

Représentations de la presse écrite française dans *Le Schtroumpf Reporter* d'après Peyo (*)

Mai Aly Essam EIDin Abdel Fattah

Faculté des Lettres – Université du Al Xanderia

Résumé en français :

Victime d'une infantilisation réductrice qui a occulté le pouvoir de cette forme d'art dans la représentation du monde actuel et la dénonciation de pratiques observées au sein de différentes communautés, la Bande Dessinée suscite aujourd'hui un engouement parmi toutes les tranches d'âges. Cette étude se propose de souligner l'intérêt que présentent les bandes dessinées pour les chercheurs en se penchant sur un album de la saga des *Schtroumpfs* du dessinateur belge Peyo, *Le Schtroumpf Reporter* sorti en 2003. L'apparition d'un journaliste, plus précisément, d'un reporter au sein de cette société humaine en miniature qui semble en avance sur son temps, n'a pas été sans bouleverser l'ordre établi où trônent les valeurs de solidarité et d'organisation du travail. Source de fausses nouvelles et d'informations le plus souvent détournées, le nouveau journal fonctionne de la même façon que les rumeurs qu'il était censé combattre. L'analyse permet de relever des traits caractéristiques du journalisme de masse à travers les genres du *fait divers* et du *reportage* dont l'historique est retracé et, ce faisant, de pénétrer dans l'univers de la *presse people*. La remise en question du pouvoir grandissant des médias soulève nombre d'interrogations sur la dimension économique de l'information, la liberté de la presse, le rapport entre presse et politique tout en mettant l'accent sur la fonction que devrait assumer le journaliste à l'ère de la manipulation des esprits.

(*) Bulletin of the Faculty of Arts Volume 82 Issue 2 January 2022

" ملامح الصحافة الفرنسية المكتوبة في "السنفور المحقق الصحفي عن
الرسام بيو"

مي علي عصام الدين عبد الفتاح

الملخص باللغة العربية:

ظلت القصة المصورة حبيسة عالم الأطفال مما تسبب في إغفال قدرة هذا النوع من الفنون علي تصوير مجتمعاتنا المعاصرة والتنديد ببعض الممارسات الشائعة بها إلا أنها بدأت تلاقي اليوم اعجاب القراء بإختلاف أعمارهم. تسعي هذه الدراسة إلي التأكيد علي مايمثله فن القصة المصورة من مادة للتحليل بالنسبة للباحثين وذلك من خلال طرح قراءة لأحد قصص مجموعة "السنافر" للرسام البلجيكي بيو وهو "السنفور المحقق الصحفي" الذي صدر عام ٢٠٠٣. يتناول الألبوم ظهور شخصية الصحفي أو بالأحرى المحقق الصحفي داخل مجتمع السنافر الذي يعد تجسيداً مصغراً للمجتمع البشري ويبدو سابقاً لعصره فيؤدي هذا الظهور إلي قلب النظام الذي تسود فيه قيم التضامن وتنظيم العمل رأساً علي عقب. يقوم المحقق الصحفي بإصدار صحيفة جديدة لوضع حد لظاهرة انتشار الإشاعات والأخبار المغلوطة غير أن الصحيفة لاتحقق الهدف المنشود منها وتقوم بدورها بنشر أخباراً ومعلومات غير دقيقة من شأنها إحداث الفرقة داخل هذا المجتمع الصغير. تشير الدراسة إلي بعض سمات الصحافة الجماهيرية كما وردت بالقصة من خلال التوقف عند نوعي "الأخبار المتفرقة" و"التحقيقات الصحفية" مما يسمح باختراق عالم "صحافة المشاهير". تعيد الدراسة النظر في السلطة المتنامية لوسائل الإعلام لتثير مجموعة من التساؤلات حول البعد الاقتصادي للمعلومات وحرية الصحافة والعلاقة بين الصحافة والسياسة مع التأكيد علي طبيعة الدور الموكل إلي الصحفي في عصر التلاعب بالعقول.

« Sur une page blanche, tout est possible ; on peut y écrire et dessiner ce qu'il y a de plus nouveau et de plus beau. »

Mao Tsé-Toung

Héritière des moyens de communication où le *texte* côtoie l'*image*, depuis les « *représentations picturales ou gravées des diverses cavernes* »¹, en passant par celles des dieux dans l'Égypte antique, en Grèce et à Rome, jusqu'aux pictogrammes chinois², la bande dessinée moderne, définie comme une « *mise en image séquentielle d'une narration* »³, a longtemps été associée à l'univers des enfants et à la littérature dite de *jeunesse*. La question qui se pose alors est celle de savoir dans quelle mesure ces histoires conçues, certes pour divertir, racontent le monde d'aujourd'hui avec autant de précision que de clairvoyance. Benoît Mouchart s'interroge, à juste titre, sur l'envergure du champ de la réception de la Bande dessinée capable de toucher un large public tous âges confondus :

*« Rien ne prédispose constitutionnellement la bande dessinée à intéresser, avant tout autre lectorat, un public juvénile. Existe-t-il d'ailleurs une forme d'expression destinée à ne toucher qu'une seule catégorie de public ? Certainement pas. »*⁴

Mouchart poursuit en effet que cette « *infantilisation* »⁵ de la Bande dessinée est intentionnelle puisque qu'elle résulte d'une sorte de conflit, illusoire en quelque sorte, qui oppose l'écriture à la picturalité et qui provient d'une méconnaissance des moyens d'appréhension de cette forme d'art :

« Certains éducateurs et certains intellectuels parce qu'ils voyaient dans le récit à images une menace pour la suprématie de l'écrit, ont souhaité maintenir la bande dessinée dans un registre puéril. Ces tenants de la culture dominante n'ont eu de cesse que d'émasculer une forma nouvelle qui les déstabilisait, puisqu'elle

obéissait à des codes de lecture différents de ceux qu'ils connaissaient jusqu'alors. »⁶

Longtemps placée « [...] en dehors du champ de légitimité culturelle »⁷, la bande dessinée a été aussi victime d'une sorte de rejet de la part des intellectuels parce qu'elle « [...] échappe par sa nature hétérogène aux classifications rigoureuses. »⁸. La situation est pourtant loin de perdurer car des métamorphoses d'ordre culturel et académique vont contribuer à l'institutionnalisation du genre à travers, à titre d'exemple « *L'apparition récente de commentateurs en provenance du champ intellectuel et de l'Université dont les membres étaient, pour la plupart, très hostiles à la BD jusque vers les années 55* »⁹. D'autre part, l'émergence de disciplines nouvelles dans le champ académique va pourvoir le chercheur d'outils qu'il aurait pu se contenter d'orienter vers les « [...] biens symboliques que transmet la tradition scolaire (textes littéraire, tableaux, etc.) »¹⁰ :

« [...] le relativisme culturel auquel le structuralisme en sa forme vulgarisée (sémiologie) apporte une forme de caution scientifique et que couvre l'autorité toute nouvelle de la sociologie et de l'ethnologie, favorisent le transfert des habitudes académiques -explication de textes, analyse interne, etc.- à l'exégèse de biens symboliques que leur "indignité culturelle" protégeait jusque là contre le commentaire savant et l'esprit de sérieux. »¹¹

Pour ceux qui se penchent sur l'étude et l'analyse des Bandes dessinées, le rapport entre celles-ci et la littérature ne semble pas poser de problème. Les lecteurs de ces récits en images empruntent nombre de notions mobilisées dans la lecture des textes littéraires telles la dichotomie *Espace / Temps* et la *lecture de l'implicite*, pour ne citer que quelques exemples :

« Textes et images participent de manière complémentaire et progressive aux déroulements temporel (le récit) et spatial (la planche) du

récit. La case est en soi un élément structuré au même titre que la planche ou la séquence dans lesquelles s'articulent l'ellipse (ce que l'on cache) et le spectacle (ce que l'on montre) dans une imbrication plus ou moins savante rythmée d'images, créant des interdépendances graphiques, des rapports visuels, des réseaux de sens. »¹²

L'intérêt pour la bande dessinée grandissant, de nombreuses manifestations culturelles voient le jour, celles-ci sont citées par Luc Boltanski sous la rubrique « *La formation de l'appareil* »¹³ : « *revues* »¹⁴, « *sociétés savantes et académies* »¹⁵, « *prix* »¹⁶, « *création d'événements* »¹⁷, etc. Depuis 1974, une célébration annuelle du genre a lieu à la ville d'Angoulême accompagnée de manifestations qui récompensent les meilleures productions : *le Grand prix de la ville d'Angoulême* et *le Fauve d'or*.

Sorte de *mise en abyme* du processus de communication, la bande dessinée repose, par ailleurs, essentiellement sur la notion d'*échange* : celui, d'une part, des personnages entre eux dans le cadre d'une situation d'énonciation qui n'est pas à restituer par le lecteur puisqu'elle est fixée par le dessin et, de l'autre d'une interaction avec un récepteur qui interprète à sa façon toute prise de parole par les personnages :

« La bande dessinée (BD) fait partie d'un ensemble qu'on pourrait appeler « Arts narratifs ». Comme telle, elle est le lieu d'une mise en abyme du procès de la communication, si tant est que l'on s'accorde à voir dans les comics (qui sont aussi des messages du cartoonist au lecteur) les faits et gestes de personnages subordonnés à l'échange verbal et / ou gestuel. »¹⁸

Cette communication sera racontée, dans le cas qui nous occupe, à travers *la presse écrite* telle qu'elle sera représentée dans *Le Schtroumpf Reporter* de Luc Parthoens et Thierry Culliford pour le scénario et Ludo Borecki pour le dessin. Créée en 1958 par le dessinateur belge Pierre Culliford, dit *Peyo*, la saga des *Schtroumpfs*

