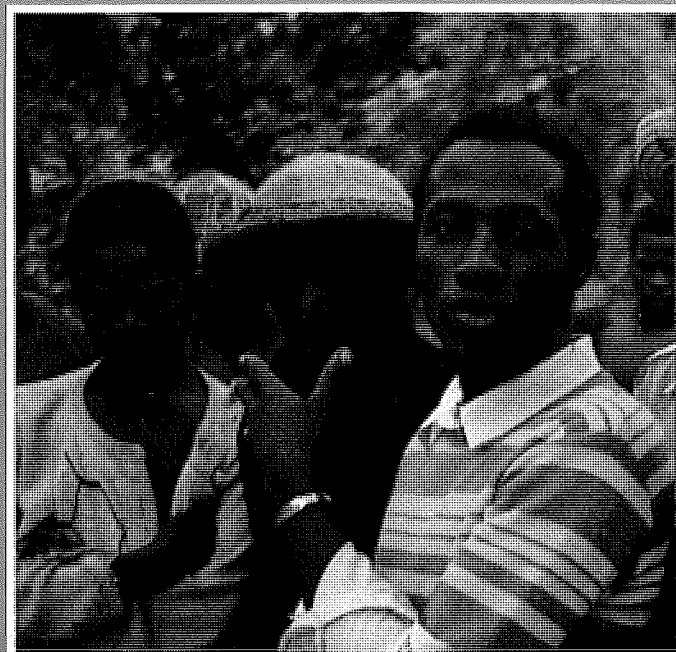


BMZ



Manuels Développement rural

Vulgarisation agricole



Tom 1

Institutionen / Beratung / Ausbildung

VA.M. 343

Manuels Développement rural
Vulgarisation agricole

Tome 1: Bases théoriques et méthodes

Cip-Kurztitelaufnahme der Deutschen Bibliothek

Manuels développement rural / Bundesministerium für Wirtschaftl.
Zusammenarbeit (BMZ) . . . - Rossdorf: TZ-Verlagsgesellschaft
Dt. Ausg. u.d.T.: Handbuchreihe ländliche Entwicklung

NE: Deutschland <Bundesrepublik> / Bundesminister für Wirtschaftliche
Zusammenarbeit

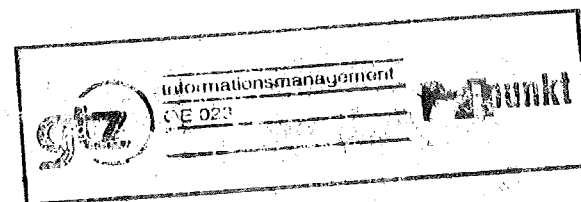
Vulgarisation agricole / [Auteurs Hartmut Albrecht . . . Trad. Danièle
Romanet-Tschakert. Ill. graph. Rainer Klockow]
T. 1. Bases theroriques et méthodes. - 1987
ISBN 3-88085-343-6

NE: Albrecht, Hartmut [Mitverf.]

Manuels
Développement rural

Vulgarisation agricole

Tome 1 Bases theoriques et méthodes



Eschborn, 1987

Publié par Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ)
Karl-Marx-Str. 4-6, D-5300 Bonn 1,
République fédérale d'Allemagne
et
Centre Technique de Coopération
Agricole et Rurale (CTA)
Convention ACP-CEE de Lomé
P.O.Box 380, NL-6700 AJ Wageningen,
Pays-Bas,
et
Deutsche Gesellschaft für Technische
Zusammenarbeit (GTZ) GmbH
Dag-Hammarskjöld-Weg 1+2, D-6236 Eschborn 1,
République fédérale d'Allemagne

Auteurs Hartmut Albrecht, Herbert Bergmann,
Georg Diederich, Eberhard Großer,
Volker Hoffmann, Peter Keller,
Gerhard Payr, Rolf Sülzer

Rédaction Eberhard Großer, Volker Hoffmann

Traduction Danièle Romanet-Tschakert

Relecture Eberhard Großer, Catherine Isner-Kaeuffer,
Françoise Zink

Photographie de
couverture Walter Haug

Illustrations
graphiques Rainer Klockow

Diffusion TZ-Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 36,
D 6101 Roßdorf 1

ISBN 3-88085-343-6

imprimé en Allemagne fédérale

Tous droits de diffusion et de reproduction réservés, y compris par film, radio et télévision, ainsi que par reproduction photomécanique et par réimpression partielle.

Titel - Nr. 01 - 0344

PREFACE

Le développement rural est un domaine d'action prioritaire de la Coopération Technique. Le travail au sein des projets de développement nécessite des connaissances et des expériences très variées. C'est afin de les collecter et de les transmettre de façon systématique que le Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit (BMZ) et la Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) ont décidé d'éditer la collection de manuels intitulée "Développement rural".

Le manuel de vulgarisation agricole est le premier ouvrage publié dans cette collection; grâce à l'appui prêté par le CTA, celui-ci a été revu et remanié et est maintenant disponible en langue française.

Peut-on et doit-on apprendre à vulgariser? Le vulgarisateur doit avant tout posséder des capacités et connaissances étendues, tant du point de vue des techniques que de celui de l'organisation. Il doit en outre savoir, au cours de son travail avec d'autres hommes, tenir compte des influences culturelles, des religions et des formes de société différentes ainsi que des autres trajectoires historiques; ces facteurs déterminent en effet fortement les façons de penser et d'agir des familles rurales. Tout ce contexte place le vulgarisateur devant des tâches auxquelles, bien souvent, il n'est - et ne peut être - qu'insuffisamment préparé.

La collection "Développement rural" doit donc permettre aux spécialistes du développement rural d'acquérir des bases théoriques et méthodologiques appropriées, et de prendre connaissance des expériences faites lors de leur mise en pratique. Les volumes qui suivront, et qui sont pour partie encore en cours d'élaboration, doivent permettre la diffusion de thèmes de vulgarisation portant sur les domaines suivants: commercialisation des produits agricoles, financement rural et planification des exploitations agricoles.

Les éditeurs, à savoir le BMZ, le CTA et la GTZ veulent, en outre, avec cette collection, mettre les agents d'encadrement à même de mettre en œuvre les principes de la politique de développement. L'accroissement important de la production agricole des petites et moyennes exploitations paysannes ainsi que le maintien et l'amélioration de la fertilité du milieu sont deux conditions essentielles pour assurer l'alimentation mondiale.

Que tous ceux qui ont collaboré à ce manuel soient ici remerciés de leur participation, de leur patience et de la peine qu'ils ont prise à l'élaboration de ce tome.

Nous espérons que ce manuel de vulgarisation servira à de nombreux utilisateurs intéressés et critiques.

Nous souhaitons que le travail en zone rurale devienne ainsi plus professionnel et que le processus d'essais par tâtonnements n'ait plus lieu que là où, pour l'instant, des références solides ne sont pas encore disponibles.

