



Evaluation de la formation-tutorat pour la presse écrite et la radio de Syfia International

Synthèse

Février 2007

Thétys Sarl. 295 chemin du Triadou. 34820 Assas. 04 67 59 79 38. Fax 04 67 59 74 40.
Email j.kouchner@wanadoo.fr
Siret 384 035 044 00039 APE 221 A – N° de déclaration d'existence : 823801460 38

SOMMAIRE

1	<u>CONTEXTE GENERAL ET METHODOLOGIE.....</u>	2
2	<u>UN BILAN NETTEMENT POSITIF.....</u>	3
2.1	UNE APPROCHE ADAPTEE AU CONTEXTE LOCAL.....	4
2.2	UNE SINGULARITE RECONNUE MAIS PEU CONNUE	5
2.3	UNE EFFICIENCE CONCURRENTIELLE	5
2.4	UN SOUTIEN ACTIF A LA FRANCOPHONIE.....	6
3	<u>RECOMMANDATIONS.....</u>	6
3.1	MUTUALISER LES RESSOURCES PEDAGOGIQUES.....	6
3.2	PERFECTIONNER LA FORMATION DES FORMATEURS.....	6
3.3	DEVENIR LE CENTRE DE PERFECTIONNEMENT DE REFERENCE	7
3.4	PRODUIRE UN REEL EFFORT DE COMMUNICATION	8
3.5	DIVERSIFIER LES FINANCEMENTS	8
4	<u>ENCOURAGER POUR RENFORCER L'IMPACT</u>	8

1 Contexte général et méthodologie

Syfia International a initié la formation-tutorat en 2002, suite aux constats d'une précédente évaluation. Parmi ceux-ci, la nécessité pour Syfia de travailler plus étroitement avec les médias locaux et la permanence d'un « mal-journalisme » dans la plupart des pays d'Afrique francophone couverts par Syfia perpétué par des conditions matérielles et parfois politiques déplorablement et alimenté par de graves déficiences professionnelles, pour partie liées à la faiblesse des systèmes de formation.

Depuis 1988, Syfia pratique la formation continue de ses correspondants, par internet et en direct via ses agences. S'est ainsi instauré autour de Syfia un système interne de formation, comme un compagnonnage, tel qu'il se pratique toujours, dans nombre de métiers et aussi dans la forme plus actuelle des stages en entreprise et de la formation en alternance.

C'est de cette expérience qu'a pris corps et que s'est formalisé le concept de formation-tutorat appliqué cette fois aux journalistes des médias locaux. La formation-tutorat allie la formation, dans une démarche de tutorat des apprenants, et la production, appelée ici la coproduction, résultat de la formation des apprenants tournée vers la pratique. La coproduction est donc le résultat publié (ou diffusé) visible de la formation-tutorat. Cette conception prend en compte les besoins des médias africains de participer à la formation des journalistes dans une perspective d'approfondissement des pratiques, et la nécessité d'associer les médias et les publics à cet approfondissement en leur donnant à lire ou à entendre des produits plus élaborés.

Durant quatre années, 5 agences membres de Syfia (Proximités au Bénin, Jade au Cameroun, Jade au Burkina Faso, Jade au Sénégal, Médiascope à Madagascar) se sont investis dans des programmes de formation-tutorat avec pour objectifs de :

- valoriser un savoir-faire en le transmettant ;

- contribuer à une évolution professionnelle des médias nationaux, avec des retombées positives sur l'ensemble de la société ;
- diversifier leurs activités pour à terme diversifier leurs sources de revenus et accroître leur autonomie financière.

La mise en œuvre de ces principes repose sur un accompagnement personnalisé des stagiaires journalistes, suivis individuellement dans leur travail de recherche d'information et de rédaction par un formateur des agences Syfia concernées. Elles sont caractérisées à la fois par un suivi étalé dans le temps et par le maintien des journalistes au sein de leur rédaction. Il peut aussi s'agir, comme au Burkina, d'étudiants envoyés en stage dans des rédactions où ils sont alors placés en situation professionnelle, sous la conduite d'un journaliste-relais.

