

LES MÉDIAS ET LA CULTURE : QUEL RAPPORT, QUEL AVENIR ?

L'antenne belge de l'organisation Zulu Nation dédiée au mouvement hip-hop organise depuis un an des conférences pour échanger idées et réflexions en tout genre. Thème de la 4ème édition : la relation entre médias et culture hip-hop. Au menu, débat passionné et anecdotes.

Par Cécile Thomachot



Au premier étage du forum Kaaithheater de Bruxelles, l'ambiance est décontractée, musique à plein tube et amuse-gueules accueillent artistes, journalistes et curieux. La 4ème édition des conférences « La 5ème discipline » s'interroge sur le rapport entre la culture hip-hop et les médias. PhilOne, directeur de l'antenne belge de l'organisation Zulu Nation et organisateur de la soirée, s'improvise MC. « *Aux États-Unis, l'éducation via les disciplines du hip-hop est quelque chose de réel et qui donne des résultats. Nous nous sommes dit que ce genre de réflexion manquait dans le paysage belge. Depuis décembre 2011, nous organisons des conférences pour échanger des idées et des contacts humains. Pourquoi la 5ème discipline ? Parce qu'au milieu du graff, du Djing, du rap, du breakdance, il y a la connaissance* ».

Les invités :

Sidney, animateur de la 1ère émission télévisée de hip-hop en France

Serge Mpatha, artiste belge et producteur de l'émission « Rencontres urbaines »

Akro et **Pitcho**, rappeurs belges

Talab de la radio K.I.F dédiée à la culture hip-hop et au R'n'B

Didier Stiers, journaliste indépendant et chroniqueur pour la rubrique culturelle du quotidien belge Le Soir

1 Les débuts médiatiques du mouvement

Sidney : Quand le hip-hop a débarqué en France, les médias pensaient que c'était un effet de mode qui allait passer. L'émission H.I.P H.O.P est née parce que j'ai rencontré les bonnes personnes au bon moment et que j'ai eu aussi un peu de chance. On m'a donné 14 minutes d'antenne après Starky et Hutsch. Il ne fallait pas se louer.

Talab : A l'époque, personne ne voulait diffuser les rappeurs. Nous étions les seuls ! En lançant le rendez-vous annuel « La nuit du hip-hop », je me suis rendu compte du manque de tribune pour tous ces gens-là. On leur reprochait de venir par la force mais à vrai dire, ils n'avaient pas le choix s'ils voulaient se faire entendre.

Akro : A ses débuts, le hip-hop était un média à lui tout seul, un mouvement contestataire avec ses propres codes, ses haut-parleurs et porte-paroles, son public !

Pitcho : Dans les années 80, l'animateur ou le présentateur comme Sidney pouvait encore passer son coup de cœur. Il avait le droit de choisir. Aujourd'hui, ce n'est même plus la peine d'y penser. Les décisions viennent d'en haut et tu n'as plus ton mot à dire.

2 Culture et information, incompatibles ?

Sidney : Pour moi, les médias et la culture, ça fait deux ! Quand Marie-France Brière [ndlr : productrice de l'émission H.I.P H.O.P] m'a dit « Tu vas montrer à la France comment tourner sur le dos », j'étais sceptique. L'émission a pourtant crevé l'écran pendant un an, de janvier à décembre 1984. Elle a influencé les français, culturellement et socialement. Tout d'un coup, le petit Mohamed, Toufik ou Babacar devenaient célèbres. Malheureusement, TF1 a été privatisé. On nous a mis la pression et le mouvement a fini par être tourné en ridicule sans qu'il soit reconnu comme une culture à part entière.

Serge Mpatha : Pour eux, comme tu disais, c'était un effet de mode, un truc éphémère mais 30 ans après, le hip-hop est toujours là. Les médias le méprisent en tant que culture et éducation. Pourtant ce mouvement a sauvé plus d'un jeune (de banlieue).

Akro : En Belgique, pendant tout une période, les « grands » médias jouaient le jeu et en parler, plus ou moins bien. Puis la diffusion s'est arrêtée du jour au lendemain, comme si le mouvement avait disparu.

Didier Stiers : Le problème, c'est la disparition des médias spécialisés (fanzines, magazines, radios) qui faisaient un travail formidable. Ils se sont fait dévorer par les médias de masse.

Akro : Le hip-hop a été dilué dans cette grande soupe médiatique qui promet des bénéfices aux plus chanceux et en temps de crise, il est difficile d'y résister.

3 La réalité économique du marché

Talab : D'un côté, le média cherche à fidéliser son public. De l'autre côté, l'artiste tend à maximiser son audience. Les deux se rejoignent sur une seule chose : les tendances. Il faut être conscient de la réalité : tout média est aujourd'hui contraint par le système. Il faut trouver un compromis entre les attentes du marché et le message que l'artiste peut mettre en avant.

Serge Mpatha : J'ai aussi compris cela, un fois que j'étais de l'autre côté de la barrière, avec mon émission « Rencontres urbaines ». C'est la loi de l'offre et de la demande. Les médias se battent sur le même petit sandwich de 24h, plus ou moins sponsorisé. Dans ce cas-là, la culture n'est plus la priorité. Il ne faut pas croire que c'est propre au hip-hop. Aujourd'hui, très peu de monde à une place au niveau culturel, l'économie a pris le monopole.