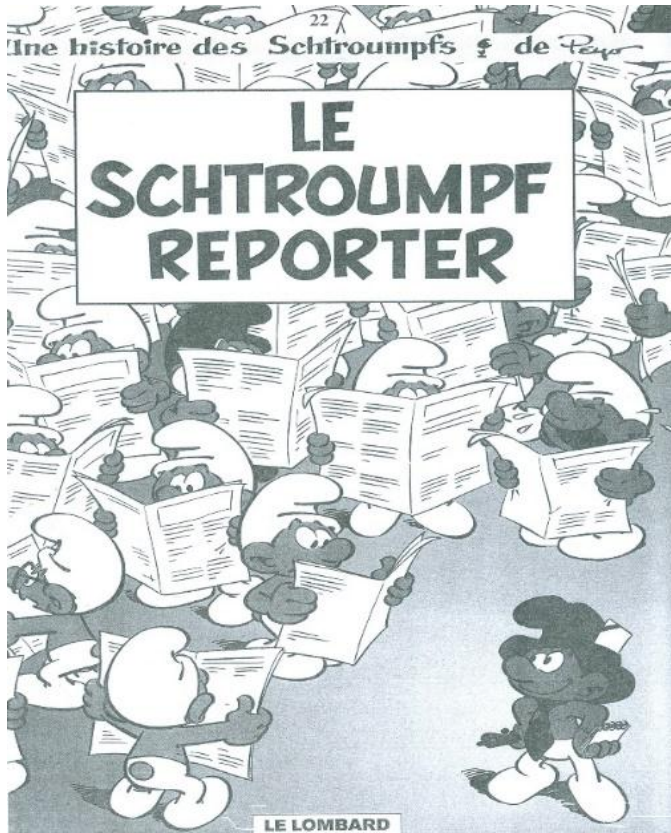
est « *Issue de la féerie traditionnelle, cette série emprunte à la mythologie populaire des créatures sylvestres et met en scène une société quasi idéale.* »¹⁹ L'action se déroule dans un cadre spatial loin de celui des humains : une forêt inaccessible où les concepts d'organisation et de solidarité sont à l'honneur. L'importance du travail et de l'échange de biens et de services sont à la base du fonctionnement de cette société puisqu'à chaque membre de cette communauté incombe une tâche bien déterminée : *le Schtroumpf Paysan, le Schtroumpf Bricoleur, le Schtroumpf Boulanger, le Schtroumpf Bûcheron*, etc. Aux Schtroumpfs travailleurs, s'ajoutent ceux qui sont reconnaissables par un trait de caractère saillant : *le Schtroumpf Coquet, le Schtroumpf Gourmand, le Schtroumpf Paresseux, le Schtroumpf Bêta*, etc. Ainsi, la société des Schtroumpfs est-elle une société humaine en miniature puisqu'elle présente les dichotomies *vertu vs vice, qualités vs défauts, travail (productivité) vs indolence*, etc. Par ailleurs, les *Schtroumpfs* se font surtout remarquer par un langage particulier où le mot *Schtroumpf* est partout utilisé, remplaçant noms, verbes, adverbess et adjectifs. Le lecteur s'amuse alors à décoder cet idiolecte pour reconstituer la phrase et pénétrer dans ce monde de petites créatures bleues dont la parfaite ressemblance, autrement dit l'« *hypergémellité* »²⁰, renforce l'idée de l'égalité chère à la démocratie. La genèse de la création de ce langage spécial est racontée par Peyo qui, lors d'un dîner avec André Franquin invente le mot *Schtroumpf* à la place de celui de *sel* qui ne lui venait pas à l'esprit à cet instant. Franquin le réemploie à son tour en réponse à Peyo signant ainsi l'acte de naissance de ce jargon²¹ constitué de noms, verbes, adjectifs et adverbess à la *Schtroumpf*.

Le Schtroumpf Reporter, sorti aux éditions « Le Lombard » en 2003²² raconte la naissance et la circulation, au sein du village, d'un journal quotidien visant à combattre les rumeurs, principal vecteur de l'information jusque-là et à assurer le « [...] *droit à une information correcte* »²³. L'expérience se soldera malheureusement par un échec²⁴ à la suite de péripéties qui ne manqueront pas de retracer un pan de l'histoire de la presse à large diffusion et de nous informer sur les enjeux de la communication de masse et du concept de la

démocratisation de l'information ainsi sur le fonctionnement de la presse people, les genres du *reportage* et du *fait divers* et le métier de *Reporter*.

Sur la couverture de l'album, se détache le *Schtroumpf Reporter* d'une foule uniforme pour s'affirmer et affirmer la valeur de son métier mettant aussi à l'honneur l'idée de cette communication de masse représentée par une égalité d'accès à l'information. La tenue vestimentaire du héros témoigne de sa singularité et de la particularité du rôle qu'il assumera, seul, au sein de la communauté²⁵. Les auteurs empruntent l'idée d'une tenue caractéristique du journaliste-reporter à l'image, plus ou moins stéréotypée, des grands reporters qui se distinguaient par leur « [...] *pipe et casquette à carreau, borsalino, panama ou crinière rebelle* [...] »²⁶ La carte de presse introduite dans son chapeau constitue un « *des attributs symboliques* »²⁷ et témoigne « [...] *d'une position institutionnelle* »²⁸ s'inscrivant ainsi dans une perspective d'affirmation de soi et de valorisation de son travail par rapport à ceux qui n'exercent pas ce métier :

« *Le personnage comme individualité reconnaissable se dissout non moins lorsque tous les personnages se ressemblent entre eux, ruinant l'idée même d'identité. Au sein d'une population comme celle des Schtroumpfs, les marques physiques d'individuation sont des plus rares (initialement réservées au Grand Schtroumpf, au Schtroumpf à lunettes et bien sûr à la Schtroumpfette).* »²⁹

Figure 1³⁰

Le Schtroumpf Reporter se démarque de la communauté non seulement par sa tenue vestimentaire, mais aussi par la distance qui le sépare de cette masse uniforme où tout le monde tient en main un exemplaire du journal et semble plongé dans sa lecture. La divergence des réactions des lecteurs n'est pas très apparente : seul un des Schtroumpfs rit aux éclats, probablement le Schtroumpf Farceur. La satisfaction et la fierté se lisent sur le visage du Schtroumpf Reporter qui a le sentiment d'avoir fait un exploit en rendant l'objet *journal* accessible à tous. La fascination pour le journal ne sera que momentanée à cause de l'attitude du Schtroumpf Reporter qui recherchera le *sensationnel* à tout prix quitte à porter atteinte à la vie privée de ses confrères et à troubler la quiétude de leur existence.

Le héros de l'album « [...] qui adore observer et apprendre »³¹ et qui « [...] note tout scrupuleusement dans son petit carnet »³² semble prédestiné à l'exercice du métier. Rejetant le « bouche à oreille »³³ qui régleme les rapports entre ses confrères, il décide d'y mettre fin en créant le quotidien *Schtroumpf à la une*. Le maintien de la cohésion sociale et le désir de rendre l'information vraie à la portée de tous sont ainsi à l'origine de ce projet et répondront, de prime abord, à ce que Patrick Charaudeau nomme le « contrat médiatique »³⁴ :

« Quant à la finalité de ce contrat, on sait qu'elle est double : une finalité éthique de transmission d'informations au nom de valeurs démocratiques : il faut informer le citoyen pour qu'il prenne part à la vie publique ; une finalité commerciale de conquête du plus grand nombre de lecteurs, auditeurs, téléspectateurs, puisque l'organe d'information est soumis à la concurrence et ne peut vivre (survivre) qu'à la condition de vendre (ou d'engranger des recettes publicitaires). »³⁵

Le respect de cette *cohésion sociale* est parfaitement observé dans le premier éditorial où le Schtroumpf Reporter expose la finalité de la création de son journal. L'adresse amicale aux futurs lecteurs et les pronoms utilisés renforcent l'esprit communautaire au même titre que l'annonce de la gratuité du journal et, partant, du libre accès à l'information. Le souci d'exactitude est mis en relief par le Reporter qui se montre d'une grande fermeté dans la réalisation de l'objectif de son journal :

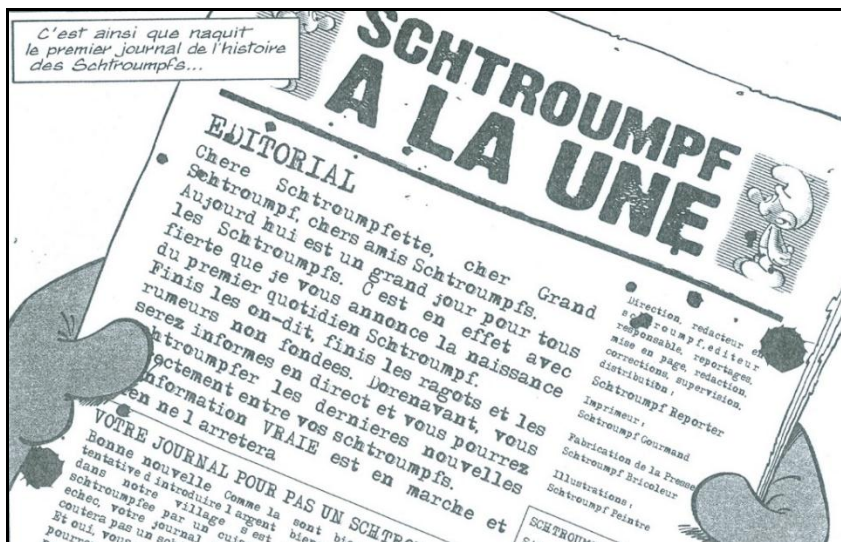


Figure 2, p. 14

Malgré toutes ses bonnes intentions au départ, le Schtroumpf Reporter ne parviendra pas toujours à éradiquer les rumeurs au profit de l'information vraie, bien au contraire, son journal ne cessera d'alimenter les ragots, de provoquer des divisions³⁶ et de déclencher des malentendus.