Thomas Schurig
Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit
(BMZ)

Werner Treitz
Centre Technique de
Coopération Agricole
et Rurale (CTA)
Convention ACP-CEE de Lomé

Peter Müller
Deutsche Gesellschaft für
Technische Zusammenarbeit
(GTZ)

PLAN

	Page
I	IMPORTANCE ET ROLE DE LA VULGARISATION AGRICOLE DANS LES PAYS EN DEVELOPPEMENT 15
II	PRINCIPES DE LA VULGARISATION 51
III	BASES THEORIQUES DE LA VULGARISATION 73
IV	EXPERIENCES TIREES DES PROJETS DE VULGARISATION145
V	METHODES DE VULGARISATION154
VI	ANALYSE DE SITUATION238
VII	PLANIFICATION DE LA VULGARISATION269
VIII	ORGANISATION ET GESTION DE LA VULGARISATION310
IX	FORMATION ET PERFECTIONNEMENT DES AGENTS DE VULGARISATION346
X	L'EVALUATION DE LA VULGARISATION AGRICOLE361

Préface
Plan
Sommaire
Liste des figures
Liste des tableaux
Avertissement

SOMMAIRE

	Page
I. IMPORTANCE ET ROLE DE LA VULGARISATION AGRICOLE DANS LES PAYS EN DEVELOPPEMENT	15
1. Conditions générales et éléments d'approche de la promotion des petits paysans	17
1.1 Caractéristiques typiques de la situation des petits paysans	17
1.2 La pauvreté du monde rural et ses principa- les causes	21
1.3 Eléments d'approche pour la promotion des petits paysans	31
2. Fonctions, finalités et mission de la vul- garisation agricole	39
2.1 Caractéristiques de la vulgarisation	39
2.2 Caractéristiques propres à la vulgarisation agricole	43
II PRINCIPES DE LA VULGARISATION	51
1. L'approche "résoudre les problèmes"	51
2. L'adaptation aux groupes-cible	59
3. La participation	65
4. Conséquence: Planification et réalisation par étapes	69
III. BASES THEORIQUES DE LA VULGARISATION	73
1. Commentaires sur le choix et l'emploi de concepts	73
2. Modèle général de vulgarisation	77
3. Quatre exemples tirés de la pratique	80
4. Comportement et modification du comportement	85
5. Perception	90
6. Mécanismes de défense	94
7. Résolution des problèmes et prise de décision	97
8. Groupes et démarches de groupe	102
9. Structures sociales et institutions	107
10. Culture	108
11. Communication	111
12. La structuration du processus d'apprentissage	121
13. Organisation et gestion	124
14. La diffusion des innovations	130

	Page
14.1. L'innovateur comme trouble-fête	135
14.2. La phase critique	136
14.3. La transition vers un processus spontané	137
14.4. La courbe retombe	138
14.5. L'interprétation en fonction de la situation	139
14.6. Conclusions pour la méthode de vulgarisation	142
IV. EXPERIENCES TIREES DES PROJETS DE VULGARISATION	145
1. Le rôle de la vulgarisation dans différentes approches d'encouragement	145
2. Situation du groupe-cible	149
3. Situation des agents vulgarisateurs	150
4. Condition d'une vulgarisation efficace	151
V. LES METHODES DE VULGARISATION	154
1. Le conseil individuel	154
1.1. Le conseil individuel sur le terrain	157
1.2. L'entretien individuel mené dans le bureau ou la maison du vulgarisateur	158
2. Le conseil de groupe	159
2.1. L'entretien en groupe	163
2.2. Les démonstrations	166
2.3. Journée "Portes ouvertes"	173
2.4. La vulgarisation dans les centres de formation	177
3. La vulgarisation de masse	181
3.1. La campagne de vulgarisation	183
3.2. Exposition agricole	189
4. La vulgarisation dans les écoles rurales	194
5. L'emploi de moyens auxiliaires de vulgarisation	200
5.1. Les différents auxiliaires de vulgarisation	201
5.1.1 Expression orale et écrite	204
5.1.2 Les représentations imageés	207
5.1.3 Diapositives et films	212
5.1.4 Enregistrement vidéo	215
5.1.5 Télévision	216
5.1.6 Représentation en trois dimensions	217
5.1.7 Représentations et techniques animées	219
5.2. Les possibilités d'action des médias	219
5.3. Les conditions d'utilisation des moyens auxiliaires de vulgarisation	229

	Page
VI. ANALYSE DE SITUATION	238
1. L'analyse de situation, instrument de planification	240
1.1. Domaines d'utilisation de l'analyse de situation	241
1.2. Elaboration d'un plan d'enquête	244
1.3. L'importance de l'analyse du système social	250
2. Instruments pour la collecte de l'information	251
2.1. Recueil et évaluation de données existantes servant d'informations préliminaires	253
2.2. Enquêtes dans le pays d'intervention	256
2.2.1 Observation et description	258
2.2.2 Méthodes d'interview	260
2.2.3 Mesures directes	266
2.2.4 Actions-test	268
VII. PLANIFICATION DE LA VULGARISATION	269
1. Détermination de la conception de la vulgarisation	269
2. Détermination des thèmes de vulgarisation	277
2.1. Participation des groupes-cible	279
2.2. Participation des agents de vulgarisation de village	280
2.3. Contribution des instances supérieures	281
3. Relations avec les activités des secteurs complémentaires	281
3.1. La recherche	284
3.2. L'infrastructure	285
3.3. Approvisionnement en moyens de production	286
3.4. Le crédit	288
3.5. La commercialisation	290
4. Répartition en secteurs et effectif de vulgarisation	292
5. Equipement matériel des services de vulgarisation	297
5.1. Logement et bureaux	297
5.2. Transports	299
5.3. Moyens auxiliaires de vulgarisation	300
5.4. Budget	305
6. La programmation de la vulgarisation	306

	Page
VIII. ORGANISATION ET GESTION	310
1. Les principes fondamentaux de l'organisation et de la gestion	311
2. Les formes d'organisation des services de vulgarisation	315
2.1. Les services de vulgarisation d'état	319
2.2. Les services de vulgarisation à but commercial	319
2.3. Les services de vulgarisation régis par les projets	321
2.4. Les organisations d'auto-développement	321
3. Le personnel des services de vulgarisation	323
3.1. Les attributions du personnel de vulgarisation	324
3.2. La qualification du personnel de vulgarisation	332
3.3. Les aptitudes personnelles	334
3.4. Les conditions de travail	337
3.5. L'appréciation des agents de vulgarisation	339
4. Propositions d'amélioration des comptes rendus	343
IX. FORMATION ET PERFECTIONNEMENT DES AGENTS DE VULGARISATION	346
1. Formation et perfectionnement des cadres	347
2. Formation et perfectionnement des agents de village	354
3. Choix et recrutement des enseignants chargés de la formation et du perfectionnement des agents de vulgarisation	357
4. Emploi de moyens auxiliaires de vulgarisation	360
X. L'EVALUATION DE LA VULGARISATION AGRICOLE	361
1. Critères et indicateurs servant à évaluer un programme de vulgarisation	365
2. Méthodes d'évaluation	370
2.1. Suivi du projet	371
2.2. Evaluation finale	376
3. Réalisation de l'évaluation	377
3.1. Le choix des enquêteurs	377
3.2. La présentation des résultats	381
4. Charges de l'évaluation	385