Quatre ans après le lancement de ce programme, l'association Syfia International, qui regroupe dix bureaux¹, était demandeuse au premier chef d'un regard extérieur sur cette activité, susceptible de permettre un ajustement de ses pratiques. Elle a donc commandité cette évaluation.

Celle-ci a commencé par une collecte documentaire et par une réunion à Montpellier² avec les représentants de F3E, de Syfia et les évaluateurs (Jean Kouchner et Gérard Ponthieu). L'envoi d'un questionnaire aux bénéficiaires de ce programme a permis de préparer les missions qui ont suivi.

Pour des raisons d'efficacité et de coûts, trois pays ont été retenus pour l'évaluation sur place – Bénin, Burkina Faso, Cameroun – tandis que Madagascar et Sénégal ont été sollicités par des questionnaires et des échanges téléphoniques et via internet. Seul le bureau de Madagascar a réagi à ces demandes ; la partie du rapport qui le concerne, limitée à ce type d'échanges, n'a évidemment pas permis d'approfondir notre analyse.

Les deux évaluateurs ont commencé leur mission au Bénin dans le double but d'affiner leur méthode commune et d'appréhender les lignes concrètes de la problématique posée. Après quoi Jean Kouchner s'est rendu au Cameroun et Gérard Ponthieu au Burkina Faso. Analyses et synthèses sont le fruit de ce travail commun et des échanges permanents, enrichis lors d'une réunion critique à Paris.³

2 Un bilan nettement positif

Globalement, le bilan qui résulte de notre analyse de la formation-tutorat est très nettement positif. Nous avons surtout rencontré des journalistes apprenants très satisfaits des formations dispensées, des dirigeants de médias qui en redemandent, des représentants d'ONG ou de services de coopération très intéressés et parfois même prêts à s'impliquer.

● **Les journalistes et les étudiants qui ont suivi les formations-tutorats affichent une satisfaction qui sait rester critique.** Preuves de leur intérêt pour la formation qu'ils ont suivie, ils formulent des exigences et des propositions destinées à améliorer encore les stages et savent faire preuve d'esprit critique n'encensant pas toujours les cursus et les formateurs.

¹ Pour rappel, l'association fédère aujourd'hui dix membres, agences de presse locales indépendantes, dans les pays suivants : Belgique, Bénin, Burkina, Cameroun, Canada, France, Madagascar, RD-Congo, Sénégal, Suisse.

² Siège historique de Syfia et siège aujourd'hui d'Ici-Là-Bas Média, une des dix agences du réseau Syfia international

● **Les dirigeants de médias** qui ont compris la nature de l'enjeu et défendent une politique éditoriale plus exigeante – et qui ont conclu des accords avec les agences Syfia – sont eux aussi satisfaits et critiques. Ils ont relevé avec intérêt la qualité indéniable des coproductions et l'apport que cela représente pour leur support. Lecteurs et auditeurs leur ont souvent renvoyé une image positive des coproductions. Dans certains cas, cette valorisation du média s'est traduite par des gains supplémentaires concrets (lecteurs, annonceurs, image du média...). Cependant, la plupart se refusent à envisager toute participation financière réelle aux formations-tutorats, mettant en avant leur grande précarité économique.

● **Les lecteurs et surtout les auditeurs** ont souvent manifesté leur intérêt pour les coproductions (les articles ou émissions produites durant la période de formation du stagiaire), renvoyant à leurs auteurs et au média concerné l'expression de leur intérêt et parfois de leur satisfaction.