Le journal créé par le Schtroumpf Reporter va paradoxalement adopter les mêmes techniques de production que les rumeurs quant à la sélection et à la relation d'incidents qui susciteront tour à tour, surprise, fascination et indignation. Reposant sur la narration, la rumeur, cette forme de « *communication virale* »³⁷ s'inscrit parfaitement dans les cultures populaires orales et permet de distinguer, à la fois son émetteur et le groupe social au sein duquel elle se propage :

« *La rumeur est un conte ou un morceau de conte, un épisode de roman populaire qui s'enclasse soudain dans la conversation et rend manifeste l'identité psychosociale des partenaires : à la fois leur singularité relative (d'où le pouvoir qu'a l'un d'informer l'autre et la*

marque qu'il imprime à ce procès) et leur similarité (d'où la connivence qui rend possible leur relation et conduit au partage de l'information) »³⁸

En fait, le fonctionnement de la rumeur repose sur des principes qui assurent l'intégration d'un individu au sein d'un groupe donné, celui qui partage et assure la circulation de la rumeur. L'individu préfère alors l'adhésion aux idées communément admises que l'affirmation d'une opinion contraire à celle de la collectivité sous peine d'une exclusion sociale :

« Le sujet privilégie la cohésion sociale. Aussi le caractère invérifiable de la rumeur ne doit-il pas entraîner de suspicion troublante, de remise en question du partenaire et de l'appartenance au groupe. Ce dernier demeure la référence permanente de la pensée sociale des individus, son principe de pertinence et de régulation. »³⁹

Ainsi, la transmission de la rumeur chez les Schtroumpfs témoigne-t-elle d'une volonté de se dissoudre dans la communauté mais aussi d'affirmer sa différence par rapport à d'autres sociétés dans le cas de la confrontation, par exemple à une autre culture. Michel-Louis Rouquette explique, en ces termes, ce qu'il entend par « cohésion sociale »⁴⁰ :

« [...] on fait l'hypothèse que l'individu privilégie son inscription identificatoire dans un groupe particulier, celui-ci ne pouvant être singularisé que s'il diffère explicitement d'au moins un autre. Autrement dit, le sujet recherche, affirme et confirme une spécificité sociale qui ne peut aller sans différenciation. »⁴¹

La vignette suivante illustre bien cette idée de *cohésion sociale* que le nouveau journal n'a fait au début que renforcer. Formant une queue qui semble interminable, tous les Schtroumpfs tiennent en main *Schtroumpf à la Une* en ne prêtant pas d'attention aux paroles du

Grand Schtroumpf qui leur indique un autre chemin que celui qu'ils ont décidé d'emprunter :



Figure 3, p. 22.

La rumeur principale sur la bravoure du Schtroumpf Pêcheur a été à l'origine de la création du journal ; elle est marquée par un anonymat qui disparaît aussitôt lorsque le futur Schtroumpf Reporter avise la communauté en leur fournissant une information contraire qu'ils sont censés connaître depuis longtemps. Le moment des confessions venu, chacun cherche à se disculper en refusant d'assumer la charge de son propre récit. Certains Schtroumpfs, transmetteurs de la rumeur, feignent une incompréhension marquée par un emploi abusif du discours rapporté qui renforce l'idée du témoignage venant de loin et que l'on n'a fait que reprendre :



Figure 4, p. 5

Le récit, objet de la rumeur, s'enrichit peu à peu au fur et à mesure de la multiplication de ceux qui le relaient, si bien que la source principale de l'énoncé premier demeure insaisissable. La force qui sous-tend alors la survie de la rumeur est son partage par tous :

« [...] la rumeur se construit peu à peu, en schématisant et en agglutinant progressivement les éléments qui la constituent. Enfin, comme la stéréotypie, la rumeur relève de la *vox populi*, du «on» anonyme (*il paraît que...*) et suppose une adhésion qui est plus de l'ordre du préjugé a priori (c'est vrai parce que tout le monde le dit) que de l'analyse raisonnée. »⁴²

Le discours rapporté est ainsi sujet à des distorsions importantes dans le but de se faire suivre par autant d'adhérents et de transmetteurs. Chaque nouvelle version se trouve ainsi marquée de l'empreinte de son émetteur :

« Le destinataire déforme ce qu'il a entendu par oubli, ajout ou restructuration ; il tire le message dans le sens de ses préoccupations ou de ses obsessions et lui donne une « bonne forme » cognitive grâce à diverses opérations de transformation. La prise en compte de cette propriété d'instabilité permet d'insister sur le fait fondamental que la rumeur est un produit; autrement dit, qu'elle résulte d'un processus de production. »⁴³

Les différentes versions du récit du Schtroumpf Pêcheur reflètent toutes un mode de pensée marqué par l'obsession du danger qui menacerait la survie des membres de cette société isolée, mais autonome. L'insistance sur l'énormité du monstre qui serait sorti de l'eau souligne ce sentiment d'angoisse qui se lit, à titre d'exemple, sur le visage du *Schtroumpf Coquet*. Le *Schtroumpf Bricoleur*, quant à lui, souligne le courage du *Schtroumpf Pêcheur* mettant ainsi en relief

l'idée des qualités qui s'opposent aux défauts, trait caractéristique de la société des Schtroumpfs :



Figure 5, p. 4

Nous retrouvons cette adhésion, chez le Schtroumpf Reporter qui, pris au piège tendu par Gargamel, le grand ennemi des Schtroumpfs, parvient à convaincre ses confrères de la puissance du *Discours Rapporté* qui ne fait l'objet d'aucune remise en question :



Figure 6, p. 39



Figure 7, p. 40

Le changement de médium, c'est-à-dire le passage de l'oralité à l'écrit ne visera, en définitive, qu'à immortaliser la rumeur et à l'ancrer dans la mémoire collective de la communauté. La rumeur selon laquelle Gargamel réussirait à préparer une potion qui lui permettrait de découvrir le chemin menant au village des Schtroumpfs trouve ainsi de l'écho chez un des Schtroumpfs :



Figure 8, p. 40

La crédibilité du journal se construit au fur et à mesure de sa diffusion. Le pouvoir du journal est tel que les informations y figurant ne sont presque jamais remis en question. Quant à la rumeur sur la prétendue infection qui aurait touché les Schtroumpfs, celle-ci trouve également de l'écho chez Gargamel, sceptique au départ, mais qui finira par la croire.

Gargamel_ représentant d'un monde humain qui, semble-t-il, ignore encore le journalisme_ interroge le Schtroumpf Reporter sur l'influence du journal sur la communauté et la confiance que les Schtroumpfs accordent à la personne de son concepteur. Le Schtroumpf Reporter répond alors, non sans fierté par l'affirmative :

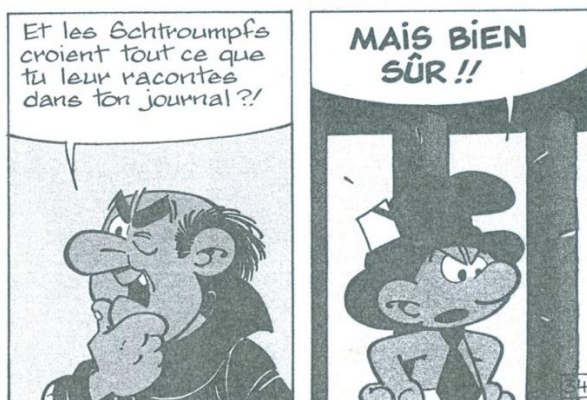


Figure 9, p. 36

La structure circulaire du récit marqué par le triomphe final des rumeurs et du bouche-à-oreille permettra de faire ressortir des ressemblances entre l'écriture journalistique, notamment le *Fait divers*, et la production des rumeurs :

« Spécialistes et professionnels de la presse s'accordent à considérer certains genres du discours journalistique comme « narratifs ». Par exemple, le reportage et le fait divers sont assez unanimement assimilés à des textes qui « racontent », à des « histoires » : [...] »⁴⁴

L'évolution et la finalité du fait divers ressemblent à bien des égards à celles de la rumeur⁴⁵. Se substituant au reportage ou, plus précisément au petit reportage tel que pratiqué par le Schtroumpf Reporter, le fait divers a toujours existé sous des appellations différentes :

« Le fait divers n'a pas été inventé par le XIXe siècle. Le récit d'un événement exceptionnel, survenant de façon imprévisible dans le monde quotidien, et considéré par l'opinion comme une infraction à une norme (juridique, statistique, éthique, naturelle, logique, etc.), apparaît à toutes époques sous la forme de « canards », « curiosités », « prodiges », « monstres », «

anecdotes », « *histoires tragiques* », « *récits des événements remarquables arrivés à X* », « *affaires* », etc. »⁴⁶

Le mode de transmission du fait divers passe de la transmission orale « [...] à l'occasion des marchés et des fêtes par l'intermédiaire des « nouvelles de bouche » [...] »⁴⁷ vers un type de « [...] récits en images ou imprimés et commentés par les « colporteurs » [...] »⁴⁸ :



Figure 10, p. 16

Au XVII^{ème} siècle, se répandent « les nouvelles à la main »⁴⁹ marquant la distinction entre « [...] un public « lettré » intéressé plutôt par les nouvelles politiques, mondaines et littéraires, et en un public « illettré », consommateur de récits « anecdotiques ». »⁵⁰ Au XIX^{ème} siècle, le concept de *presse de masse* voit le jour et « [...] consacra la division entre une presse des élites et une presse de masse. »⁵¹ Cette évolution se retrouve dans l'album puisque nous passons de récits oraux qui se répandent de bouche en bouche à la publication de nouvelles qui plaisent parce qu'elles révèlent des secrets qu'un public non avisé est avide de connaître surtout lorsque ces récits concernent des figures célèbres : rumeur et fait divers se rencontrent alors sur ce point :

« [...] les faits divers reflètent moins le réel événementiel auquel ils réfèrent que :

[...] les « modes de pensée collectifs » dominants dans notre société. Deviendront événements de la chronique des actions qui se caractérisent soit par leur exceptionnalité par rapport aux normes en vigueur soit par la notoriété des acteurs qui les effectuent. »⁵²

La dénonciation, par le Schtroumpf Reporter de l'attitude du Grand Schtroumpf et la publication d'un article compromettant en Une relèvent aussi du fait divers : les propos et instructions du chef de la communauté étant jugés contraires à la sagesse d'un homme au pouvoir dans une société idéale :

« On peut noter, aussi, un intérêt particulier de la rubrique des faits divers pour les personnages qui, par leur statut institutionnel, sont les représentants de certaines valeurs (gendarmes, instituteurs, prêtres...) et qui effectuent des actes contraires à ce statut modèle [...] »⁵³



Figure 11, p. 30

L'idée d'une réception collective du récit de ces incidents qui rompent avec le quotidien et s'en démarquent par leur caractère exceptionnel possède pour finalité « une fonction de diversion »⁵⁴ ainsi qu'une fonction « phatique »⁵⁵, de « communion »⁵⁶ puisqu'il

s'agit d'un « [...] événement perturbant le groupe, [...] lu et commenté en groupe »⁵⁷.