Bibliographie
Index

	Page
LISTE DES FIGURES	
1. Approche basée sur les techniques de production (de haut en bas)	54
2. Approche basée sur la résolution des problèmes (de bas en haut)	55
3. Proposition de la définition du problème dans le déroulement du projet	56
4. Différenciation de groupes dans la zone d'un projet	62
5. Modèle de la planification et de la réalisation progressives et souples d'un projet	70
6. Modèle général de vulgarisation organisé	77
7. Modèle du milieu psychique	86
8. Modèle de la modification du comportement	88
9. Le processus de la perception humaine	91
10. Etapes de la résolution systématique d'un problème	98
11. Eléments du choix entre plusieurs possibilités	100
12. Groupes et leurs facteurs d'influence	103
13. Modèle de communication personnelle directe	112
14. Facteurs influençant le processus de la communication	117
15. Réseau de communication dans le contexte de la vulgarisation	120
16. Deux formes de courbe de diffusion des nouveautés	133
17. Les phases du processus de la vulgarisation	134
18. Circuit de gestion de la vulgarisation	238
19. Le processus d'évaluation	364
20. Courbe de diffusion servant d'instrument d'évaluation	382

LISTE DES TABLEAUX

	Page
1. Principales caractéristiques des innovations susceptibles d'influencer le déroulement et la rapidité de la diffusion	141
2. Problèmes fréquents apparaissant au cours du processus de la diffusion d'innovation	142
3. Les situations d'emploi des moyens auxiliaires de vulgarisation	203
4. Critères et indicateurs permettant d'élaborer une conception de la vulgarisation	273
5. Participation des divers échelons organisationnels à la détermination des thèmes de vulgarisation	278
6. Points faibles de la recherche et possibilités d'amélioration	285
7. Facteurs conditionnant la densité des agents de vulgarisation	295
8. Programmation de la vulgarisation	307
9. Caractéristiques des services de vulgarisation dans divers organismes chargés de coopération	318
10. Critères et indicateurs servant à l'évaluation de la vulgarisation	368
11. Avantages et inconvénients des enquêteurs	379

AVERTISSEMENT

OBJECTIFS DU MANUEL

Le manuel de vulgarisation agricole est destiné à tous les professionnels qui, dans les pays du Tiers-Monde, tentent d'améliorer la vulgarisation agricole par des mesures de développement appropriées, que ce soit au cours de la planification, de la réalisation ou de l'évaluation des mesures de vulgarisation.

Ce manuel fait partie d'une collection publiée conjointement par le BMZ et par la GTZ sous le titre "Manuels de développement rural". Cette collection tente de fournir de manière concise une base de réflexion et une aide pour la pratique de la Coopération Technique. Les expériences déjà acquises y seront présentées en relation avec des théories confirmées. La GTZ veut, en fin de compte, fournir, au moyen de cette collection, un cadre général qui puisse éclaircir la planification, la réalisation et l'évaluation des projets, et qui permette de rationaliser les prises de décision. Cela ne signifie pas forcément un travail plus simple ou plus facile, mais bien un travail mieux élaboré.

Ce manuel de vulgarisation agricole tente, en examinant l'ensemble des tâches assignées à la vulgarisation, d'en bien faire comprendre les fondements théoriques et les principales articulations; sur cette base, et à partir des expériences acquises, le manuel formule des propositions qui permettent de structurer la planification et la réalisation de la vulgarisation. Ce manuel ne devrait en aucun cas être considéré comme un livre de recettes; il ne peut, en effet, donner aucune consigne pour des cas précis, mais il indique les voies par lesquelles on peut, de manière systématique, arriver à résoudre les problèmes de chaque situation spécifique.

On a essayé de rédiger le texte du manuel aussi simplement que possible, et de le garder compréhensible en renonçant à toute discussion purement scientifique. Le lecteur désireux d'approfondir certains points se reportera à la fin du tome 1, où la bibliographie lui fournira des indications précises sur la littérature à consulter.

La présentation des expériences, des problèmes et des moyens de les résoudre n'est ni exhaustive, ni opérante dans toutes les situations. Le lecteur ne retrouvera pas directement "son" projet et "sa" mission dans ce manuel; il lui est recommandé d'examiner lui-même ce qui, des recommandations essentielles et des exemples exposés, peut être adapté à sa propre situation professionnelle.

Ce manuel, conçu en l'état actuel de nos connaissances et de notre expérience, reste un essai. C'est précisément dans le domaine du conseil aux petits paysans que se trouvent de grandes lacunes quant à la mise à l'épreuve, dans la pratique, des différentes façons de procéder. Ces lacunes ne pourront être comblées que si les utilisateurs de ce manuel participent activement à sa révision et à son élargissement. C'est pourquoi ce recueil de textes et de matériaux de travail devra continuellement être complété. Comme quelques auteurs ne suffisent pas à cette tâche, tous sont appelés à participer activement à ce travail collectif. Le service 11 de la GTZ se charge de coordonner les apports des utilisateurs et d'élargir la conception du manuel; il espère, en conséquence, recevoir de nombreuses contributions ad hoc.

Des cours de formation et de perfectionnement sur la base de ce manuel continueront d'être organisés pour nos collaborateurs allemands et étrangers.

STRUCTURE DU MANUEL

Ce manuel comporte deux tomes: une partie exposant les fondements de la vulgarisation (Tome 1) et une partie complémentaire comprenant des documents de travail (Tome 2). Le tome 2 n'est pas encore disponible en version française. Le tome 1 devrait permettre d'acquérir une bonne connaissance des principes d'un travail de vulgarisation ordonné de façon systématique et axé sur les problèmes existants. Le tome 2 rassemble une série de documents de travail qui devraient servir à préciser, illustrer et compléter le tome 1. Tout les reports indiqués dans le texte le seront par cette flèche: →

Le lecteur ne devrait pas se laisser impressionner par l'épaisseur de ce manuel. Un manuel n'est que rarement lu dans son intégralité. Les chapitres 1 à 3 instruiront le lecteur de l'orientation fondamentale de ce manuel; les autres chapitres et les documents de travail constituent la "lecture complémentaire" d'où chacun pourra extraire, selon ses besoins, les passages qui concernent les domaines précis qu'il voudra aborder.

En conclusion, il reste à souhaiter que ce manuel s'avère également utile en zone francophone, et que les recommandations qu'il contient puissent être approfondies par un échange de vues continu.

Dr. Volker Hoffmann
Universität Stuttgart-Hohenheim

I. IMPORTANCE ET ROLE DE LA VULGARISATION AGRICOLE DANS LES PAYS EN DEVELOPPEMENT

En analysant les incidences qu'a eues la coopération technique internationale des deux dernières décennies sur les conditions de vie des populations rurales des pays en voie de développement, force est de constater que les modifications intervenues et les tendances enregistrées ne donnent guère satisfaction. Les statistiques de la Banque mondiale révèlent que la production alimentaire per capita a diminué depuis 1970 dans 52 des 125 pays en développement. Les disparités relevées au niveau des conditions d'existence et des chances de vie n'ont jamais été aussi importantes qu'à l'heure actuelle. De plus, le fossé qui sépare les pays industrialisés des pays du Tiers-Monde ne pourra, à moins de profonds changements, que se creuser davantage encore.