● **Les étudiants en journalisme**, pour qui il s'agit le plus souvent d'une première expérience de journalisme de terrain, expriment eux aussi leur satisfaction. Ils ont tendance à opposer parfois la théorie apprise dans leurs universités à la pratique organisée par les agences Syfia qui les prépare à affronter les conditions difficiles d'exercice du métier en Afrique, matériellement et déontologiquement.

L'ancrage sur la pratique et le terrain apparaît bien être le principal atout des formations-tutorats et leur singularité dans un environnement principalement composé de formations essentiellement théoriques.

En prenant cette orientation lors du lancement de ce programme et pariant sur une plus grande efficacité des formations que ce qui se pratiquait jusqu'alors Syfia International a assurément fait le bon choix et assuré le succès de ce projet.

Ces résultats incontestablement positifs sont à nuancer selon les pays, en raison des particularités propres à chaque agence, agissant elles-mêmes selon leurs perceptions des conditions locales et en fonction des diverses ressources disponibles, tant humaines que matérielles.

Les bénéficiaires eux-mêmes varient. Ainsi, au Bénin, la formation-tutorat est-elle tournée vers les professionnels, tandis qu'elle l'est davantage vers la formation première des étudiants en journalisme au Burkina, dans une moindre mesure à Madagascar, et que le Cameroun couvre les deux champs.

Certaines de ces différences nous ont semblé davantage à mettre au compte d'opportunités, plutôt qu'à des choix délibérés reposant sur une analyse poussée des situations locales. C'est un des effets attendus de cette évaluation que de permettre une clarification des options de chaque agence. Et aussi de mettre le doigt sur les quelques insuffisances et point à améliorer que nous avons relevés, qui ne remettent pas en cause l'impression d'ensemble très favorable.

2.1 Une approche adaptée au contexte local

Le constat de base s'appuie sur une connaissance précise du terrain : la place marginale dans les journaux et dans les radios africains occupée par les reportages et enquêtes de terrain et le manque de disponibilité, voire parfois de compétence des responsables de journaux pour former leurs journalistes au quotidien que ne comble qu'en partie les stages de courte durée.

Il s'agit aussi de casser le « cercle vicieux » du journalisme africain : contraintes et manque de moyens limitent la qualité journalistique, qui à son tour limite la diffusion et les moyens, etc.

Syfia qui connaît bien le milieu médiatique local s'est volontairement montré prudent dans la définition de ses objectifs, en particulier sur l'intérêt et la participation des responsables de médias locaux à ce programme. En effet, les responsables de bureaux n'ont pas compté sur les moyens financiers que les dirigeants des médias seraient susceptibles d'investir dans la formation et, plus généralement, dans l'amélioration des contenus informatifs.

Par ailleurs, tant que l'économie des médias demeure « virtuelle », voire quasiment inexistante (le Bénin et sa trentaine de quotidiens), recourir à des journalistes formés présente moins d'avantages que d'inconvénients – dont celui des rétributions plus élevées. Mieux vaut accueillir des jeunes en formation, leur confier des sujets que les journalistes en poste n'ont ni le temps ni le désir de traiter : produire un article de qualité coûte plus qu'il ne rapporte...

2.2 Une singularité reconnue mais peu connue

Syfia et ses agences nationales jouissent dans les pays visités d'une notoriété indéniable véhiculée au fil des années – une vingtaine – par la constance et la qualité de sa présence journalistique dans les médias locaux via ses articles. Mais cette « aura » comme agence de presse a tendance à masquer d'autres aspects de ses activités moins visibles, particulièrement la formation difficilement reconnue comme une activité à part entière de Syfia, même par ses principaux bailleurs de fonds. L'approche pratique qui privilégie la formation sur le terrain au regroupement des journalistes en stages ponctuels, à l'opposé de ce qui est habituellement organisé, ne favorise pas la visibilité de ces actions.