L'écriture du fait divers se caractérise par l'effacement du journaliste qui le rapporte. Les marques de subjectivité susceptibles d'engendrer des doutes sur la véracité des informations disparaissent pour laisser place à la dimension communautaire du journal qui appartient à tous les membres du groupe. L'inclusion des lecteurs constitue de même une autre stratégie visant à renforcer ce sentiment d'appartenance, à doter le journal d'une identité plurielle et à donner l'illusion d'une certaine objectivité :

« [...] l'utilisation fréquente dans les faits divers — et plus généralement dans les articles de presse— de ON. Polymorphe, cet élément possède trois sens différents qui peuvent se retrouver à l'intérieur du même article [...].

a) ON signifie « moi journaliste et vous lecteurs ». Sa non-figuration par un NOUS équivalent permet de ne pas rendre explicite la présence du journaliste [...]

b) ON signifie « la rumeur publique », c'est-à-dire la voix rapportée des homo-énonciateurs témoins [...]

c) ON signifie IL(S), c'est-à-dire sert de reprise anaphorique d'une instance précédemment citée [...] »⁵⁸

Dans le *Schtroumpf Reporter*, le pronom indéfini *on* est toujours remplacé par un *Nous* qui désigne la masse des lecteurs, le journaliste inclus, mais aussi par un *Vous* qui exclue le journaliste : « *Le Schtroumpf Peintre nous dit : [...]* »⁵⁹, « *Vous reconnaissez sûrement ces trois individus.* »⁶⁰. A d'autres endroits, dans d'autres éditoriaux, l'emploi des possessifs *Notre* et *Votre* renvoie tantôt au journal, tantôt à la communauté des lecteurs : « *Hier, notre reporter a été victime d'une tentative d'intimidation visant à le faire taire !* »⁶¹, « *Mais assurez-vous, votre journal préféré ne schtroumpfera pas à la menace*

*terroriste [...] »⁶². Quant aux pronoms *Il, Elle, Ils*, ceux-ci désignent les héros de la nouvelle :*

« *Il est de règle dans le récit de fait divers que l'énonciateur primaire ne soit jamais représenté, c'est-à-dire doté d'une identité référentielle décrite. Au mieux, la représentation de l'énonciateur se limite à la mention « de notre envoyé spécial, de notre correspondant... » ou à la signature de l'article (voir exemple. Autre constat, le journaliste est un narrateur essentiellement effacé. Il ne dit jamais je mais repère les événements par rapport au moment de renonciation. »⁶³*

Le choix du mot *Reporter* à la place de *journaliste* ne semble pas être dû au hasard puisqu'il renvoie au genre du *reportage* intimement lié au *fait divers*. Tendant à se confondre ou, du moins à être pris l'un pour l'autre, *reportage* et *fait divers* ne sont pas pour autant synonymes. Le *reportage* est certes un genre que l'on retrouve dans un journal souvent sous une rubrique éponyme, désigne précisément les démarches effectuées et les techniques d'investigation et de rédaction pour rapporter l'événement lui-même, à savoir *le fait divers*⁶⁴. Dans *Le Schtroumpf Reporter*, ce dernier est souvent créé par le héros qui devient dès lors *rapporteur* d'histoires montées de toutes pièces. Ainsi, le genre du *reportage* auquel s'adonne le Schtroumpf relève-t-il plutôt de ce que le XIX^{ème} siècle désigne par *Petit reportage*⁶⁵ « [...] lié aux petits incidents de la rue [...] »⁶⁶ et dont le « [...] lointain ancêtre est le canard, mélange de rumeurs et de nouvelles extraordinaires qui remonte à l'Ancien Régime. »⁶⁷

« *Le petit reportage ne coûte pas cher au journal, car il ne demande ni de longs ni de lointains déplacements. Et comme il plaît, les titres qui se multiplient au début de la Troisième République l'adoptent tout en l'adaptant à leur public. Chaque rédaction parisienne a bientôt ses*

faits-diversiers, habitués de la préfecture de police et des commissariats, où ils recensent les délits avant d'aller dans les quartiers et les banlieues interroger les voisins et les concierges, sans négliger les cochers de fiacre. »⁶⁸

Le rapport entre *Reportage* et *fait divers* est mis en évidence par Marc Martin qui parle de la naissance, en 1863, du premier quotidien français *Le Petit Journal* lequel présente, selon nous quelques ressemblances avec *Schtroumpf à la Une*. Le *petit reportage* est mis à l'honneur dans le journal français à l'époque où commence à émerger un journalisme de masse destiné à un public populaire jusque-là exclu de la lecture des journaux :

*« Au lendemain de la chute du Second Empire, le journalisme français n'ignore pas le reportage, mais celui-ci s'intéresse surtout aux cambriolages et aux rixes de barrières, parfois à l'assassinat d'une femme infidèle ou à l'empoisonnement d'un mari détesté. C'est l'une des recettes qui a garanti le succès du premier quotidien populaire, **Le Petit Journal** de Moïse Milhaud. »⁶⁹*

Le **Petit Journal** « [...] premier quotidien à un sou [...] »⁷⁰ a ainsi ouvert la voie à la presse de masse illustrée d'ailleurs sur la première de couverture du *Schtroumpf Reporter*. Le prix modique du quotidien français et la gratuité de *Schtroumpf à la Une* favorisent le concept de la démocratisation de l'information et du libre accès à un support médiatique qui reste largement consulté aujourd'hui au format papier malgré la numérisation des journaux. L'absence de l'argent dans la société des Schtroumpfs⁷¹ et la mise en valeur d'une organisation fondée sur l'échange soulignent la fonction sociale de la gratuité :

« La gratuité revêt une importance fondamentale dans notre société. Elle peut évoquer le don et les liens sociaux comme l'amitié et, dans le même temps, être associé dans ses représentations à un

non-lieu, une utopie car rien n'est jamais gratuit. »⁷²

Lorsqu'il ne reste plus qu'un seul exemplaire du journal, tout le monde s'empresse pour l'avoir. La valeur du journal gratuit s'accroît lorsqu'il est sur le point de disparaître et qu'il sera bientôt épuisé. Il s'agit d'un *vouloir posséder* un objet de peur d'être exclu et de rater les nouvelles du jour :



Figure 12, p. 8

Sur un autre plan, le concept de *gratuité* permet de réfléchir sur le propre de l'information, notamment celle qui relève de l'actualité. Submergé par le flot d'informations qui lui viennent de toutes parts, le lecteur d'un journal se transforme plutôt en consommateur de nouvelles qui risquent à tout moment de passer de mode :

« L'information est, en effet, un bien culturel à forte composante économique. Elle est très périssable (la date de validité ne dépasse pas quelques jours et même, parfois, quelques heures) et doit être immédiatement vendable. »⁷³

L'attitude du Schtroumpf Boulanger et du Schtroumpf Costaud n'est en effet que trop révélatrice de l'instantanéité qui caractérise informations et événements. Aussitôt apprise, une information perd immédiatement sa valeur et appartient déjà au passé. La mise à jour

des informations est un processus continu qui rend compte de l'état d'un monde en pleine mutation :



Figure 13, p. 9

L'idée d'imprimer le journal en vue d'assurer sa diffusion auprès de toute la population a partie liée avec ce que pensent les Schtroumpfs de l'information en tant que *bien* à consommer. Pour certains d'entre eux, l'information reste sans véritable importance du moment qu'elle nécessite un déplacement et un effort pour l'obtenir :

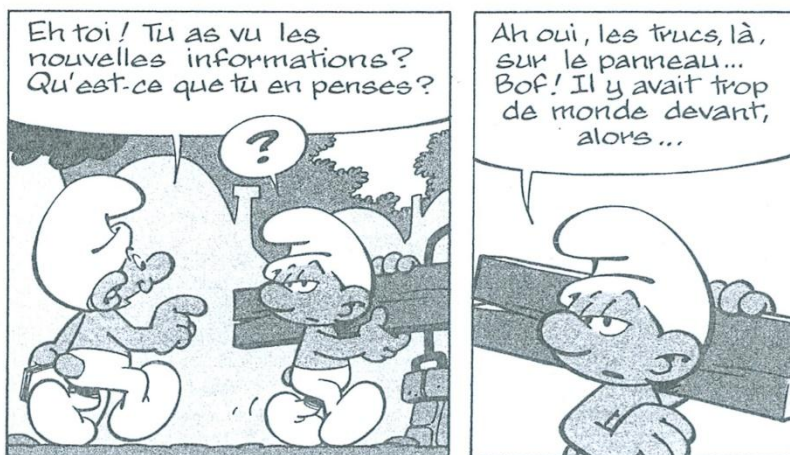


Figure 14, p. 7

Pour le Schtroumpf Bricoleur, à titre d'exemple, c'est le manque de temps qui l'empêche de se rendre sur place pour lire les nouvelles affichées sur le panneau. Incarne-t-il alors, dans une certaine mesure,

l'homme moderne submergé par le travail ? Une autre question se pose de même, celle de la valeur de l'information pour un individu pris dans le tourbillon de la vie de tous les jours.



