

Bernard Hennebert et la citoyenneté culturelle

PORTRAIT

Journaliste free-lance, directeur d'association, organisateur de débats et de concerts, auteur et collaborateur de longue date du Ligeur, Bernard Hennebert incarne à lui seul un contre-pouvoir médiatique et culturel. Retour sur l'itinéraire bien rempli d'un infatigable défenseur des droits (et devoirs!) des usagers.

"Seul le Ligeur payait les piges!"

"J'ai connu les dernières années de l'université de Louvain, où je faisais des études de journalisme qui ne m'intéressaient pas trop. Avec le pianiste de jazz Michel Herr, on préférait faire du journalisme amateur. On prenait sa voiture ou on faisait du stop, et on allait à Paris pour rencontrer Nougaro, puis tous les monstres sacrés : Brel, Brassens, Trenet, Ferré..."

C'était une période en or où tout était plus simple, pas besoin de passer par des attachés de presse. Et la bourse d'études nous permettait de nous faire exploiter par des journaux qui ne nous payaient pas. C'est d'ailleurs pour ça que j'ai commencé au Ligeur : ils étaient les seuls à payer les piges ! Mon premier article était consacré à la mort de Magritte, j'habitais le même quartier que lui à Schaerbeek.

À l'époque, un jeune journaliste recevait plus facilement sa chance, mais il fallait faire face à une certaine censure, donc tout n'était pas parfait non plus. J'étais parfois un peu trop libertaire. J'ai d'ailleurs gardé certains articles "censurés", c'est assez amusant."

Le déclic

"J'étais surtout journaliste musical, mais j'ai-mais été actif, un peu militant déjà, alors j'ai commencé à organiser des concerts. Pour le plaisir et sans gagner un franc. C'est comme ça que j'ai organisé le premier concert de Jacques Higelin à Bruxelles, dans une arrière-maison. Ou Lavilliers à la MJ de Forest, ou encore Renaud aux Petites Halles de Schaerbeek. Ça m'a permis de découvrir les coulisses, et c'est là que j'ai eu un déclic. Je me suis dit : 'Le journaliste est le relais de l'industrie culturelle et des artistes. Mais personne ne parle du public et de ses droits. Le journaliste ne doit ni payer son entrée, ni faire la file ou obtenir un remboursement en cas d'annulation. Qu'en est-il du public ? Pourquoi n'existe-t-il pas de droits des usagers culturels ?'

Le public 'actif' avait comme priorités la liberté du journaliste ou la rémunération des artistes, mais jamais la défense de ses propres droits. C'est à ce moment que l'industrie s'est emparée de la culture et des médias et que,

forcément, tout est devenu plus industriel. En l'absence d'un contre-pouvoir, il était normal que l'industrie impose ses pratiques. Dans la culture ou les médias, on est censés retrouver un supplément d'âme et des jugements de valeur esthétique, donc les critères ne sont pas aussi nets que dans les autres secteurs de la consommation. Après un concert ou une pièce de théâtre, on dit 'J'ai aimé ou pas aimé', mais au-delà de l'appréciation, rien sur les droits du public. C'est notamment pour ça que les règles économiques qui auraient dû s'appliquer au secteur culturel ne l'ont pas été. Et aucun contre-pouvoir n'était là pour le dénoncer."

De DA à l'ATA

À l'aube des années 1990, Bernard Hennebert lance l'association Diffusion Alternative, qui obligera la FNAC à réintégrer l'écoute avant achat ou la RTB (sans F à l'époque) à taire le nom du cigarettier sponsor d'un festival de jazz.

"Travaillant dans le domaine de la musique, je faisais des débats dans les écoles sur les dessous du show-business. J'accompagnais des gens comme William Sheller, Pierre Rapsat ou Dick Annegarn, qui venaient expliquer leur métier. En essayant de mettre en place les droits du public en musique, j'ai constaté que l'obstacle le plus important de la diversité, c'est la médiatisation, c'est ainsi que mon combat premier est devenu celui des médias."

Après DA, Bernard Hennebert crée l'ATA, l'Association des Téléspectateurs Actifs, qui remporte des victoires significatives dans le domaine audiovisuel. Création du JT pour enfants "Les Niouzz", indication des tarifs des numéros de téléphone surtaxés ou de la signalétique violence, autant d'avancées que l'on doit à ces "empêcheurs de programmer en rond".

"Il me reste encore un combat précis à gagner en télé : la suppression totale de la pub à la RTBF. Alors qu'auparavant personne ne voulait en entendre parler, des années de travail ont enfin convaincu le gouvernement de financer une enquête scientifique indépendante, qui évaluera la viabilité d'un service public sans pub. Les résultats seront bientôt connus."