La formation-tutorat parce qu'elle est relativement récente et aussi en raison de la discrétion qui l'a accompagnée jusqu'à présent est ainsi très peu connue hors du cercle des bénéficiaires directs. Pourrait-il en être autrement dans cette phase de « rodage » et surtout d'exploration des potentialités des médias en termes de demande et de capacités de financement, et des agences en terme de ressources humaines. Autant d'aspects présentant des incertitudes et des risques, différents d'un pays à l'autre qui expliquent, en partie, la discrétion qui a entouré jusqu'à présent ce programme.

La prudence a aussi été de mise par rapport aux signaux émis régulièrement par les coopérations et bailleurs en général, exprimant scepticisme et autres réserves annonciatrices de possibles restrictions de dotations. Cette épée de Damoclès limite les marges de manœuvre et surtout inhibe tout esprit d'initiative. Les hésitations parfois constatées dans le programme mené par Syfia peuvent aussi refléter les hésitations des différents partenaires, le manque de lisibilité de leurs politiques, ou encore les incertitudes et inconnues qui les entourent.

Pourtant, il nous apparaît que les agences Syfia ont clairement leur raison d'être : former des journalistes ancrés sur les principes déontologiques et le terrain. Et les former en les arrimant à une profession, de sorte qu'ils ne la délaissent pas à la première occasion mais qu'ils en assument grandeurs et servitudes.

2.3 Une efficience concurrentielle

Le coût de formation par stagiaire depuis le lancement des formations-tutorats - tout type de média et de pays confondu - en moyenne de 1 823 euros. Ce chiffre est loin d'atteindre le coût habituel des formations managées depuis la France (comprenant salaire des formateurs ou coût / journée des écoles de journalistes, voyages, per diem,...)

Si l'on compare ce coût / stagiaire à d'autres types de formations, et notamment à celles qui sont mises en œuvre grâce au concours des grandes écoles de journalisme (françaises ou étrangères), nous constatons qu'il est largement concurrentiel. Et ce d'autant plus que dans sa sécheresse, il masque la réalité de terrain : les stagiaires sont ici accompagnés pendant une longue période (de 6 mois à 2 ans), et les formations sont ancrées sur le terrain et non limitées aux quatre murs d'un hôtel. Ajoutons que, selon les résultats de nos investigations,

les méthodes de travail, la déontologie enseignée, et la rigueur des méthodes semblent bien ancrées dans les pratiques des apprenants après la fin de leur formation.

Sont comprises dans ce coût les productions issues de ces formations : le nombre de coproductions publiées (276 en presse écrite au total, et 204 en radio en trois ans et demi pour 5 pays, ce qui donne une moyenne de 27 par an et par pays tous médias confondus).

2.4 Un soutien actif à la francophonie

Les journaux qui concernent surtout les milieux urbains véhiculent le français en très grande majorité. La radio est plus transversale, passant du français aux langues vernaculaires, parfois de manière exclusive, comme dans les radios rurales. Dans les deux cas, le français reste la langue de l'outil commun de formation, du lien qui permet aussi une forme de rapport au monde.

Au Cameroun, le soutien de l'agence Syfia aux médias écrits en français et les efforts déployés pour l'amélioration de leurs contenus est encourageant. Si les formations-tutorats ne peuvent à elles seules assurer l'avenir du français, elles encouragent certains promoteurs de médias à poursuivre leurs efforts.

Soutenir la presse en terre francophone comme le font les agences de Syfia, tant par la qualité de la langue même des articles fournis sous son nom que par la formation-tutorat, c'est faire vivre la langue de tous les jours et participer pleinement aux objectifs de la francophonie et des valeurs sous-tendues.

3 Recommandations

3.1 Mutualiser les ressources pédagogiques

Qu'il s'agisse des contenus, des programmes, des documents pédagogiques et de tout ce qui peut se mutualiser, les agences Syfia auraient à gagner considérablement à une mise en commun effective et soutenue de ces outils. Il s'agirait de poursuivre au plan de la formation ce qui existe et a fait ses preuves avec Syfia international en tant qu'agence de presse.