Faut-il rechercher la cause de ces disparités, ici la sur-alimentation et ailleurs la faim et le dénuement le plus complet, uniquement dans le fait que les efforts de développement entrepris étaient quantitativement insuffisants ? Ne faut-il pas également reconsidérer les termes dans lesquels on pose généralement le problème, et donc reconsidérer par la même la manière dont on a, jusqu'à présent, tenté de le résoudre ?

On a jusqu'ici pensé que le sous-développement provenait de ce que les procédés de production utilisés étaient suranés et dépassés. Il s'agissait donc, pour y remédier, de proposer des innovations efficaces d'un point de vue technique et économiquement rentables, étant entendu que les producteurs agricoles adopteraient d'eux-mêmes ces techniques et que l'aide que l'on devrait accorder au besoin serait relativement faible.

L'expérience toutefois montre que ces hypothèses ne s'appliquent pas à la grande majorité des producteurs agricoles des pays en développement, c'est-à-dire les travailleurs agricoles sans terre et les petits paysans. Les solutions toutes faites qui ont été proposées sans tenir compte des réalités locales se sont avérées inefficaces, elles ont parfois même aggravé la situation.

L'objectif que se propose le présent Manuel est d'aider ses utilisateurs à cerner les problèmes de façon aussi exacte que possible pour pouvoir ainsi participer activement à la recherche de solutions adéquates.

Une vulgarisation agricole compétente exige des connaissances et des aptitudes nombreuses de la part de ses agents, telles que la faculté d'analyser la situation et de développer des stratégies d'action ainsi que des méthodes de travail et de planification. La vulgarisation, tout en faisant appel aux méthodes et résultats de plusieurs disciplines scientifiques telles que la sociologie, la psychologie et la pédagogie, constitue à l'heure actuelle un champ opératoire et professionnel à part entière.

Les connaissances et les facultés nécessaires dans la vulgarisation agricole peuvent assurément s'apprendre. Il faut qu'une démarche réfléchie et volontaire se substitue aux interventions improvisées ou routinières menées auprès des agriculteurs. En effet, celui qui agit après mûre réflexion a le plus souvent un avantage sur celui qui n'agit que mû par son intuition. C'est dans cet esprit que les collaborateurs et les partenaires des services de vulgarisation agricole devront considérer les principes, fondements et méthodes contenus dans ce Manuel avant de les adapter à leurs besoins et de les mettre en pratique.

1. CONDITIONS GENERALES ET ELEMENTS D'APPROCHE DE LA PROMOTION DES PETITS PAYSANS

Pour amorcer une politique efficace d'encouragement aux petits paysans, il est important dans un premier temps d'analyser leur situation de départ (→chap. I. 1.1) et de tenter d'identifier les causes de la pauvreté des populations rurales (→chap. I. 1.2). Dans un deuxième temps, on recherchera les potentialités et la marge d'action dont disposent les exploitants pour combattre la pauvreté. A l'aide de ces données, on pourra enfin proposer des solutions pour améliorer durablement les conditions de production et d'existence des petits paysans (→chap. I. 1.3)

1.1 CARACTERISTIQUES TYPIQUES DE LA SITUATION DES PETITS PAYSANS

Celui qui, s'appuyant exclusivement sur ses propres modèles de référence, ne recherche chez les autres que les différences, les erreurs et les défauts ne découvrira guère les qualités et les potentialités de ses partenaires. En outre, un tel comportement ne facilite pas l'édification de relations qui reposent sur une appréciation mutuelle et une connaissance réciproque.

En abordant sans préjugés un milieu rural, on découvre que l'on peut en apprécier et estimer de nombreux aspects: des personnalités marquantes, des formes d'utilisation des terres et d'habitat parfaitement adaptées aux conditions locales, des activités variées étalées de façon harmonieuse sur toute l'année, une répartition judicieuse des tâches, des cérémonies et des fêtes, des règles sociales, des conteurs et des artistes pleins d'esprit, des proverbes et des récits pertinents...

Ne peut fournir un travail de vulgarisation efficace que celui qui recherche le contact personnel et éprouve de la sympathie pour les gens et la région qu'il veut servir. Il ne se contentera pas de modifier et de promouvoir, mais aidera aussi à protéger, à entretenir, voire à rétablir le potentiel existant.

Ce n'est pas uniquement une question de largesse d'esprit, ce sont tout autant des considérations pragmatiques qui suggèrent de rechercher tout d'abord dans le milieu d'intervention pressenti les stimulants, les partenaires, les virtualités et les ressources nécessaires. Ne sont-ce pas en effet de "simples" agriculteurs et éleveurs qui, parmi les centaines de milliers d'espèces végétales et animales existantes, ont au fil des siècles sélectionné, cultivé et élevé les plantes utiles et les animaux qui aujourd'hui constituent la base de notre subsistance. La recherche agronomique et médicale moderne prend ses sources dans cet héritage. C'est pourquoi ce patrimoine qui nous a été légué, variétés et races locales, méthodes culturales éprouvées, modes d'organisation bien rodés, mérite de retenir notre attention; il devra être examiné sans parti pris à la lumière des besoins actuels et des connaissances contemporaines, pour être, si nécessaire, amélioré d'une manière évolutive.

Des phénomènes tels que la chute des prix des exportations agricoles, la hausse des prix des produits importés (machines agricoles, engrais, carburants), la dépendance croissante à l'égard des importations alimentaires, l'exode rural et le chômage, la perte de fertilité des sols et la désertification incitent à faire une comparaison entre les régions exposées à de fortes influences de modernisation et les zones restées à l'écart. C'est en effet pendant les périodes de crise que les efforts déployés par

les populations rurales pour améliorer leur situation de façon autonome forcent bien souvent l'admiration.

Certes, il ne faut pas s'attendre à trouver un cadre idyllique dans les régions où la vulgarisation s'est assignée la tâche de promouvoir les couches rurales les plus démunies. La plupart des producteurs agricoles ne possèdent pas de terres ou n'exploitent pas les terres les plus aptes, ils n'ont qu'un accès limité aux méthodes culturales, aux formes de gestion, aux services et aux secteurs de production les plus efficaces, quand ils n'en sont pas complètement exclus. Dans ces zones, on ne rencontre pas uniquement l'entraide mutuelle et l'harmonie du bon voisinage, on y trouve aussi la méfiance réciproque, les rivalités et les conflits.

Le terme général que nous emploierons dans ce Manuel pour désigner les plus défavorisés parmi la population active rurale sera celui de "petits paysans". Un "petit paysan" ne se définit pas simplement par des indices statistiques, telles que l'importance de la surface cultivée par exemple, la situation de cette catégorie de population est caractérisée et déterminée par une série de facteurs sociaux et économiques. Malgré la grande variété de leurs particularités, on trouve cependant un certain nombre de traits communs à tous les petits paysans du globe. Voici les caractéristiques typiques de cette catégorie socio-professionnelle:

- Les petits exploitants sont propriétaires ou fermiers d'exploitations familiales; le ménage et l'exploitation constituent une unité.
- Ils pratiquent essentiellement l'agriculture et l'élevage à des fins de subsistance; ils sont en marge du circuit économique monétaire.