Figure 15, p. 7

L'expérience de l'impression des journaux est racontée dans *Le Schtroumpf Reporter* depuis l'origine de l'idée qu'inspire le Schtroumpf Bébé au Schtroumpf Bricoleur jusqu'au montage de l'appareil / dispositif qui permettra la diffusion du journal auprès d'un large public. Les Schtroumpfs semblent alors en avance sur leur temps puisqu'aux dires du Schtroumpf Bricoleur, l'imprimerie ne serait pas encore née. L'impression du *Petit Journal* a curieusement connu des débuts difficiles:

« [...] l'impression et la gestion du **Petit Journal**, à ses débuts, coûtent cher. Pour rentrer dans ses frais, et malgré la mise de départ, il faut vendre beaucoup. A l'origine, les machines nécessitent l'usage de plusieurs ateliers. C'est dans ce cadre qu'intervient la révolution de l'impression avec la rotative Marinoni, adoptée dès 1867 par **Le Petit Journal**. La nouvelle machine (qui imprime recto-verso), à la fois concentre l'impression, satisfait une demande croissante et, à terme,

réduit les coûts (en personnel, notamment, puisque le nombre d'ouvriers nécessaires se trouve divisé par deux). »⁷⁴

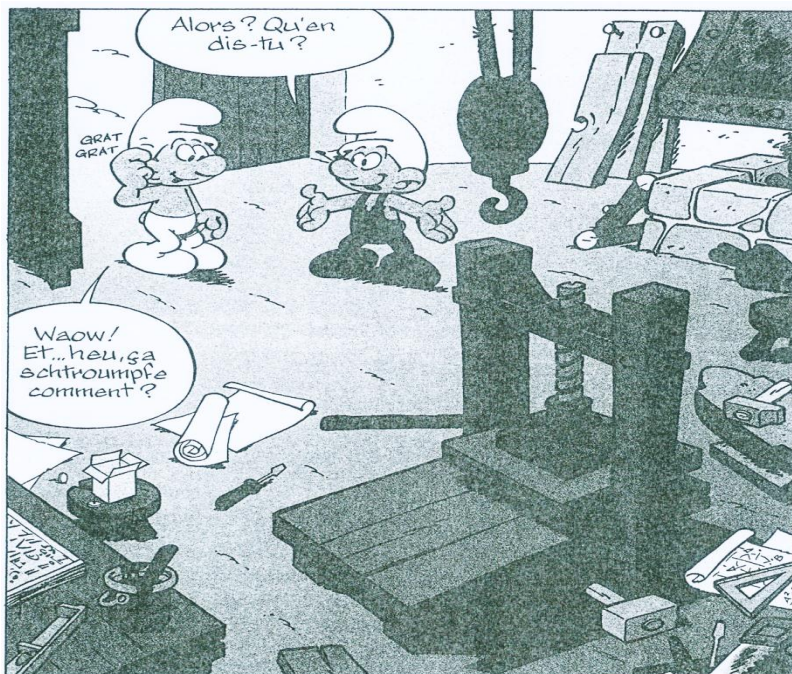


Figure 16, p. 12

Quant au journal en tant que tel, celui-ci a certes été initialement créé pour combattre les on-dit, mais il n'en est pas moins un *miroir* qui permettra aux Schtroumpfs de « [...] mieux se comprendre »⁷⁵. Le journal servira, d'autre part à dénoncer certaines tares de la société et à inciter les Schtroumpfs à remettre en question le comportement des uns et des autres. Ainsi voit-on des deux côtés du titre *Schtroumpf à la Une*, deux Schtroumpfs qui se regardent, le sourire aux lèvres. Le choix s'est porté sur deux confrères qui représentent la majorité de la population puisqu'aucun trait vestimentaire ne les distingue :



Figure 17, 14

Nous retrouvons, à titre d'exemple, un titre qui dénonce l'attitude du Schtroumpf Paresseux et du Schtroumpf Bêta lors de l'incendie qui a ravagé les réserves. L'attitude du journaliste est toutefois contradictoire puisqu'il a lui-même manqué aux règles de solidarité en ne pensant qu'au reportage qu'il pouvait faire sur l'événement. D'autres titres remettent en question les traits distinctifs de certains Schtroumpfs, dont le Schtroumpf Farceur. L'identité des Schtroumpfs se trouve-t-elle ainsi menacée puisque c'est la coexistence des qualités et des défauts qui constitue le propre de cette communauté ?



Figure 18, p. 22

Le Schtroumpf Reporter rapporte paradoxalement les mêmes tours du Schtroumpf Farceur dans une sorte d'autodérision qui suscite à la fois jubilation et indignation (surtout chez le Schtroumpf à lunettes, victime de ces farces). Il s'agit d'une certaine distanciation où les Schtroumpfs semblent porter un regard sur une autre société :



Figure 19, p. 24

Dans la presse actuelle, cette « métaphore du miroir »⁷⁶ est une pratique courante chez les journalistes pour qui un journal se doit de relever, en les soulignant, les traits et les comportements observés dans leur société, même s'ils n'apportent rien de nouveau aux lecteurs :

« Nombre de journalistes utilisent, pour se justifier de parler de ce dont ils parlent dans leurs journaux, et qui n'est pas toujours conforme à l'idée qu'ils peuvent se faire eux-mêmes de l'information, la métaphore de l'absorption (« nous ne sommes que des éponges » est une expression que l'on entend fréquemment dans la bouche des journalistes) ou encore celle du miroir (« nous ne sommes que le reflet de la société »). Ces métaphores défensives et justificatrices sont, comme toutes les métaphores, simplistes, mais elles comportent aussi une part de vérité. »⁷⁷

Dans *Le Schtroumpf Reporter*, la dénonciation de l'attitude de certains journalistes n'est que trop évidente. La figure du Reporter est dévalorisée dans l'album puisque celui-ci n'aura de cesse de collecter des informations en secret pour les transformer en titres alléchants, souvent trompeurs. Cette clandestinité est représentée par la mise en scène d'objets qui servent d'abris au journaliste, tels que la *fenêtre* et

le tonneau à déchets. Pour le héros de l'album, tous les moyens sont bons pour réaliser ce qu'il pense être un scoop⁷⁸:



Figure 21, p. 31



Figure 20, p. 40

L'image du Reporter prêt à s'immiscer partout renvoie au personnage du *Sieur de Va-partout* dont le nom indique l'idée du déplacement qui ne connaît pas de limites. Le principe du métier est ici respecté même si l'attitude du Schtroumpf Reporter s'écarte des conventions admises dans la communauté :

*« En 1880, paraît chez un modeste éditeur, Maurice Dreyfous, **Le Sieur de Va-Partout, souvenirs d'un reporter**, dont l'auteur, Pierre Giffard, est présenté comme « rédacteur au Figaro ». Le livre ne sera pas un best-seller. Il fera cependant date dans l'histoire du journalisme, car peu d'ouvrages sont alors consacrés à ce métier alors mal reconnu. [...] il s'est jeté à corps perdu sur le reportage. Il couche « sur une valise toujours bouclée » pour*

*être prêt à partir aux quatre coins de Paris, de la France ou du monde. ».*⁷⁹

A la différence de *Va-partout* qui est « *est rarement seul* »⁸⁰, le Schtroumpf Reporter agit en solitaire, attitude qui va à l'encontre des valeurs partagées. Lorsqu'un incendie a lieu, il s'empresse tout de suite sur les lieux pour réaliser son reportage sans se soucier du rôle qu'il devrait jouer, aux côtés des autres, en cas de danger. Son devoir envers ses confrères se trouve alors supplanté par l'avidité d'exercer un métier auquel il n'a pourtant pas été formé :



Figure 22, p. 17

En fait, cette représentation du métier nous renseigne sur les pratiques de certains journalistes notamment ceux spécialisés dans la presse *people*. L'aspect *people* dans *Schtroumpf à la Une* n'est que trop évident : ce genre de presse étant basé sur l'intrusion dans la vie privée de vedettes et de personnalités publiques. Les nouvelles concernant la Schtroumpfette reviennent tout le temps sur le devant de la scène : sa vedettisation⁸¹ étant justifiée par la place qu'elle occupe au sein de cette société masculine par excellence. Seule figure féminine, elle devient objet d'attention et de désir et suscite l'empathie des autres Schtroumpfs lors du bal de la pleine lune. Constamment harcelée par le Schtroumpf Reporter et désormais astreinte à garder sa demeure, elle fond en larmes et se fait entourer

par tous les autres Schtroumpfs qui décident alors de boycotter le journal. Ces techniques de rédaction mises en jeu pour attirer les lecteurs et focaliser l'attention sur une nouvelle donnée sont décrites en ces termes par Patrick Charaudeau :

« Deux procédés discursifs transforment l'actualité événementielle en « suractualité » en produisant des effets déformants. Le procédé de focalisation qui consiste à amener un événement sur le devant de la scène (par les titres de journaux, l'annonce en début de journal télévisé ou du bulletin radiophonique). Il produit un effet de grossissement.[...] Le procédé de répétition qui consiste à passer une même information en boucle d'un bulletin d'information à l'autre, d'un journal télévisé à l'autre, d'un journal à l'autre et d'un jour à l'autre. »⁸²

Ainsi, la Schtroumpfette fait-elle, à plusieurs reprises, la Une du journal en tant que femme dont les histoires d'amour suscitent l'intérêt de tous les Schtroumpfs désireux, chacun, de remporter son amour. Le journal révèle également le secret de la robe qu'elle portera lors de la fête de la pleine lune, événement important dans la vie des Schtroumpfs :



Figure 23, p. 29

Epiant les moindres mouvements de la Schtroumpfette, le Schtroumpf Reporter bafoue les principes de la déontologie journalistique définis par Théophraste Renaudot, « *Premier énonciateur d'une éthique journalistique inséparable de toute activité de presse [...]* »⁸³ et immortalisé par le prix qui porte aujourd'hui son nom. Gilles Feyel nous cite ainsi des passages tirés de ses *Discours éditoriaux (1631-1633)* :

-« [...] la suppression des « faux bruits », c'est-à-dire des rumeurs qui peuvent courir dans le peuple, dans l'espace public : [...] »⁸⁴

- « Recherche de la « vérité », « naïveté » et « ingénuité » : trois mots revenant souvent sous sa plume et devant caractériser le travail du gazetier. Il rapportera les faits au plus près de ce qu'il pense être la vérité après les avoir vérifiés, avec le plus de simplicité, le moins de déguisement possible. »⁸⁵

- « vérification des sources »⁸⁶

Le Grand Schtroumpf reprochant au Schtroumpf Reporter son attitude indigne vis-à-vis de la Schtroumpfette énumère à sa façon les qualités requises pour l'exercice du métier. Le chef de la communauté met notamment l'accent sur le principe de l'*objectivité* et exhorte le Schtroumpf Reporter à s'intéresser à des questions d'ordre national tel la prévention des dangers qui risquent de menacer les Schtroumpfs :



