



OUVERTURE DE LA DEUXIEME CONFERENCE DES PRESIDENTS DU REFRAM Bruxelles, lundi 19 septembre 2011

Discours de M. Michel BOYON

Au fil du temps, les liens qui nous unissent se resserrent toujours un peu plus.

Ces liens vont au-delà de la relation professionnelle : pour moi, vous n'êtes pas des homologues, ni des collègues, mais des amis avec lesquels j'ai plaisir à dialoguer et à construire.

La francophonie n'est pas une communauté d'intérêts, mais une communauté d'intelligence. Elle n'est pas une sphère d'influence, mais une sphère de confiance. Elle n'est pas un ensemble politique, mais un ensemble culturel. Elle n'est pas un espace d'uniformité, mais un espace de diversité. Elle n'est pas une aire d'égoïsme, mais une aire de solidarité. Elle n'est pas un lieu de domination, mais un lieu d'égalité.

La francophonie, ce n'est pas la France. C'est vous, ainsi que les peuples que vous représentez : près de deux cent millions de personnes qui pensent en français, parlent en français, écrivent en français.

Il fallait toute l'intuition, toute la hauteur de vue, toute la sagesse du président Luc-Adolphe Tiao pour percevoir que nous avions bien plus qu'une langue à partager. Il fallait comprendre le rôle des régulateurs audiovisuels dans « la vie quotidienne d'une langue ». Que serait une langue sans communication ? Une langue morte.

Mais, au-delà, une langue est un regard. Pas un simple coup d'œil, furtif et maladroit, mais un regard attentif, profond, intelligent, porté sur les hommes, sur les idées, sur les choses.

C'est de ce regard que naissent des valeurs, celles dont nous avons, nous régulateurs, la garde au quotidien : liberté, Etat de droit, démocratie, droits de l'Homme, universalisme, cohésion sociale, diversité sociétale.

Elles sont notre fil rouge depuis la naissance du REFRAM en 2007. Les statuts font référence à la Charte de la francophonie, à la Déclaration de Bamako de novembre 2000, à celle de Saint-Boniface de mai 2006. Il y a aussi nos plans d'action, nos feuilles de route, nos coopérations, nos échanges de bonnes pratiques.

Ces valeurs expliquent surtout la singularité de notre approche de la régulation, qui privilégie les contenus, les programmes. Ce n'est pas une marotte ou une originalité

sympathique. C'est l'expression du bon sens. Les contenus sont les seuls à créer du sens, de la conscience, de la cohésion, de la richesse.

Comme son nom l'indique, le média est un moyen au service d'une fin : le contenu. Rappelons-le nous à l'heure du « tout technologique ».

Cette vision n'est pas l'expression d'un repli frileux ou d'une nostalgie ronchonne. Toutes les technologies de la communication n'ont qu'un objectif : transmettre un message. On en revient toujours au même point : le langage, encore le langage, toujours le langage.

A nous de faire en sorte que, dans un contexte de profusion, les contenus soient dignes de confiance, c'est-à-dire des valeurs que nous partageons, de nos cultures, de notre intelligence. C'est tout le sens de la mission qui incombe à chacun de nous.