- Leurs ressources (travail, terre, capital, informations) sont en général limitées et à long terme tendent à se raréfier encore davantage (diminution de la condition physique et de la capacité de travail, baisse de la fertilité du sol, endettement croissant, connaissances et aptitudes s'adaptant avec peine à l'évolution...).
- Aux prises avec la nature, il leur est impossible de se couvrir contre tous les risques; ils sont souvent à la merci de coups du sort: mauvaises récoltes, perte de bétail ou de leur emploi et sont livrés sans espoir à la maladie, même en prenant toutes les précautions possibles. Les mythes, les pratiques et croyances religieuses représentent un élément important de leur vie (ce qui est volontiers taxé de "superstitions rétrogrades", de "magie" ou d'"animisme").
- Dans leurs contacts avec le monde extérieur et avec des personnes plus aisées ou mieux instruites, ils ont souvent le sentiment qui leur vient d'une longue expérience et tradition qu'ils sont en position d'infériorité. Or, la pyramide sociale ne repose-t-elle pas tout entière sur les masses rurales pauvres? Leur existence déjà pénible en soi est rendue encore plus difficile par les charges dont on les accable: impôts et taxes, services de la dette, conditions de prix et termes d'échanges défavorables, approvisionnement déficient...
- Dans leurs rapports avec les autorités (propriétaires fonciers, dirigeants locaux, commerçants, fonctionnaires, représentants d'organisations internationales...) les petits agriculteurs ont rarement l'occasion de pouvoir s'exprimer ouvertement et d'être écoutés: on ne prête pas attention à leurs opinions, on réprimande leur contestation. Pour éviter une confrontation vouée

à l'échec, il ne leur reste bien souvent que de simuler un acquiescement, par lequel ils ne se sentent toutefois pas liés. Lorsque même la réstistance passive devient impossible, il ne leur reste plus qu'à se plier et se résigner (ce qui est pris pour la "sottise", de la "sournoiserie" ou du "fatalisme").

- Dans la communauté (du village, de la famille ou de la tribu), ce sentiment d'impuissance face à la nature et à l'arbitraire est atténué par le fait d'appartenir à un groupe, de se sentir solidaire et reconnu comme individu. Chacun des membres du groupe est pris dans un réseau d'obligations mutuelles d'assistance et de soutien au prochain, dans lequel toutefois il peut également trouver refuge. Vu de l'extérieur, il est difficile de savoir dans quelle mesure chaque individu se trouve quitte ou s'en tire à bon compte (il n'est en tout cas pas plus indiqué de critiquer ces "structures immobiles", ces "paysans conservateurs et pusillanimes" que de prôner le romantisme de la "communauté villageoise").

1.2 LA PAUVRETE DU MONDE RURAL ET SES PRINCIPALES CAUSES

Il est très difficile de définir ce qui pour soi-même correspond à la pauvreté et à partir de quel stade on qualifie les autres de "pauvres". On ne peut toutefois réfléchir sur les causes de la pauvreté qu'après avoir précisé de quelles formes de pauvreté il s'agit.

Il existe peu de valeurs reconnues par tous les individus, dans tous les Etats et par toutes les sociétés. Les très fortes inégalités sociales caractérisant notre monde actuel font qu'il n'existe aucune valeur reconnue universellement qui soit respectée simultanément partout.

Les "besoins essentiels" et les "droits de l'homme" sont des concepts et des revendications auxquels a adhéré la grande majorité des personnes influentes et nanties, et qui leur servent à déterminer le seuil limite au-delà duquel l'exploitation et l'oppression d'êtres humains doivent être combattues ou atténuées en apportant un soutien. Si l'on prend toutefois les termes "satisfaction des besoins essentiels" et "défense des droits de l'homme" au sens large, on peut vraisemblablement considérer que notre monde est peuplé en majorité d'individus pauvres.

En outre, de nombreuses langues, religions et philosophies, ne considèrent pas la "pauvreté" comme étant seulement un préjudice, un malheur ou une infirmité. Elles jugent au contraire que la soif insatiable de richesses, l'exhibition de ses biens et le gaspillage au détriment des plus pauvres et des générations futures sont des égarements graves et dangereux.

Et si on entend par pauvreté savoir limiter volontairement ses besoins pour vivre raisonnablement dans une communauté et pouvoir répondre de son mode de vie, c'est cette attitude qui a la plus grande valeur.

Comme il n'existe pas de réponse universelle à cette question, nous définirons le terme de pauvreté d'après le degré et le stade de son évolution, ce qui nous permettra de différencier trois niveaux de pauvreté:

- (1) la pauvreté primitive stationnaire
- (2) la paupérisation
- (3) la misère

Ce que nous entendons par pauvreté primitive stationnaire se rencontre à l'heure actuelle dans les rares endroits que n'a pas encore atteints le marché mondial. Le groupe vivant dans cet espace rural survit en employant des techniques élémentaires, dans une région en général peu hospitalière. Tant que des membres ou groupes de cette communauté n'en viennent pas à souhaiter modifier leur mode de vie, on ne peut parler de pauvreté qu'aux yeux de personnes étrangères à cette communauté.

La paupérisation et la misère sont l'expression d'un abaissement sensible du niveau de vie d'un individu ou d'un groupe. Cette expérience est ressentie comme un problème par les personnes concernées et par celles qui leur veulent du bien. La paupérisation évolue en général de pair avec une perte de contrôle, induite par des forces internes ou externes, sur

- . les conditions d'existence du groupe et celles de ses descendants
- . le maintien et le renouvellement de l'intégrité culturelle, sociale et économique du groupe
- . la préservation de l'équilibre écologique.

La misère est l'état dans lequel une extrême pauvreté met en péril la survie des individus ou de groupes de population tout entiers. Elle menace, voire fait perdre l'identité et l'auto-détermination des populations concernées. Dans cette façon d'appréhender les diverses manifestations de la pauvreté, la question se pose aussitôt de savoir quelles sont les causes de l'appauvrissement. Les problèmes cruciaux de survie auxquels sont confrontés de nombreuses régions de notre globe de même que le problème de

l'alimentation mondiale découlent moins apparemment de la pauvreté "traditionnelle" que d'une forme aigüe de paupérisation.

Les pauvres et les victimes de la faim n'ont plus suffisamment de pouvoir (argent, droits ou savoir) pour se procurer nourriture, logement, revenus, etc...

Toutefois cette théorie est controversée: la paupérisation serait plutôt une conséquence, dont la cause doit être recherchée dans la crise alimentaire mondiale qui, pour sa part, est engendrée par une croissance démographique mondiale plus rapide que le développement de la production alimentaire.