C'est le cas particulièrement des documents d'apprentissage de référence, les supports techniques, aujourd'hui conçus plus ou moins par chaque agence, qui devraient l'être de façon commune aux agences Syfia, ce qui n'empêcherait pas chacune d'elles d'y apporter sa touche propre. De même, des rencontres régulières devraient-elles permettre des échanges pédagogiques et conduire à des méthodes et pratiques convergentes. C'est en particulier le cas des pratiques d'évaluation encore assez peu observées, ou non systématisées, dans les processus d'apprentissage – évaluations des apprenants comme des formateurs, nécessaires au suivi pédagogique et à l'évolution des pratiques de formation.

3.2 Perfectionner la formation des formateurs

Les formateurs de Syfia que nous avons rencontrés ont mis en œuvre avec succès une pédagogie issue de leur expérience et de leur connaissance pointue du terrain. Ils ont ainsi assuré le succès des formations-tutorats. C'est d'autant plus remarquable qu'ils ont inventé en la construisant cette pédagogie nouvelle dont ils n'avaient pas d'expérience réelle. Mais le développement souhaitable des formations-tutorats entraînera inévitablement des besoins qualitatifs et quantitatifs en formateurs plus importants. Il est donc indispensable de se préparer à cette nouvelle étape.

Former les formateurs, ou les perfectionner par exemple dans un domaine particulier, devrait s'inscrire parmi les priorités dans les plans d'action des agences. Démarche qui inclurait, la formation des journalistes-tuteurs précisément sollicités dans les formations-tutorats.

Ce point est fondamental, en particulier dans la mesure où il professionnalise également la fonction de formateur. Plus de rigueur et de richesse dans les contenus pédagogiques, plus de méthode dans l'animation des groupes pour une meilleure transmission des savoirs professionnels, autant d'atouts susceptibles de « potentialiser » la formation-tutorat et d'en accélérer les effets dans les médias.

On doit mettre à l'actif de Syfia international et du réseau professionnel tissé au fil des années, de disposer aujourd'hui du socle nécessaire à la mise sur pied, à moyen terme, d'un système de formation de formateurs fiable et pérenne.

3.3 Devenir le centre de perfectionnement de référence

Dans chaque pays, Syfia pourrait devenir le centre de perfectionnement (« *recyclage* ») de référence. Non pas en concurrence avec les lieux de formation existants mais en complémentarité stimulante, à l'image de ce que recouvrent les formations-tutorats en termes de professionnalisme. Parce qu'elles sont mises en œuvre à partir des savoir faire nationaux, qu'elles sont ancrées sur la pratique, qu'elles ont des effets rapidement perceptibles, elles peuvent devenir des références solides et un bel exemple de prise en main des médias par eux-mêmes.

Cette ambition trouverait d'autant ses chances qu'elle impliquerait les dirigeants de médias ainsi que leurs partenaires « naturels » : associations patronales, Maison des médias, Haute Autorité, etc., de même que les partenaires des journalistes : associations, syndicats, maisons de la presse, unions professionnelles..., et bien sûr les représentants des écoles et des universités.

La constitution d'un centre de référence pourrait faciliter la recherche de financements nouveaux. L'existence active et fiable d'une coordination conviendrait sans doute à certains bailleurs de fonds – comme cela se pratique d'ailleurs déjà ici ou là dans des accords bilatéraux ou multilatéraux finançant la création ou le fonctionnement de tels centres des médias, Maison de la presse ou autres.

Autre piste de partenariat : faire participer écoles et universités aux frais des formations dispensées aux étudiants, tout comme elles seraient associées aux définitions des contenus et des pédagogies. Cette participation pourrait s'inscrire dans les budgets généraux des établissements partenaires par exemple, comme nous le suggérons, en déléguant à des formateurs professionnels la coordination et l'enseignement des matières professionnelles. Ces formateurs auraient alors le statut d'enseignants associés, rémunéré au temps passé, tel que cela se pratique, notamment, dans les universités françaises.

