tous de signaux exogènes au corps du candidat. Ils sont conférés au candidat par une instance qui le dépasse, qui est plus grand que lui. Le parti politique investit la personne. L'uniforme symbolique du pouvoir affilie, rattache le candidat à une institution. La décoration honore. Ces trois groupements (*candidat, autorité et distinction*) convergent vers un sème connoté global de légitimité conférée.

3.2.2- La figure du candidat charismatique

Trois combinaisons de signaux élaborent l'ethos charismatique. Le cadrage en plan américain et la légère contre-plongée ; le regard avec des yeux tournés vers le hors-champ et le menton légèrement relevé et le large sourire, avec des dents visibles, des joues relevées et des yeux plissés portent ensemble sur le corps propre du candidat et son traitement photographique. Ils articulent une sorte d'opposition productive entre élévation et accessibilité. Le personnage-candidat est simultanément au-dessus du spectateur et tourné vers lui-même. Ces trois associations (*grandeur*, *leadership*, *bienveillance),* en association, produisent

Soumission: 02/08/2026 Acceptation: 03/09/2026 Publication: 03/11/2026

le charisme personnel du candidat comme sème connoté global.

3.2.3- L'image du porteur de modernité nationale

Deux associations construisent l'ancrage du candidat dans un projet de modernité. Le panorama urbain comme des bâtiments modernes, en arrière-plan flou et le ciel bleu clair, avec en arrière-plan des nuages blancs légers et une lumière diffuse constituent l'arrière-plan et fonctionnent comme décor programmatique. Ils ne disent rien du candidat lui-même, mais du monde qu'il annonce : modernité et sérénité. Ces combinaisons (*développement et confiance*) produisent un sème connoté d'ambition nationale et d'un avenir rassurant.

4- Discussion

L'objectif de ce travail est d'analyser les mécanismes iconiques de production de sens dans l'affiche électorale d'ADO. Les résultats répondent à cet objectif en dégageant huit sèmes connotés articulés en trois figures symboliques. L'analyse confirme que l'affiche de campagne électorale d'Alassane Ouattara est un dispositif iconique rigoureusement construit, non une simple photographie de campagne.

Par ailleurs, les résultats confirment pleinement la théorie barthésienne. Sous le dénoté apparent (le candidat souriant en costume devant une ville) se déploie un réseau de connotations convergentes. Le mécanisme de naturalisation décrit par Barthes (1957, p. 215) est à l'œuvre. La candidature d'ADO est présentée comme une évidence naturelle. Le costume bleu marine et la chemise blanche forment l'uniforme symbolique du pouvoir (Barthes, 1957, p. 218). Le

pin's rouge signifie l'appartenance à un ordre institutionnel. Avec le logo du RHDP, le parti politique présente une personne relevant d'un acte d'investiture symbolique de celui qui représente le parti. Ces trois signaux convergent vers le sème connoté d'onction institutionnelle et légitime.

Aussi, le principe saussurien selon lequel la valeur d'un signe se définit par différence (Saussure, 1995, p. 99) trouve dans l'affiche de campagne d'ADO une illustration directe. Le costume ne signifie l'autorité que par contraste avec les tenues qu'il exclut ; la position centrale ne vaut que rapportée aux positions périphériques.

En confrontant les résultats de l'étude au modèle de Greimas, les huit associations analysées confirment la pertinence opératoire du dispositif emprunté à la sémantique structurale. Chaque signal iconique s'est laissé décrire selon le trajet sémème dénoté, contexte situationnel et sème connoté, ce qui atteste que le modèle greimassien (Greimas, 1956), conçu pour le lexique verbal, se transpose au visuel sans perte de rigueur. Cette transposition n'a rien d'un forçage : dès 1956, Greimas envisageait explicitement l'extension des méthodes structuralistes à « *la description de vastes champs de symbolismes culturels et sociaux* » (Greimas, 1956, p. 196), et prolongeait le projet jusqu'aux formes plastiques, au nom d'une sémiologie générale déjà pressentie par Saussure (Greimas, 1956, p. 199-200). Le cas du pin's rouge est exemplaire. Le sémème dénoté se limite à « décoration institutionnelle », mais le classème du port sur le cœur oriente seul la lecture vers le sème connoté de distinction.

Le rapprochement des résultats de la présente étude avec les écrits antérieurs non cités initialement permet de mieux les apprécier. En effet, les résultats confirment la trichotomie de

Soumission: 02/08/2026 Acceptation: 03/09/2026 Publication: 03/11/2026

Peirce (1978, p. 138). L'icône représente son objet par ressemblance. L'indice est lié à son objet par contiguïté physique ou causale. Le symbole est lié à son objet par convention culturelle. Les symboles produisent la connotation culturelle et partisane.