Akro : De toute façon, la culture hip-hop n'a jamais vraiment eu de place légitime. Je parle du discours, des messages que les artistes ont voulu véhiculer sur les jeunes de banlieues et la société. Les médias qui m'invitaient par besoin d'exotisme musical me disent aujourd'hui "Désolé mais ça ne passe plus car c'est trop rap ». Pourtant, le public est toujours là, les amateurs de plus en plus nombreux.

4 Les responsabilités des médias concernant l'image du hip-hop

Serge Mpatha : Les médias ont décidé que le rap serait la vitrine du mouvement hip-hop. Avec NTM, ils ont forgé l'image du hip-hop à jamais. Ils se sont dit « ça bouge, ça casse, c'est vendeur ». C'était plus intéressant de montrer la contestation d'ordre sociale sous cet angle, en oubliant tout le reste. Les gens ont peur de ce qui vient de la rue car quelqu'un issu de ce milieu, réagit différemment, je dirais spontanément, selon ses propres codes. Rien à voir avec le système formaté de notre société actuelle. Les médias ne comprennent pas ce genre de comportement et donc le dénigre au lieu de le tolérer.

Didier Stiers : Il est vrai que cette culture n'a pas été traitée convenablement. Il y a eu beaucoup d'amalgames. D'ailleurs, nous confondons toujours rap et le mouvement hip-hop. Le premier fait partie du second.

Akro : La musique véhiculait un discours avec du sens, ce que j'appelle le rap conscient. A l'instar des médias, l'artiste a des responsabilités. Si tu as ouvert le bal avec un message qui a touché les gens et qui a fondé une prise de conscience, tu dois conserver cela.

Sidney : Même si le mouvement est censé évoluer lui aussi ?! On critique souvent Sexion d'Assaut mais ces mecs sont hip-hop au fond d'eux, ils ont des choses intéressantes à dire. C'est juste qu'ils ont pris le chemin qu'on leur a indiqué. Ils se sont dit, ça fonctionne avec une belle mélodie alors pourquoi pas ? Il faut accepter que le hip-hop, c'est aussi ça... Désormais, il peut être purement musical.

Akro : Je suis un puriste mais je ne veux pas devenir un fondamentaliste. Je reconnais que le hip-hop peut se prêter à des oreilles qui ont juste envie de danser mais ce n'est pas mon style, c'est tout !

5 Et la responsabilité de l'artiste...

Pitcho : Dans la vie, on doit être fier de ce que l'on fait. On doit pouvoir assumer son parcours. En tant qu'artisan et non artiste, tu dois amener de la qualité, produire quelque chose de structuré. Si tu ne le fais pas, tu n'as pas à rejeter la faute sur les médias.

Serge Mpatha : Tout à fait ! C'est la façon de présenter au public qui détermine le succès ou non du message. Parfois il apprécie ou déteste peu importe l'emballage. Le hip-hop parle d'une certaine jeunesse. Les mentalités belges et européennes ne sont pas prêtes pour écouter un tel discours.

Didier Stiers : Il faut que ça parle aux gens. La difficulté des deux côtés, est de rendre clair et audible, notamment pour ceux qui n'y connaissent rien. Il faut les convaincre, leur faire comprendre que le message concerne tout le monde.

Sidney : Ceux qui paient pour booster leur audimat par le biais de logiciels plus ou moins légaux, causent du tort à tous. Ce genre de mentalité pourrait l'art et les médias.

6 Nouvelles technologies et devoir de transmission

Sidney : Je suis énervé par l'utilisation du terme « urbain » comme si le mot « hip-hop » était tabou. Face aux médias qui veulent étouffer cette culture et qui ne veulent pas en parler, il faut se prendre en main. Les jeunes choisissent désormais le moment et le support concernant leur divertissement. Internet est une solution pour redonner de la visibilité à la culture hip-hop. Je demande juste que l'on respecte une seule chose : la qualité.

Talab : Il ne faut pas se leurrer, la fin justifie les moyens. Les artistes qui prétendent se faire un nom dans les médias de masse, doivent faire des concessions. L'alternative est de créer son propre espace d'expression.

Akro : Le hip-hop avec ses revendications, son discours sensé, je le répète, n'a jamais eu de place légitime à côté des autres cultures. Les avancées technologiques ont remis en question, notre manière de consommer, de s'instruire et de distribuer notre art. Nous devons trouver des manières saines de faire valoir nos œuvres sans qu'elles soient vidées de leur substance et sans prendre les gens pour des imbéciles. Pour moi aussi, internet permet de se faire connaître tout en conservant son format, ses textes et sa personnalité.

Serge Mpatha : Les médias n'ont pas envie de nous entendre tels que nous sommes. Nous avons été jusqu'au bout de nos moyens de pression. Aujourd'hui tout est possible, il suffit d'un peu de volonté.

Akro : Puisse le mouvement, même sur internet, garder ses valeurs fondatrices : la paix, l'amour, l'unité et l'amusement !