En quoi, dira-t-on, Syfia peut-il prétendre se poser comme une référence pour la formation au journalisme en Afrique ? Il nous semble que la réalité des formations, ses effets, les témoignages de terrain recueillis attestent des qualités reconnues de Syfia qui fait ainsi figure de référence en la matière.

Un des enjeux que se doit de porter la formation-tutorat concerne la confusion entre journalisme et communication qui parasite au plus haut point le champ médiatique – ce n'est nullement spécifique à l'Afrique. Cette confusion des genres appelle une mobilisation à la fois intellectuelle et politique touchant l'ensemble des sociétés et jusqu'aux partenaires divers et notamment institutionnels – autorités de régulation, maisons des médias, ONG, bailleurs, etc. Elle concerne aussi les lieux d'apprentissage, dont les universités aux départements « mixtes » font cohabiter, parfois dans la confusion, les deux disciplines. Le réseau Syfia semble tout indiqué pour porter haut et fort ce flambeau de l'indépendance journalistique. Là encore, sa position professionnelle marquée par l'éthique et les principes déontologiques, place Syfia comme partenaire de premier plan.

3.4 Produire un réel effort de communication

Dans les pays visités, Syfia jouit d'une excellente image, et pourtant les formations-tutorats souffrent d'un déficit paradoxal de notoriété. Ce déficit touche en particulier des acteurs importants des médias : services de coopération, services culturels, mais aussi certains acteurs institutionnels nationaux.

Il faut en conséquence faire davantage connaître la réalité des formations-tutorats.

Chaque agence se devrait de trouver la manière la plus adéquate. Par exemple, comme on l'a évoqué ci-dessus, sous la forme d'une lettre ou d'un bulletin réguliers abordant au fil des parutions les principaux problèmes touchant le paysage médiatique et valorisant le travail de Syfia comme agence de presse, ses actions dans le cadre de partenariats, et l'efficacité des formations-tutorats.

Là encore, il y aurait des avantages à promouvoir une politique commune de communication qui viendrait conforter l'image et la notoriété de Syfia. Plaquettes générales, lettres d'information, logos et supports divers devraient être conçus et réalisés dans cet objectif commun, profitable à chacun et à l'ensemble de la formation-tutorat. A cet effort de valorisation commun, chaque agence devrait pouvoir rajouter sa singularité et personnaliser les documents.

3.5 Diversifier les financements

L'obligation d'une plus grande autonomie financière des agences Syfia est connue. Si elle ne peut être atteinte simplement dans un contexte économique de très grande précarité des médias, trouver de nouvelles sources de financement est une nécessité urgente.

Le principe général et actuel du financement des formations-tutorats fait que celui-ci est adossé à un fonds commun émanant du budget global de Syfia International financé par l'OIF. D'autres financements relayent parfois les formations de Syfia : l'US Aid, par exemple, a ainsi financé les émissions coproduites au Bénin sur la traite des enfants.

Les recherches de financements complémentaires auprès d'ONG et d'organismes de coopération sont l'une des clés de développement des formations-tutorats, l'autre pouvant consister en la mise en place d'un système coopératif entre différents médias – sans exclure les aides gouvernementales existant dans les pays considérés.

Sur ce point, nous estimons primordial de mener une réflexion sur la mise en place d'un système de formation financé par les bailleurs et/ou par chaque État dans le cadre des aides à la presse. De même faudrait-il, sur ce chapitre, impliquer réellement les éditeurs afin qu'ils s'approprient activement les processus de formation, plutôt que d'en être des consommateurs passifs. Une participation financière, proportionnée aux moyens – voire symbolique –, en même temps que réellement exigée, constituerait un des critères d'éligibilité. Un conseil paritaire, évoqué par ailleurs, pourrait être appelé à exercer cette sélection.