Figure 24, p.33

Le Schtroumpf Reporter ne fait cependant qu'obéir aux lois de l'offre et de la demande dictées par une conception qui fait de la presse un produit à vendre. La pérennité des publications dépend ainsi largement de la satisfaction des demandes de lecteurs qui recherchent le *sensationnel* lequel propulse la vente des journaux au plus haut :

« [...] les médias ne faisant, en définitive, que mettre en scène les attentes réelles ou supposées – en permanence mesurées aujourd'hui par des enquêtes de marketing rédactionnel - des publics qui les font vivre. Alors que tel rédacteur en chef croit que, tel un nouveau démiurge, il décide chaque jour souverainement de ce qui sera l'événement, il ne fait en réalité que choisir pour son public - dont il est captif -, à sa place, sur la base de l'expérience qu'il a acquise jour après jour de ses goûts, ce que celui-ci veut voir figurer en première page de son journal. S'il est rédacteur en chef, et le reste, c'est précisément en raison de cette compétence spécifique. »⁸⁷



Figure 25, p. 29

Le concept de « *marketing rédactionnel* »⁸⁸ impose au journaliste certaines stratégies d'écriture qui interpellent l'imagination de chaque

lecteur et le tiennent en haleine. L'information peut alors être présentée sous une forme tronquée et le lecteur appelé à la compléter. Le pouvoir du journaliste devient alors tel que Patrick Charaudeau parle d'un « rapport de force »⁸⁹ :

« L'interrogation est une catégorie discursive (et non grammaticale) ambivalente du point de vue du rapport de force qu'elle instaure entre locuteur et interlocuteur. Position d'infériorité du locuteur lorsqu'il demande une information (demande de dire) ou un service (demande de faire), mettant l'autre en position de supériorité, l'interrogation peut mettre ce même sujet en position de supériorité lorsque la question est une intimation à dire comme dans la salle de classe (le maître ou le professeur interroge un élève), ou dans le commissariat de police (un représentant de l'institution policière questionne un prévenu). »⁹⁰



Figure 26, p. 26

Le lecteur non averti risque pourtant de ne pas saisir la portée de ces interrogations et leur influence sur les ventes du journal. Le Schtroumpf Reporter explique au Schtroumpf Gourmand l'importance de cette stratégie de « [...] mise en intrigue dont la spécificité

compositionnelle tient à la présence, au moins, d'un nœud et d'un dénouement. »⁹¹ :



Figure 28, p. 26



Figure 27, p. 31

La confrontation avec le Grand Schtroumpf qui tente de rappeler le Schtroumpf Reporter à l'ordre soulève la question du rapport entre presse et politique. Il s'agit en fait de tensions éternelles entre l'autorité politique en place et le quatrième pouvoir car les instances politiques dans les régimes non-démocratiques, tentent souvent de réprimer les journalistes :

« La singularisation d'un Schtroumpf venant se substituer à l'autorité naturelle du Grand Schtroumpf se traduit invariablement par une catastrophe qui affecte l'ensemble de la communauté, et, devant cette évidence, il finit par retourner, honteux, à sa place (exemple, *Le Schtroumpfissime*). »⁹²



Figure 29, p. 29

La presse est également réputée dévoiler ce que la politique tente de cacher. L'affaire du barrage dont l'état, à croire le Grand Schtroumpf, n'est pas aussi grave, illustre le mieux cette idée. Craignant de provoquer l'inquiétude des Schtroumpfs et, peut-être, leur révolte contre le pouvoir, le Grand Schtroumpf reproche au Schtroumpf Bricoleur et au Schtroumpf Bûcheron d'avoir été surpris en étant en train de discuter de la question :



Figure 30, p. 21

D'autre part, le revirement de position du Grand Schtroumpf qui cède devant le pouvoir incontestable du journal par peur de perdre sa

position introduit le concept de la *liberté de la presse*. Le chef de la communauté semble pourtant tourner en dérision cette liberté dans sa réplique à la Schtroumpfette venue implorer son aide et ce, malgré son indignation du début et le plaidoyer qu'il a fait à l'adresse du Schtroumpf Reporter pour lui rappeler les principes de toute éthique journalistique :



Figure 31, p. 30

La question de la liberté de la presse fait l'objet de la Une du journal à la suite d'un tour joué par le Schtroumpf Farceur. La situation, qui concorde parfaitement avec le caractère du Schtroumpf Farceur, tourne au drame et se transforme en une tentative de réprimer la liberté d'expression. Le journaliste déforme, une fois de plus, la réalité pour donner plus de valeur à son journal tout en continuant à afficher sa détermination de poursuivre sa noble vocation :



Figure 32, p. 22

Mis à part la représentation dépréciative du métier de reporter et de la presse à scandale, l'écriture journalistique est montrée, de façon générale, dans sa dimension individuelle. Tout le monde sait d'ailleurs que toutes les tâches de rédaction et de mise en page du journal sont assumées par le Schtroumpf Reporter. La contribution de la Schtroumpfette, auteure des romans à l'eau de rose, et la citation rapportée du Schtroumpf Peintre représentent la seule prise de parole dans le journal. Aucune autre mention n'est faite au recours à d'autres schtroumpfs pour l'élaboration des différentes rubriques. L'image de l'écriture journalistique est-elle, une fois de plus, négativisée ?

« L'écriture journalistique est une écriture collective. Chaque article se construit dans un système d'échos structurel, thématique, idéologique avec le reste du journal. L'écrivain-journaliste doit s'immerger dans un magma textuel collectif, ce qui relativise la notion d'écriture singulière et également sans doute l'idée d'une sacralisation de l'écrivain au XIXe siècle. »⁹³

Le Schtroumpf à lunettes souligne, probablement sans s'en rendre compte, la nécessité de rapporter les paroles d'autrui dans un journal où une seule personne cumule toutes les fonctions de rédaction. Parler

de *citations* permet de souligner l'importance de la convocation d'autres voix, c'est-à-dire d'autres optiques :



Figure 33, p. 15

L'idée d'une *polyphonie* serait cependant représentée par ce travail constant de réécriture effectué par le Schtroumpf Reporter qui, conscient de la fonction de la Une du journal, déforme les propos et situations en ajoutant des détails à l'énoncé de départ. En fait, la *polyphonie* renvoie aussi à une information transmise par une agence de presse, à titre d'exemple, et que le journaliste reformule pour affirmer son individualité par rapport aux autres journalistes. Dans le cas qui nous occupe, la source de l'information, c'est-à-dire l'énonciateur premier, celui qui l'annonce et celui qui la transmet ne font qu'un :

« [...] le discours de presse est profondément polyphonique, en rappelant que l'instance médiatique reformule et réécrit les paroles dont elle fait le récit [...] »⁹⁴

Malgré le recours à des techniques reconnues par les spécialistes des médias et aujourd'hui connues des lecteurs, *Schtroumpf à la Une* cessera de paraître. Le pouvoir du journal cède devant la puissance des on-dit au grand bonheur du Grand Schtroumpf qui se fie lui-même aux rumeurs et semble n'avoir rien appris de la leçon :



Figure 34, p. 46

L'album se termine sur les vœux du Schtroumpf Reporter qui ne semble pas désespérer. Passant en revue les divers types de publications, il constate l'impossibilité de *schtroumpfer* d'autres journaux ou magazines et énumère les facteurs qui font obstacle à la réalisation de ses projets.

Si la présente étude s'est proposée de repérer, dans *Le Schtroumpf Reporter*, certains pans de l'histoire et de l'évolution de la presse française à travers le genre du *reportage*, du *fait divers* et de *la presse à scandale*, elle s'est aussi voulue une esquisse de la spécificité du rapport entre Bande Dessinée et Presse. Publiées d'abord dans des journaux, les premières bandes dessinées ont ainsi été connues du public et largement diffusées par la suite. Cette idée de diffusion massive est, en effet, racontée tout au long de l'album puisqu'elle se trouve à l'origine du projet du Schtroumpf Reporter pour qui l'*information correcte* est un bien commun. L'histoire s'articule autour d'une thématique principale, à savoir la fonction assumée par les moyens de communication, en général, dans la constitution d'un imaginaire collectif sans cesse nourri par des données dont le bien-fondé reste à vérifier.

Texte et Image sont le propre du genre de la Bande Dessinée, mais c'est surtout le texte, dans sa forme orale puis transcrite, qui triomphe de l'image à laquelle nous attribuons le sens de scène visuelle, supposée sinon reproduire une réalité donnée, du moins la

refléter. L'influence indéniable de l'oralité a également été soulignée puisque la rumeur finira par fausser les informations publiées dans le journal et, par conséquent, par menacer la paix et la sérénité au village des Schtroumpfs. Les différentes définitions de la *rumeur* nous ont permis de nous attarder sur le principe de *cohésion sociale* pourtant tourné en dérision dans l'album. Cette unité illusoire met l'accent sur un des maux de notre époque, à savoir l'absence de tout esprit critique et l'adhésion aux opinions du groupe auquel nous appartenons plutôt que de se forger son propre chemin. Paradoxalement, l'échec de la dimension phatique de la communication devant être assurée par le journal, est aussi celui qui affecte les membres de la communauté, plus large, de la planète, déroutés par le flux ininterrompu des nouvelles qui affluent à chaque instant et dont le contenu obéit, la plupart du temps à des critères de commercialisation. Présentées à travers leur nature éphémère, informations et nouvelles ne sont finalement que des biens à consommer relayées par d'autres qui les effacent et les supplantent. Ce processus continu enferme l'homme moderne dans un cercle vicieux et accentuent davantage son asservissement à la technologie. A ces éléments s'ajoutent les techniques de rédaction adoptées par certains journalistes dont, à titre d'exemple, la répétition qui traduit le manque d'inspiration, l'emphase qui relève du mensonge et de la tromperie et l'incomplétude qui suscite la curiosité de récepteurs de plus en plus avide de sensationnel.