Le baromètre législatif

"J'évalue mon travail en fonction des changements législatifs. Je ne fais pas de l'éducation aux médias, le but est d'arriver à changer les lois. Mon objectif fondamental, c'est de pouvoir montrer qu'un simple citoyen, sans grands moyens ou carte de parti, peut être entendu et agir pour le bien commun. Donc, mon action ne peut servir d'exemple que si je remporte des victoires au niveau législatif. La citoyenneté peut devenir un hobby. Mais

attention, obtenir une évolution législative prend dix ans ! Il faut beaucoup de détermination et un véritable entraînement, comme le sportif amateur qui dédie tous ses week-ends à sa passion et finit par exceller dans une discipline.

Je n'ai pas encore touché les droits d'auteur de mes livres et je ne sais pas si je les toucherai un jour. Je ne fume pas, je n'ai ni voiture, ni enfant, mais je loue une partie de la maison que j'ai rénovée pendant quinze ans et vis des allocations des autres appartements. De toute manière, quand on est passionné par son métier, on ne dépense pas tellement en loisirs. Je suis une sorte d'auto-mécène. Cela explique pourquoi je peux autant m'engager dans les combats que je mène et faire ce que d'autres journalistes ne feront jamais, comme critiquer très fort les médias."

Cette indépendance financière lui permet de consacrer son temps aux thématiques délaissées par les médias traditionnels. Débarrassé des impératifs de rentabilité, Bernard Hennebert jouit d'une totale liberté pour mener ses combats. Car c'est bien de combats dont il s'agit.

"Les ingrédients et la date de fraîcheur sur les boîtes de conserve, on considère ça comme normal. Or, c'est une conquête ouvrière, il ne faut pas croire que l'industrie était d'accord. Pour moi, les droits de la consommation sont comme les luttes ouvrières, et c'est pour ça que j'emprunte leur langage. J'ai pris l'habitude d'employer ces termes forts, qui semblent indécents dans un secteur apparemment secondaire. Ils sont synonymes de sang, de victimes, et il y a d'énormes souffrances, au niveau intellectuel, causées par la télévision dans la tête des gens. La plupart des gens passent trois heures par jour devant la télé et sont dépendants des grands médias. Tout ça génère une énorme souffrance qu'il ne faut pas croire moins importante que ce qui se passe dans le Tiers-Monde. On m'a souvent reproché de ne pas prendre part à des combats 'plus sérieux', comme les sans-papiers ou de tout autre sujet où l'on est directement confronté à la souffrance, de visu. Pourtant, les gens pour qui je me bats souffrent tout autant, peut-être plus : ils sont mous, deviennent des légumes."

Les musées, l'autre priorité

Son autre cheval de bataille, c'est la gratuité des musées chaque premier dimanche du mois. Et là aussi, l'obstination a fini par payer puisqu'on compte maintenant une quarantaine de musées participants, contre un seul il y a une dizaine d'années. La ministre Fadila Laanan a récemment déclaré qu'elle voulait rendre cette gratuité du premier dimanche obligatoire

pour tous les musées subsidiés en Communauté française.

“Et tout cela a pu arriver grâce à une chronique que j’ai tenue quelques années dans le Ligeur ! Mais il faut encore renforcer la visibilité médiatique des musées et valoriser leurs collections permanentes. À côté des grosses expos temporaires dont tout le monde parle, d’autres musées moins connus recèlent de véritables trésors dans leur fonds permanent.”

Cet amour des musées l’a récemment poussé à écrire cet ouvrage au titre provocateur, Les musées aiment-ils le public ?

“L’éditeur ne voulait pas de ce titre. Pourtant, malgré ce côté ‘sacrilège’, c’est vraiment ma question. On aime les artistes et les institutions culturelles, donc on ne veut pas les critiquer. Mais sans critique, les musées ne pensent qu’à leurs problèmes financiers et deviennent des activités pour touristes. Le public doit ouvrir sa gueule, même si le ticket d’entrée n’était pas cher, même si personne ne répond aux mails ou aux courriers. Il ne faut pas laisser tomber. Une institution vit quand elle a un contre-pouvoir, sinon elle est juge et partie, et l’intérêt économique

finit par primer.

Ce n’est donc pas un bouquin contre les musées, mais un bouquin pour réveiller le public. Le fait d’être actif en dénonçant les abus peut aboutir à des grands résultats, comme le code de bonne conduite en faveur des usagers culturels de la Communauté française. Il est unique au monde et c’est ma plus grande victoire.”

■ Propos recueillis par
Mathieu Nguyen