Une remarque concernant les problèmes méthodologiques liés à l'analyse des causes s'impose ici. Apparemment, la difficulté majeure réside dans le fait qu'on ne peut pas dissocier causes et effets, étant donné leurs interdépendances mutuelles. Le problème se complique encore du fait que l'évolution des sociétés ne suit pas un itinéraire déterminé mais qu'elle est le résultat de processus complexes, et ayant, par les craintes et les espoirs des acteurs, des effets rétroactifs. Cela explique pourquoi les formes de la pauvreté sont aussi variées et nombreuses que les interprétations et les commentaires à ce sujet.

Au niveau de la discussion scientifique, différentes théories concurrentes du développement sont avancées pour interpréter ces phénomènes; au niveau de la discussion politique, ce sont différentes stratégies de développement qui elles-mêmes sont l'expression d'opinions et d'intérêts divergents. Il n'existe pas plus un consensus sur les causes de la pauvreté et de l'appauvrissement du Tiers-Monde, qu'il n'y a d'opinion unanime sur la situation et les conditions de vie dans les pays industrialisés.

Il nous semble, par conséquent, indispensable de faire connaître notre point de vue sur cette question capitale qu'est la politique de développement, ne serait-ce que par respect pour le lecteur. Même si ce Manuel ne traite pas directement de la politique de développement, on ne peut justifier et décrire la vulgarisation comme un instrument du développement rural qu'à partir d'une conception globale du développement.

Nous considérons que la cause principale de la pauvreté et la paupérisation des pays du Tiers-Monde réside dans l'aggravation d'inégalités extrêmes entre pays, groupes sociaux et individus. Une avance sur le plan militaire et économique et de l'information tend à transformer les avantages en suprématie. Les pays en retard sur cette évolution tombent progressivement dans un état de dépendance et sont impuissants à lutter contre l'oppression et l'exploitation.

Nous avons donc placé au centre de notre concept le problème de la puissance relative et, de ce fait, attribué l'appauvrissement actuel d'une grande partie de la population rurale des pays en développement à la perte d'auto-détermination de ces populations et à la privation de leur faculté de disposer librement de leur existence.

Nous voyons aussi un rapport direct entre cette cause majeure et certains facteurs qui contribuent directement à un appauvrissement des populations parce qu'ils limitent les possibilités d'action des individus. Ce sont, entre autres, un cadre juridique freinant le développement, un transfert déficient des connaissances, une croissance démographique galopante, une détérioration des ressources naturelles, une disponibilité insuffisante ou déséquilibrée des facteurs de production, une situation défavo-

rable des prix et des termes d'échanges. Nous décrivons plus en détail ces différents points dans les paragraphes suivants.

Le cadre juridique de nombreux pays maintient les petits paysans et les ouvriers agricoles dans des conditions de vie incertaines et restreint leur marge d'action. Cette situation ne s'améliore guère, même après l'application de réformes agraires. En raison des conditions économiques, sociales et politiques prévalentes, les couches sociales les plus pauvres ne peuvent pas s'affirmer dans les zones où des groupes plus puissants empêchent une meilleure utilisation des terres.

Certaines mesures de politique agraire bénéficiant à la population urbaine défavorisent souvent les petits exploitants. Un blocage des prix des produits alimentaires de base réduit les revenus des agriculteurs et ne les stimule pas à la production quand les prix des autres produits montent. Les importations alimentaires à bas prix et l'aide alimentaire produisent le même effet. Les pressions fiscales indépendantes des revenus et la promotion exclusive des cultures d'exportation grèvent considérablement la situation des petits exploitants et compromettent leur autonomie, directement ou indirectement, dans la mesure où elles contraignent à exploiter les terres à outrance.

L'absence de porte-paroles efficaces caractérise la situation générale des petits paysans et leur position socio-économique dans la plupart des pays. Souvent, seules quelques personnes influentes utilisent dans leur propre intérêt les mesures d'encouragement venant de l'extérieur et les "services communautaires" obligatoires. Avec la modernisation des exploitations et l'ac-

croissement des inégalités, l'entraide entre voisins est en déclin. La méfiance, les conflits d'intérêts, la perte de compétences des chefs traditionnels ou leur corruption ainsi que la montée d'une élite dépendant de l'extérieur sont autant de causes qui diminuent les possibilités d'action des petits agriculteurs et freinent l'appui politique accordé aux programmes d'encouragement destinés à ces groupes.

En période de rapide changement démographique, technologique, écologique et socio-culturel, le système de formation agricole traditionnel dans le cadre de l'exploitation familiale et de la communauté villageoise ne suffit plus pour préparer les jeunes ruraux à leurs nouvelles tâches. Le système scolaire formel, actuellement au centre des efforts déployés dans l'éducation, ne contribue guère à améliorer les conditions de vie dans les zones rurales. Au contraire, ce système a bloqué le mode traditionnel de transmission des connaissances et des compétences indispensables à la vie dans un village et il a éveillé chez les jeunes des aspirations et des attentes qu'ils ne peuvent pas satisfaire. Ils sont par conséquent incités à partir dans les villes, à la recherche de nouvelles occupations et d'un autre mode de vie. Même ceux qui sont restés au village se mettent à considérer le travail agricole comme un pis-aller.

Le problème de surpeuplement n'a pris une dimension existentielle qu'au cours de notre siècle. Pendant des millénaires, il a fallu que la natalité soit forte pour que les familles et les plus grandes unités sociales puissent survivre. Il a certes toujours existé des moyens dictés par la culture, la société et la médecine pour éviter le surpeuplement dans les cas où l'intensification de la production et la migration ne suffisaient pas. La mortalité

jouait cependant le rôle de principal régulateur. La famine, les maladies, l'émigration et les guerres se chargeaient de modérer la densité de la population. Mais ces facteurs de régulation ont progressivement perdu de leur efficacité ou ne peuvent plus être acceptés de nos jours. Bien que, pour cette raison, il soit devenu nécessaire d'exercer une influence directe sur le taux de natalité, la tradition millénaire de la plupart des sociétés préconise encore la famille nombreuse. L'idée qu'avoir beaucoup d'enfants et de descendants n'est plus nécessairement un signe de bonheur individuel et de prospérité de la communauté n'a pas suivi l'évolution réelle de la société.

Si l'on veut résoudre ce problème en appliquant un contrôle des naissances efficace, on devra prévoir une action portant aussi bien sur l'évolution des esprits et des connaissances que sur la mise à disposition et l'emploi des méthodes et moyens de régulation des naissances, ensemble qui est encore loin d'être réalisé dans la majorité des pays en développement.

Dans le système écologique d'un grand nombre de nations, le jeu d'interactions et d'auto-régulations établi entre le sol, le climat, l'eau, la flore et la faune est, de nos jours, perturbé par la main de l'homme. La dégradation progressive de contrées fortement peuplées ne peut plus être compensée par la mise en valeur de terres vierges. En essayant néanmoins d'augmenter la production, on entraîne, à courte échéance, une surexploitation du sol: déboisement, surpâturage, épuisement du sol, abaissement des nappes phréatiques dû à l'érosion et au pompage effréné de l'eau, infestations parasitaires provoquées par la perturbation de l'équilibre naturel découlant des mono-

cultures pratiquées sur de vastes étendues et des traitements chimiques massifs.