Un partenariat « de terrain », une coopération du même pourraient s'appuyer de manière plus élargie sur un tel conseil qui pourrait aussi mener à une meilleure coordination des aides et en établir une hiérarchie selon des critères objectifs, liés à des stratégies plus pensées et cohérentes, plus soucieuses aussi d'équité dans le choix des médias aidés.

Ainsi pourrait-on imaginer qu'un plus grand service soit apporté à l'ensemble des professions de l'information, dans une moindre dispersion – pour ne pas parler parfois d'atomisation – des aides et, finalement de gâchis.

4 Encourager pour renforcer l'impact

Ayant donc relevé de la part des agences visitées une certaine hésitation, voire une trop grande discrétion à potentialiser la notoriété de Syfia, nous avons tenu à en rechercher les origines possibles. On ne saurait en effet se comporter en entrepreneur hardi à partir de fondations trop incertaines.

D'où notre attention à ne pas prendre les effets pour les causes et à considérer l'ensemble des éléments conduisant les agences à limiter les prises de risque, là où plus de confiance pourrait conditionner une attitude plus offensive en investissements, en moyens humains et matériels. D'où notre appel au(x) bailleur(s) à exprimer des attitudes non ambiguës et des messages clairs déclencheurs d'initiatives.

L'impact des formations-tutorats, tel que nous l'avons constaté, apparaît plus souvent de manière ponctuelle. Il est alors, et toujours, très positif. Mais sans guère déborder de ses cadres restreints d'application. Ainsi, à elle seule, l'action de Syfia, même cumulée en fournitures d'articles et en formations-tutorats de qualité, ne saurait suffire à modifier les paysages médiatiques. Lesquels résultent d'un ensemble de combinaisons complexes intégrant les composantes de la société dans toutes leurs dimensions culturelles, économiques, politiques, etc. C'est pourquoi les évolutions dans ce domaine sont toujours lentes – n'oublions pas non plus l'histoire de la presse dans les sociétés du Nord...

Elles le sont d'autant plus que les actions générales censées les favoriser sont dispersées, contradictoires, voire aléatoires. On ne saurait, en matière d'information et de systèmes médiatiques, comme dans l'industrie ou les affaires, trépigner d'impatience dans l'attente de rapides « retours sur investissements ».

L'histoire même de Syfia, depuis sa création en passant par sa transition au Sud, son importance reconnue aujourd'hui dans les médias de la francophonie, démontre par l'exemple l'efficacité des efforts fournis dans la constance. L'histoire récente des médias africains francophones montre aussi des évolutions réelles, en dépit des incohérences entre les diverses actions de coopération. Des médias existent désormais sur des bases professionnelles, perfectibles mais réelles.

La décision prise par Syfia International d'orienter les formations-tutorats vers la pratique de terrain est incontestablement une réussite. Les satisfactions affichées par l'ensemble des acteurs sur le principe de la formation-tutorat appellent, cependant, à des nuances et à des recommandations. Il faut prêter attention aux réserves parfois émises par les apprenants, exprimant des exigences soutenues et continues, concernant notamment les tuteurs et l'encadrement en général. De multiples remarques recouvrent souvent autant d'insuffisances de moyens –dans un contexte très difficile marqué par la pauvreté - et aussi de méthodes.

On l'a dit et redit : la formation ne peut pas tout faire, quelles qu'en soient les qualités. Mais des journalistes ancrés sur des principes déontologiques solides, des médias affichant une volonté d'intransigeance sur ces principes, sont des atouts indispensables à l'émergence d'évolutions réglementaires, législatives, culturelles et au bout du compte économiques, politiques et sociales. Si les actions de formation-tutorat sont efficaces au plan individuel, c'est en ce sens qu'elles peuvent l'être aussi collectivement. C'est indispensable si l'on veut que ces efforts de formation individuels soient relayés, et donc socialement facteurs de progrès.