Cette trichotomie est l'outil fondamental de toute analyse iconique. Le portrait d'ADO est une icône : il ressemble au candidat. La ligne d'horizon urbaine floue est un indice : elle marque la contiguïté entre le leader et le développement national. La couleur orange est un symbole : elle signifie le RHDP par convention partisane.

Les résultats de cette étude confrontés à la grammaire de Martine Joly, ont permis de remarquer que deux des trois niveaux (plastique, iconique et linguistique) de lecture de l'image fixe sont pris en compte dans l'affiche d'ADO. Le niveau plastique concerne les formes, couleurs et composition. Le niveau iconique concerne les figures représentées. Le niveau linguistique concerne les éléments verbaux intégrés. Les deux niveaux pris en compte sont le niveau plastique et le niveau iconique. Le premier niveau (plastique) mobilise la contre-plongée, l'arrière-plan flou et le triptyque chromatique orange-blanc-bleu. Le deuxième niveau (iconique) convoque le sourire, le regard, le costume et le pin's. Le niveau linguistique n'a pas été abordé, dans la mesure où l'étude porte exclusivement sur l'image. La grammaire de Joly (2005, p. 98) est en partie vérifiée.

Les résultats portant sur les couleurs confirment les travaux de Michel Pastoureau qui développent la sémiologie des couleurs. Chaque couleur produit une connotation distincte et cohérente avec l'ensemble du message iconique. Pastoureau affirme que « *les couleurs sont avant tout des faits de*

société » (2000, p. 10). Sur l'affiche, le ciel bleu clair construit un horizon de sérénité. Le bandeau orange du logo du RHDP produit une énergie partisane immédiatement identifiable.

Ekman (1972, p. 209) a établi l'universalité des expressions faciales de base. Sur l'affiche électorale, le sourire d'ADO est le seul signal iconique universellement décodable, au-delà de tout code culturel ou partisan. Il vise l'adhésion émotionnelle immédiate au-delà des clivages communautaires. Le sourire large, les dents visibles et les joues relevées sont également présents sur l'affiche. À côté des expressions faciales développées par Ekman, les codes du cadrage et de la perspective sont étudiées par Aumont (1990, p. 74) et Dondero (2012). Le premier analyse la contre-plongée comme une technique de valorisation du sujet. La contre-plongée confère grandeur et domination symbolique depuis le cinéma expressionniste (Aumont, 1990, p. 74). Dondero, quant à elle, montre que le flou d'arrière-plan est une technique photographique qui focalise l'attention sur le sujet (Dondero, 2012, p. 87). L'affiche d'ADO montre effectivement, sous un angle, l'image d'une légère contre-plongée qui confère une stature héroïque. Sous un autre angle, l'on voit sur l'affiche, que derrière l'homme se dessine un panorama urbain comme des bâtiments modernes, en arrière-plan flou, symbolisant le développement économique.

Coulibaly, P. J. (2024, p. 205) note que l'affiche ivoirienne peut fonctionner comme outil d'identification partisane et comme instrument d'invective. L'affiche d'ADO relève du premier registre : elle affirme sans attaquer. Elle choisit la légitimité plutôt que la confrontation.

Soumission: 02/08/2026 Acceptation: 03/09/2026 Publication: 03/11/2026

Conclusion

Cet article s'est donné pour objectif d'analyser les mécanismes iconiques de production de sens dans l'affiche de campagne d'ADO à l'élection présidentielle ivoirienne du 25 octobre 2025. Il vise à montrer comment les signaux visuels s'articulent pour construire une figure politique et produire un effet de persuasion électorale.

L'analyse de huit associations de signaux visuels, présentée dans un tableau à cinq colonnes, révèle une construction iconique d'une remarquable cohérence. Trois figures symboliques complémentaires émergent : la bénédiction institutionnelle, la figure du candidat charismatique et l'image du porteur de modernité nationale. L'ensemble illustre ce que Barthes (1957, p. 230) nomme la naturalisation du politique. Cela veut dire : faire paraître comme évidence naturelle ce qui est le produit d'une construction iconique délibérée.

Cette étude présente plusieurs limites. En ce qui concerne les limites méthodologiques, l'étude porte d'abord sur un corpus unique et ne peut prétendre à la généralisation. Cela signifie que les résultats obtenus après cette étude ne pourront être appliqués à d'autres corpus d'affiches. L'analyse sémiotique iconique comporte une part de subjectivité interprétative. Cette limite est atténuée par l'ancrage dans des cadres théoriques explicites et des contextes culturels documentés. L'étude d'une affiche unique vise une connaissance idiographique approfondie.

Elle analyse ensuite la production du sens mais elle ne rend pas compte de sa réception effective. L'étude souffre donc

d'une absence d'études de réception iconique. Elle ne renseigne pas sur la manière dont les électeurs ivoiriens décodent effectivement ces signes. L'étude mobilise enfin des cadres théoriques majoritairement occidentaux qui ne rendent pas compte de l'intégralité des codes iconiques locaux ivoiriens. La raison est que les personnages représentés sur les affiches électorales sont le plus souvent dans des tenues vestimentaires occidentales.