Ce sont justement des entreprises telles que la construction de grands barrages, le déboisement de grandes superficies et les plantations démesurées qui favorisent, par l'intermédiaire de catastrophes écologiques ou, directement, en éliminant les cultures vivrières, la famine des populations pauvres. Il faut cependant reconnaître que les exploitants agricoles, en abandonnant les méthodes de culture mixte et en introduisant de nouvelles variétés plus sensibles aux maladies et aux parasites et réclamant plus de soins ont aussi contribué, justement dans les régions tropicales, à perturber l'équilibre écologique.

En calquant des concepts de modernisation pour les petits exploitants sur les formes actuelles d'agriculture appliquées dans les pays industrialisés, on constate que des problèmes se posent, indépendamment des inconvénients écologiques, aux niveaux de l'approvisionnement des moyens de production, de la rentabilité de la production, de la commercialisation et du crédit.

La barrière "classique" freinant l'augmentation de la productivité d'une petite exploitation agricole est encore à l'heure actuelle l'approvisionnement en facteurs de production efficaces, non disponibles sur place. Leur acquisition entraîne des dépenses qu'on ne peut aucunement comparer aux dépenses d'exploitation faites jusqu'alors par les petits paysans.

Si l'on propose des nouveautés techniques onéreuses sans prévoir d'offre de crédit, la plupart des paysans ne pourront pas les adopter. Les crédits qu'ils obtiennent auprès de bailleurs de fonds privés les entraînent sou-

vent au bord de la ruine et en général, il ne peuvent offrir ni caution ni garantie de remboursement pour obtenir un crédit bancaire.

Même dans les cas où un institut de crédit répond aux besoins des agriculteurs et leur permet d'acquérir des facteurs de production plus performants, un approvisionnement régulier et en même temps opportun n'est pas garanti. Les problèmes de transport et le manque d'entrepôts mettent les organismes d'approvisionnement, souvent monopoles d'Etat, dans l'incapacité de satisfaire une demande accrue lorsque celle-ci, tant attendue et souhaitée, se produit effectivement.

Quand bien même cette impasse aurait été franchie, les agriculteurs ne pourront maintenir l'emploi intensif des facteurs de production qu'ils ont acquis que s'il existe des perspectives lucratives et durables de commercialisation de leurs produits. C'est justement quand il s'agit de garantir des débouchés à long terme et à des prix intéressants pour les producteurs que la plupart des pays sont confrontés à des problèmes presque insurmontables.

Sur les marchés intérieurs, l'offre accrue provoque une pression sur les prix; les moyens manquent en général, aussi souvent que la volonté politique, pour exercer un contrôle des prix favorisant les producteurs. Le marché mondial des principales exportations agricoles des pays du Tiers-Monde s'est progressivement transformé, à la suite de la politique de modernisation orientée sur les exportations, en un "marché d'acheteurs" dans lequel les demandeurs, hautement organisés, dictent leurs prix à une multitude d'offrants, pressés de vendre.

Lorsque le plus fort de deux partenaires poursuit sans autre égard son avantage immédiat, les promesses de modernisation et d'augmentation de la productivité ne représentent plus que les appâts d'un piège qui se refermera d'autant plus impitoyablement que les mesures entreprises seront plus vastes et couronnées de succès.

Il nous semble avoir suffisamment décrit les principales relations de cause à effet de ce thème central qu'est la pauvreté. Les opinions peuvent diverger en ce qui concerne l'incidence relative des explications que nous avons fournies. Il n'en reste pas moins nécessaire de prévoir, avant toute initiative de développement, une analyse précise de la situation spécifique. Car c'est par ce moyen que pourront être élaborées des démarches appropriées, susceptibles de stimuler véritablement les petits agriculteurs et de leur garantir des conditions de vie humaines, ou, au besoin, de les leur faire retrouver.

1.3 ELEMENTS D'APPROCHE POUR LA PROMOTION DES PETITS PAYSANS

Les critiques émises sur les modèles d'encouragement pratiqués jusqu'à présent en faveur des petits paysans peuvent se résumer à trois thèses:

- (1) On ne tient pas suffisamment compte des actions autonomes entreprises par le groupe-cible et on ne s'en inspire pas. Au lieu de partir des éléments positifs et des initiatives propres du groupe, on recherche ses points faibles dans l'intention d'y apporter un remède de l'extérieur.
- (2) Lors de la planification et de la mise en oeuvre des activités de développement, on ne part pas des données

locales, des problèmes et des besoins du groupe mais on propose des solutions toutes faites "venant d'en haut". En examinant ces propositions de plus près, on constate d'abord qu'elles reflètent le point de vue de certaines minorités privilégiées et aussi qu'elles servent en priorité leurs seuls intérêts.

(3) Les actions proposées portent en général sur des modifications des techniques de production et ne prévoient pas de réformes concomitantes au niveau des institutions, des formes d'organisation et des signaux économiques ou politiques.

En considération des problèmes que rencontre la population rurale et des échecs fréquents qu'elle essuie en voulant améliorer sa situation, il est absolument nécessaire d'élaborer des modèles d'encouragement plus efficaces. A l'avenir, on devra concentrer les efforts de développement surtout sur les programmes de promotion des petits exploitants agricoles pour permettre à la population rurale de satisfaire ses besoins les plus élémentaires et de constituer un groupe socio-professionnel intégré dans la société, capable de représenter ses intérêts. Une telle politique de développement exige des efforts particuliers dans la mise en oeuvre des projets.

La République fédérale d'Allemagne fait partie des pays qui demandent que les projets de développement servent à réduire la pauvreté des populations rurales. Dans sa branche "Agriculture et développement rural", la Deutsche Gesellschaft für technische Zusammenarbeit (GTZ) concentre ses missions sur des programmes d'action prioritaires dans le but de desserrer les goulots d'étranglement les plus préoccupants. A cet effet, la GTZ a élaboré des principes de base dont s'est inspiré le présent Manuel:

- Les mesures d'encouragement ont pour but de réduire la pauvreté rurale dans les pays en développement
- Les facteurs causes de la pauvreté seront éliminés par des combinaisons de mesures appropriées
- L'augmentation des revenus sera obtenue, dans un premier temps, en encourageant la production. Les mesures d'aide porteront tout aussi bien sur l'agriculture de subsistance destinée à garantir une base alimentaire que sur la production destinée à la commercialisation
- On devra tenir compte de la rentabilité économique au niveau de l'exploitation individuelle, de l'économie nationale et de la fiscalité
- L'équilibre écologique devra être maintenu à long terme
- Les risques que comportent pour la population-cible les mesures de promotion envisagées seront anticipés avec circonspection et réduits au minimum
- La participation active de la population aux activités du projet fait partie intégrante des objectifs; elle est aussi une condition technique de réussite
- Les actions envisagées devront permettre à la population concernée de prendre progressivement ses problèmes en main, qu'ils soient de nature économique, technique ou institutionnelle et d'y trouver des solutions

- L'amélioration de la production et des revenus devrait bénéficier à la majorité de la population rurale
- Les groupes-cible prioritaires sont les exploitants des petites et moyennes entreprises agricoles
- Parmi les mesures d'encouragement possibles, la priorité sera donnée aux actions et techniques que la population concernée pourra directement adopter.