Par ailleurs, la seule présence humaine, illustrée par le personnage de Gargamel, semble pourtant détromper le lecteur qui chercherait l'histoire de son aventure humaine individuelle et collective puisque le personnage semble ignorer l'invention de la presse et des journaux. La distanciation, caractérisant le genre de la Bande Dessinée, a été adoptée par le héros qui, la plupart du temps, garde l'anonymat ou recourt au *Nous* collectif pour ne pas s'impliquer dans ce qu'il publie. Quant au rejet de toute déontologie, celui-ci traduirait un manque de respect à l'égard de son prochain. Tous les moyens deviennent alors bons pour porter atteinte à la dignité humaine au sens large du terme. Dans ce même contexte, nous nous sommes intéressés à l'étude des principaux traits caractéristiques de la

Presse People afin de mesurer l'ampleur de son ascendant sur un public qui trouve satisfaction dans la connaissance des secrets et mystères de ses vedettes préférées. Cette menace qui pèse sur les vies privées est celle dont nous sommes témoins à l'heure des avancées technologiques et de la prolifération des réseaux sociaux où l'exhibitionnisme est à l'honneur. Il y a une sorte de déshumanisation, en quelque sorte, dont nous sommes aujourd'hui victimes. Les frontières entre le public et le privé s'estompent. C'est surtout l'image du *Miroir* qui souligne l'idée selon laquelle tout journal est le reflet des tendances de son époque. Ainsi, la survie du caractère du *Schtroumpf Reporter*, par rapport aux autres schtroumpfs ne dure-t-elle que l'espace d'un album, témoignage de plus de l'échec de cette presse de petits reportages que les petites créatures bleues ont eu le courage de rejeter même s'ils s'obstinent à pratiquer le bouche-à-oreille.

D'autres valeurs se dégagent de l'histoire, à savoir l'*Égalité*, représentée de prime abord par l'aspect physique des Schtroumpfs et par le désir premier du Reporter d'assurer l'égalité d'accès à l'information que favorisera l'invention de l'imprimerie. Cependant, le concept de *Démocratie* ne semble pas très évident puisque l'autorité politique suprême et unique tente, à un moment donnée, de museler la presse et ne semble pas attacher beaucoup d'importance à la liberté de la presse. L'instance politique cède cependant devant le pouvoir du journal car tout régime finit par laisser la presse parler à un moment donné dans les limites certes qu'il lui fixe. Le lecteur s'interroge alors sur les limites de cette liberté à travers le rapport entre presse et politique : la presse doit-elle être placée sous le contrôle de l'état ou bien faut-il lui octroyer une liberté illimitée ?

Cette étude a finalement tenté de révéler le pouvoir des bandes dessinées qui, loin de se confiner dans un univers juvénile voire, puéril, de refléter les problèmes d'un monde aujourd'hui dominé par la toute-puissance de l'Information. Le journal, support incontournable sous quelque format qu'il soit, demeure aujourd'hui l'une des sources principales de la connaissance chez certains individus ce qui implique une remise en question de nos pratiques de

réception des différents supports médiatiques. Rumeurs et on-dit continuent malheureusement d'exercer leur pouvoir d'informer les gens et de s'inscrire dans notre quotidien au détriment de tout bon sens. L'attitude du héros de l'album nous incite alors à réfléchir sur les moyens d'agir pour nous protéger de toute manipulation des esprits par les médias dont le rôle est aujourd'hui loin de seulement informer et instruire.

Notes:

- 1 FONDANICHE, Daniel, *Paralittératures*, Vuibert, 2005, p. 437. QUELLA-Guyot précise en fait que « *La BD appartient incontestablement au domaine des histoires en images mais sous une forme évoluée qui la distingue des bas-reliefs romains, des fresques du Moyen-âge ou des images d'Epinal. Il y a des formes larvées de « narration figurative », des formes anciennes et des formes modernes.* », QUELLA-GUYOT, Didier, *La bande dessinée*, Hachette, 1996, p. 34.
- 2 Cf. FONDANICHE, Daniel, *op.cit.*, pp. 437, 438 et 439.
- 3 *Ibid.*, p. 435.
- 4 *La bande dessinée*, Editions Le Cavalier bleu, 2003, p. 23.
- 5 *Ibid.*, p. 24.
- 6 MOUCHART, Benoît, *op.cit.*, p. 24.
- 7 BOLTANSKI, Luc, « La constitution du champ de la bande dessinée » in Actes de la recherche en sciences sociales, Vol. 1, no. 1, janvier 1975, p. 38.
- 8 QUELLA-GUYOT, Didier, *op.cit.*, p. 36.
- 9 BOLTANSKI, Luc, *art.cit.*, p. 42.
- 10 *Ibid.*, pp. 42, 43.
- 11 *Ibid.*, p. 42.
- 12 QUELLA-GUYOT, Didier, *op.cit.*, p. 35.
- 13 BOLTANSKI, Luc, *art.cit.*, p. 43.
- 14 *Ibid.*, *loc.cit.*
- 15 *Ibid.*, *loc.cit.*
- 16 *Ibid.*, *loc.cit.*
- 17 *Ibid.*, *loc.cit.*

- 18 FRESNAULT-DERUELLE, Pierre, « Le personnage de bande dessinée et ses langages » in Langue française, no. 28 (Textes et discours non littéraires), 1975, p. 101.

- 19 GAUMER, Patrick et MOLITERNI, Claude, *Dictionnaire mondial de la Bande dessinée*, Larousse, 1997, p. 563.
- 20 Le terme est de Bruno Lecigne auquel Thierry Groensteen fait référence dans Système de la bande dessinée, Paris, PUF, 1999, p. 20.
- 21 Cf. L'interview de Peyo sur le site de l'INA: <https://www.ina.fr/video/I18145735/peyo-et-la-creation-du-langage-des-schtroumpfs-video.html>
- 22 « *Après la mort de Peyo en décembre 1997, la saga des Schtroumpfs est dès lors entièrement conçue par son studio, dirigé par son fils Thierry Culliford.* », GAUMER, Patrick et MOLITERNI, Claude, *op.cit.*, p. 564.
- 23 *Le Schtroumpf Reporter*, p. 5.
- 24 L'introduction de la presse serait ainsi, tout comme celle de l'argent, la cause du malheur des habitants qui menaient une existence des plus paisibles avant sa venue : A propos d'Astérix et des Schtroumpfs : « [...] leur monétarisation les fait déchoir de leur monde enchanté et il n'y aura de retour à l'état d'esprit

précèdent que lorsque l'argent aura été bouté hors de la communauté. »

BLANC, Jérôme, « Du pèze sur la planche : les représentations de l'argent dans la bande dessinée » in Hermès, La Revue, 2009/2 n° 54, C.N.R.S. Editions, p. 175. Bref, tout ce qui est humain nuit à l'harmonie communautaire.

25 Le port de certaines pièces vestimentaires permet de distinguer les *Schtroumpfs* travailleurs (Le Schtroumpf bricoleur, le Schtroumpf paysan,...) des autres Schtroumpfs qui possèdent un trait saillant (le Schtroumpf grognon, le Schtroumpf costaud, ...)

26 BOUCHARENC, Myriam, « Nouvelles fictions du reporter au XXe siècle » in Interférences littéraires, no. 7, « Croisées de la fiction. Journalisme et littérature. », novembre 2011, p. 115.

27 LOCHARD, Guy, « Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. Vers un déclin des « modes configurants ? » in Réseaux, no. 76 CNET, 1996, p. 86.

28 *Ibid.*, *loc.cit.*

29 GROENSTEEN, Thierry, *op.cit.*, p. 20.

30 *Le Schtroumpf Reporter*, D'après les personnages de Peyo, Scénario de Luc Parthoens et de Thierry Culliford, Dessin de Ludo Borecki, Couleurs de Nine Culliford et José Grandmont, Editions Le Lombard, 2003.

31 *Ibid.*, p. 3.

32 *Ibid.* *Loc.cit.*

33 *Ibid.*, p. 5.

34 CHARAUDEAU, Patrick, « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives » in Semen, no. 22, 2006, p. 3 (La pagination correspond à l'ordre des pages dans la version imprimée de l'article)

35 *Ibid.*, *loc.cit.* Evidemment la question de la concurrence et de la publicité ne se posent pas.

36 La rubrique « *Sport* » où les Schtroumpfs du Nord affrontent les Schtroumpfs du Sud et la victoire respective des uns sur les autres, *Le Schtroumpf Reporter*, p. 24.

37 SEMUJANGA, Josias, « La rumeur. Parole fragile et croyance partagée » in Protée, Numéro consacré à La rumeur, Volume 32, Numéro 3, hiver 2004, p. 33.

38 ROUQUETTE, Michel-Louis, « La rumeur comme résolution d'un problème mal défini » in Cahiers Internationaux de Sociologie, NOUVELLE SÉRIE, Vol. 86 (Janvier-Juin) 1989, p. 118. Marque « *lexicale, rhétorique ou syntaxique* », p. 118.