Les différentes limites définissent précisément les horizons de recherche à explorer. Des études de réception pourront être développées. Des études empiriques de réception combinant eye-tracking, questionnaires et groupes de discussion pourraient être menées. Elles vérifieraient si les sèmes connotés dégagés sont effectivement perçus par les électeurs ivoiriens et mesureraient leur impact sur les intentions de vote.

Par ailleurs, d'autres travaux pourront construire un corpus comparatif. À ce niveau, un corpus d'affiches présidentielles sur la période 2020-2025 pourra être utile. Ce corpus permettrait de dégager les invariants et spécificités de la rhétorique iconique électorale. Une étude portant sur la construction de grilles théoriques endogènes pourra être développée. Dans cette étude, des grilles d'analyse sémiotique iconique intégrant les codes culturels africains comme le symbolisme communautaire des couleurs, les codes gestuels traditionnels, la parole publique et la rhétorique de la palabre pourraient constituer les chantiers de recherche prioritaires. La communication politique visuelle en Côte d'Ivoire reste un champ de recherche en pleine construction. Cet article espère y contribuer et susciter des travaux ultérieurs capables d'en explorer toute la complexité.

Soumission: 02/08/2026 Acceptation: 03/09/2026 Publication: 03/11/2026

Références bibliographiques

Amossy, R. (2000). *L'argumentation dans le discours : Discours politique, littérature d'idées, fiction*. Nathan.

Aumont, J. (1990). *L'image*. Nathan.

Barbet, D., et Mayaffre, D. (Coord.). (2009). 2007 Débats pour l'Élysée [Numéro thématique]. *Mots. Les langages du politique*, (89), 5-9. ENS Éditions. https://doi.org/10.4000/mots.18733

Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Seuil.

Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. Communications, 4 (1), 40–51. https://doi.org/10.3406/comm.1964.1027

Baudrillard, J. (1972). *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Gallimard.

Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Galilée.

Cissé, M. H., Analyse sémiotique d'une armoirie : idéologie politique et projet de développement portés par l'emblème de la Révolution burkinabé (1983-1987) *Altralang*, Journal Volume 04 Issue 02 / December 2022.

Coulibaly, P. J. (2024). De l'affiche comme support de campagne électorale à l'affiche comme outil d'invective des candidats RHDP et PDCI RDA aux élections municipales de 2023 à Cocody. *Sciences du Langage et de la Communication*, 18, 199–217.

Dondero, M. G. (2012). *Le sacré dans l'image photographique : Études sémiotiques*. Hermès-Lavoisier.

Ekman, P. (1972). *Universals and cultural differences in facial expressions of emotion*. In J. Cole (Ed.), Nebraska

Symposium on Motivation (Vol. 19, pp. 207–283). University of Nebraska Press.
François, P. (2013). *Le marketing politique. Stratégie d'élection et de réélection*. L'Harmattan.
Greimas, A.-J., (1956), « L'actualité du saussurisme (à l'occasion du 40ème anniversaire de la publication du Cours de linguistique générale) », *Le Français moderne*, XXIV, n° 3, juillet, p. 191-203. In Greimas 2000 : 371-382.
Greimas, A.-J., (1966), Sémantique structurale. Larousse, puis PUF.
Groupe µ. (1992). *Traité du signe visuel : Pour une rhétorique de l'image*. Seuil.
Joly, M. (1993). L'image et les signes. Nathan.
Joly, M. (2005). L'image et son interprétation. Armand Colin.
Mucchielli, A. (2009). *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines* (3e éd.). Armand Colin.
Pastoureau, M. (2000). *Bleu. Histoire d'une couleur*. Seuil.
Peirce, C. S. (1978). *Écrits sur le signe* (G. Deledalle, trad.). Seuil. (Œuvre originale publiée entre 1867 et 1913).
Ramognino, N. (1993). « Affiches politiques, co-construction, communication deux études récentes », *Hermès*, 11-12, pp. 319-326.
Saussure, F. (de), (1995). *Cours de linguistique générale.* Ed. de Mauro, Payot et Rivages.
Soumahoro, S., N'Guessan, D. G. F. et Coulibaly, S., (2025) Marketing politique et logo partisan en Côte d'Ivoire : une analyse sémiotique de l'identité visuelle, *Revue internationale de la Recherche Scientifique et de l'Innovation*, Vol. 3, No. 5.

Soumission: 02/08/2026 **Acceptation:** 03/09/2026 **Publication:** 03/11/2026

Annexe



Affiche de campagne électorale du candidat Alassane Ouattara pour l'élection présidentielle d'octobre 2025