39 ROUQUETTE, Michel-Louis, « Le syndrome de rumeur » in *Communications*, 52, 1990, p. 122.

40 *Ibid.*, *loc.cit.*

41 ROUQUETTE, Michel-Louis, « Le syndrome de rumeur », *art.cit.*, p. 121.

- 42 DUFAYS, Jean-Louis, « Rumeur et stéréotypie. L'étrange séduction de l'inoriginé » in *Protée*, Numéro consacré à La rumeur, Volume 32, Numéro 3, hiver 2004, p. 27.
- 43 ROUQUETTE, Michel-Louis, « Le syndrome de rumeur », *art.cit.*, p. 121.
- 44 REVAZ, Françoise, « Le récit dans la presse écrite » in *Pratiques*, no. 94, juin 1997, p. 19.
- 45 Philippe Hamon note que « [...] *Le fait divers, c'est d'abord, un « sujet de conversation » [...] »*, « Introduction. Fait divers et littérature » in *Romantisme*, 1997, n°97, p. 8.
- 46 *Ibid.*, p. 7.
- 47 PETITJEAN, André, «Le récit de faits divers : étude comparée de France-Soir et Libération » in *Pratiques : linguistique, littérature, didactique*, n°50, 1986. Les paralittératures, p. 46.
- 48 *Ibid. loc.cit.*, Pour le colportage des nouvelles, nous pensons au rôle du tambour de la communauté avant la création du journal.
- 49 PETITJEAN, André, *art.cit.*, p. 46.
- 50 *Ibid., loc., cit.*
- 51 *Ibid., loc., cit.*
- 52 *Ibid.*, p. 48.
- 53 *Ibid.*, p. 53.
- 54 HAMON, Philippe, *art.cit.*, p. 10
- 55 *Ibid., loc.cit.*
- 56 *Ibid., loc.cit.*
- 57 *Ibid., loc.cit.* L'idée de cohésion sociale est pleinement réalisée.
- 58 PETITJEAN, André, *art.cit.*, p. 70.
- 59 *Le Schtroumpf Reporter*, p. 16.
- 60 *Ibid.*, p. 22 (Il s'agit d'un des éditoriaux du journal).
- 61 *Ibid.Loc.cit.*, p. 22.
- 62 *Ibid.Loc.cit.*
- 63 PETITJEAN, André, *art.cit.*, p. 68.
- 64 « *Dans le dernier tiers du XIXe siècle s'impose progressivement le reportage, journalisme de terrain qui s'appuie sur le triomphe du fait divers dans la presse populaire du Second Empire.* », PINSON, Guillaume, « Tintin avant Tintin. Origines médiatiques et romanesques du héros reporter » in *Hergé reporter : Tintin en contexte*, Vol. 46, no. 2, 2010, p. 13.
- 65 Qui se distingue du *Grand Reportage* où se sont particulièrement illustrés des journalistes tels qu'Albert Londres et Joseph Kessel. Le *Grand Reportage* est basée sur le déplacement du journaliste devenu « globe-trotter » (MARTIN, Marc, *Les grands reporters. Les débuts du journalisme moderne*, Ed. Louis Audibert, Paris, 2005, p. 147) pour être au plus près du théâtre d'événements internationaux dont notamment les guerres.
- 66 PINSON, Guillaume, *art.cit.*, p. 13.
- 67 *Ibid., loc.cit.*

- 68 MARTIN, Marc, *op.cit.*, p. 36.
- 69 *Ibid.*, p. 35.
- 70 *Ibid.*, p. 16.
- 71 A propos de l'album du *Schtroumpf Financier* (1992), Jérôme Blanc parle de « [...] la contre-utopie de l'introduction de l'argent dans une société [...] », *art.cit.*, p. 171.
- 72 POELS, Alix et HOLLET-HAUDEBERT, Sandrine, « Valeur(s) et pratiques associées à la consommation de journaux gratuits. Une approche exploratoire » in [Revue française de gestion](#), 2013/1 (N° 230), p. 120. L'article porte sur les journaux gratuits actuels financés par la publicité et distribués en métro, à titre d'exemple.
- 73 CHAMPAGNE, Patrick, « L'événement comme enjeu » in [Réseaux](#) no. 100, CNET/Hermès Science Publications, 2000, p. 419.
- 74 DELPORTE, Christian, « Presse et culture de masse en France in [Revue historique](#), T. 299, PUF, mars, 1998, P. 96.
- 75 *Le Schtroumpf Reporter*, p. 6.
- 76 CHAMPAGNE, Patrick, *art.cit.*, p. 418.
- 77 *Ibid.*, *loc.*, *cit.*
- 78 « [...] on attribue à Gaston Leroux l'invention du scoop, ou son introduction véritable dans le journalisme français. La chasse à l'information sensationnelle, obtenue en exclusivité et avant tous les confrères, était pratiquée depuis longtemps aux Etats-Unis, et en France même il y avait eu l'interview de Bazaine par Fernand Xau. », MARTIN, Marc, *op.cit.*, p. 134. Le *Schtroumpf Reporter* parle de *scoop*, mais il ne le pratique pas en tant que tel puisqu'il n'a pas de concurrents.
- 79 MARTIN, Marc, *op.cit.*, pp. 16, 17.
- 80 *Ibid.*, p. 17.
- 81 Le mot est utilisé par Jamil Dakhlija dans « Du populaire au populisme ? Idéologie et négociation des valeurs dans la presse *people* française » in [Communication](#), Vol. 27L1, 2009, p. 2. Il parle également de la « *peoplisation de la vie publique en France* », *Ibid.*, p. 1.
- 82 CHARAUDEAU, Patrick, *art.cit.*, p. 6, 7.
- 83 FEYEL, Gilles, « Aux origines de l'éthique des journalistes : Théophraste Renaudot et ses premiers discours éditoriaux (1631-1633) » in *Le temps des médias*, 2003/1 (n° 1), p. 188.
- 84 *Ibid.*, p. 177.
- 85 *Ibid.*, p. 178.
- 86 *Ibid.* *Loc.cit.*
- 87 CHAMPAGNE, Patrick, *art.cit.*, p. 417.
- 88 *Ibid.* *Loc.cit.*

89 CHARAUDEAU, Patrick, *art.cit.*, p. 9.

90 CHARAUDEAU, Patrick, *art.cit.*, p. 9.

91 REVAZ, Françoise, « Le récit dans la presse écrite » in Pratiques, no. 94, juin 1997, p. 21.

92 Jérôme Blanc, *art.cit.*, p. 172.

93 THÉRENTY, Marie-Eve, « Pour une histoire littéraire de la presse au XIX^{ème} siècle » in Revue d'histoire littéraire de la France, Vol. 103, 2003/3, PUF, p. 630.

94 KRIEG, Alice, « Analyser le discours de presse. Une mise au point sur le « discours de presse » comme objet de recherche in Communication, Vol. 20 / 1, 2000, p. 5.

Bibliographie :

Corpus :

Le Schtroumpf Reporter, D'après les personnages de Peyo, Scénario de Luc Parthoens et de Thierry Culliford, Dessin de Ludo Borecki, Couleurs de Nine Culliford et José Grandmont, Editions Le Lombard, 2003.

Ouvrages consultés :

- FONDANICHE, Daniel, *Paralittératures*, Vuibert, 2005.
- GROENSTEEN, Thierry, *Système de la bande dessinée*, Paris, PUF, 1999.
- MARTIN, Marc, *Les grands reporters. Les débuts du journalisme moderne*, Ed. Louis Audibert, Paris, 2005.
- MOUCHART, Benoît, *La bande dessinée*, Editions Le Cavalier bleu, 2003.
- QUELLA-GUYOT, Didier, *La bande dessinée*, Hachette, 1996.

Dictionnaires spécialisés :

- GAUMER, Patrick et MOLITERNI, Claude, *Dictionnaire mondial de la Bande dessinée*, Larousse, 1997.

Articles :

- BLANC, Jérôme, « Du pèze sur la planche : les représentations de l'argent dans la bande dessinée » in Hermès, La Revue, 2009/2 n° 54, C.N.R.S. Editions.
- BOLTANSKI, Luc, « La constitution du champ de la bande dessinée » in Actes de la recherche en sciences sociales, Vol. 1, no. 1, janvier 1975.
- BOUCHARENC, Myriam, « Nouvelles fictions du reporter au XX^e siècle » in Interférences littéraires, no. 7, « Croisées de la fiction. Journalisme et littérature. », novembre 2011.
- CHAMPAGNE, Patrick, « L'événement comme enjeu » in Réseaux no. 100, CNET/Hermès Science Publications, 2000.

-
- CHARAUDEAU, Patrick, « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives » in Semen, no. 22, 2006.
 - DAKHLIA, Jamil, « Du populaire au populisme ? Idéologie et négociation des valeurs dans la presse *people* française » in Communication, Vol. 27L1, 2009.
 - DELPORTE, Christian, « Presse et culture de masse en France in Revue historique, T. 299, PUF, mars, 1998.
 - DUFAYS, Jean-Louis, « Rumeur et stéréotypie. L'étrange séduction de l'inoriginé » in Protée, Numéro consacré à La rumeur, Volume 32, Numéro 3, hiver 2004.
 - FEYEL, Gilles, « Aux origines de l'éthique des journalistes : Théophraste Renaudot et ses premiers discours éditoriaux (1631-1633) » in Le temps des médias, 2003/1 (n° 1).
 - FRESNAULT-DERUELLE, Pierre, « Le personnage de bande dessinée et ses langages » in Langue française, no. 28 (Textes et discours non littéraires), 1975.
 - HAMON, Philippe, « Introduction. Fait divers et littérature » in Romantisme, 1997, n°97.
 - KRIEG, Alice, « Analyser le discours de presse. Une mise au point sur le « discours de presse » comme objet de recherche in Communication, Vol. 20 / 1, 2000.
 - LOCHARD, Guy, « Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. Vers un déclin des « modes configurants ? » in Réseaux, no. 76 CNET, 1996.
 - PETITJEAN, André, «Le récit de faits divers : étude comparée de France-Soir et Libération » in Pratiques : linguistique, littérature, didactique, n°50, 1986. Les paralittératures.
 - PINSON, Guillaume, « Tintin avant Tintin. Origines médiatiques et romanesques du héros reporter » in Hergé reporter : Tintin en contexte, Vol. 46, no. 2, 2010.

- POELS, Alix et HOLLET-HAUDEBERT, Sandrine, « Valeur(s) et pratiques associées à la consommation de journaux gratuits. Une approche exploratoire » in [Revue française de gestion](#), 2013/1 (N° 230).
- REVAZ, Françoise, « Le récit dans la presse écrite » in [Pratiques](#), no. 94, juin 1997.
- ROUQUETTE, Michel-Louis, « La rumeur comme résolution d'un problème mal défini » in [Cahiers Internationaux de Sociologie](#), NOUVELLE SÉRIE, Vol. 86 (Janvier-Juin) 1989.
- -----, « Le syndrome de rumeur » in [Communications](#), 52, 1990.
- SEMUJANGA, Josias, « La rumeur. Parole fragile et croyance partagée » in [Protée](#), Numéro consacré à La rumeur, Volume 32, Numéro 3, hiver 2004.
- THÉRENTY, Marie-Eve, « Pour une histoire littéraire de la presse au XIX^{ème} siècle » in [Revue d'histoire littéraire de la France](#), Vol. 103, 2003/3, PUF.