Ces objectifs ne peuvent en aucun cas être atteints sur la base des anciennes conceptions de projets. Certes, il existe plusieurs éléments qui se sont confirmés et que l'on pourra reprendre, mais il est important de repenser les programmes d'aide dans leur ensemble.

L'aide au développement doit pouvoir obtenir l'adhésion aussi bien des petits paysans que des couches influentes et privilégiées de la société. C'est pourquoi il faut trouver à ces projets une perspective d'avenir qui soit viable au point de vue politique, écologique et économique, et attrayante pour tous les intéressés.

C'est une tâche qu'il est possible de réaliser si on obtient un consensus sur les bases suivantes:

- C'est en dernier lieu la population locale qui est responsable de l'avenir de l'espace où elle vit.
- Les autorités administratives assument par leurs interventions une co-responsabilité subsidiaire pour le développement.

- Une aide de l'extérieur n'est bienvenue que si elle renforce les capacités propres de ces responsables.

Tout médiateur externe qui veut encourager le développement et la réalisation de perspectives d'avenir viables et désirables intervient simultanément dans trois domaines:

- 1) l'état des connaissances et le comportement des petits paysans
- 2) l'état des connaissances et le comportement des personnalités et des couches influentes
- 3) les systèmes de production et de distribution en place.

Vu sous cet aspect, le développement d'une région passe nécessairement par l'évolution des individus vivant dans cette région, particulièrement ceux qui ont été jusqu'à présent défavorisés. A notre avis, cette évolution doit les conduire à:

- mieux comprendre leur situation dans le contexte de l'ensemble de la région
- renforcer leur confiance en eux, leur capacité à s'aider par eux-mêmes
- promouvoir l'autonomie et l'auto-détermination, réduire les rapports de dépendance unilatérale
- sauvegarder et affirmer l'identité individuelle et culturelle.

En admettant les objectifs précédemment mentionnés, on oriente inévitablement le choix des moyens à employer pour encourager les petits paysans. Mettre sous tutelle et donner des ordres, commander et contrôler, employer des formes dissimulées de manipulation sont des méthodes aussi peu adaptées que faire l'aumône car elles agissent à l'encontre des objectifs préconisés.

Quand on est de parti pris, on provoque la résistance et on sape les perspectives communes. Pour qu'une mesure d'encouragement réussisse, il faut que les riches et les puissants surmontent une conscience étroite de leurs intérêts et qu'ils modifient eux aussi leur comportement. Celui qui provoque par égoïsme la faim, la souffrance inutile, la maladie et la mort prématurée d'autrui ou qui refuse son aide n'est pas facilement prêt à l'admettre ni dans son for intérieur ni aux yeux des autres. Pour faire accepter généralement le droit de chacun d'être en bonne santé, de bien vivre, d'être respecté et de pouvoir dire ce qu'il pense, il suffit rarement d'en appeler aux bons sentiments et à la compréhension des mieux nantis. Mais quand on propose des issues possibles, quand la consternation et la honte se répandent, quand l'opprobre public gronde, alors les chances s'améliorent de faire reculer les préjugés et les divergences d'opinions et de modifier les comportements destructeurs. Le → chap. III. 4 à 14 abordera en détail ces problèmes.

Pour que la promotion des petits paysans agricoles ait des chances de succès, il faut donc, à tous les niveaux,

- que des acteurs en position de force renoncent à exercer leur pouvoir au détriment d'autrui

- que des "jeux à somme zéro ou négative" se transfor-

ment en "jeux productifs", c'est à-dire que le gain de l'un ne provienne pas nécessairement de la perte d'un autre et que des rapports se créent d'où sortira quelque chose de nouveau, à partir d'efforts communs

- que les fruits d'efforts communs soient répartis de façon à atténuer les disparités.

Pour instaurer de telles perspectives, il faut que de nouvelles formes de communication et d'échange des savoirs et des expériences soient créées entre agriculteurs et chercheurs et que des initiatives ingénieuses ainsi qu'une coopération fiable voient le jour.

La clé de chaque réussite sur cette voie est donc à chercher dans des systèmes efficaces à la fois au niveau de la production et la répartition. Les tentatives lancées en vue de développer des systèmes de culture et d'exploitation adaptés aux conditions locales n'en sont souvent qu'à leurs débuts. En revanche, en matière de fumures organiques d'immenses expériences sont disponibles. Toutefois, il semble plus efficace et durable de réaliser des transformations à fonctions multiples qui engloberaient des mesures contre l'érosion et pour l'amélioration du sol ainsi que des actions pour accroître et diversifier des productions alimentaires, fourragères et de bois. La sélection et l'amélioration génétique de variétés végétales et de races de bétail locales de même que la vulgarisation et la diffusion de systèmes intégrés pour la protection des végétaux et pour la production d'énergie au niveau local demandent beaucoup d'efforts, de nombreuses expérimentations et une grande pratique.

De tels systèmes de production et d'utilisation des sols adaptés au milieu ne prendront un essor que si les infrastructures et les marchés sont capables de résoudre les problèmes de distribution et de stimuler des activités à grande échelle. L'approche du "développement rural régional" vise à identifier et à mettre en oeuvre des perspectives d'avenir pour l'ensemble d'un espace économique et géographique.

Il est certes impossible de développer en termes généraux les actions et les solutions qui émergeront et qui feront leurs preuves. Nous voulons néanmoins résumer notre conception des actions aptes à promouvoir les petites exploitations agricoles dans la thèse ci-dessous :

Des mesures visant à résoudre le problème majeur de la pauvreté, de quelque secteur qu'elles partent, n'ont de chance de réussir que si elles agissent en même temps sur la cause principale de la pauvreté, c'est-à-dire si elles contribuent à réduire les disparités existantes.

Toutes les actions de promotion, y compris la vulgarisation agricole, se trouvent donc insérées dans la dynamique des rapports socio-économiques à l'échelle internationale, nationale et locale. Les conseillers et les agents de vulgarisation professionnels doivent réexaminer leur rôle dans cette perspective et élargir leurs connaissances pour être à la hauteur de la tâche qu'ils se sont assignée.

2. FONCTIONS , FINALITES ET MISSION DE LA VULGARISATION AGRICOLE

On définira tout d'abord de façon générale la vulgarisation, forme typique d'aide immatérielle et on la délimitera par rapport à d'autres formes d'emprise (→chap. 1. 2.1) avant de présenter les particularités de la vulgarisation spécifiquement agricole (→chap. 1. 2.2).

2.1 CARACTERISTIQUES GENERALES DE LA VULGARISATION AGRICOLE

Partout dans le monde, on assiste à des transformations toujours plus rapides des conditions d'existence et d'environnement. Dans le même temps, l'individu, pour pouvoir mener son existence, doit posséder de plus en plus de connaissances et d'informations. C'est pourquoi un nombre croissant de personnes doivent faire appel à des vulgarisateurs compétents et dignes de confiance pour résoudre leurs problèmes. Cette constatation s'applique même aux zones rurales les plus enclavées dans la mesure où elles subissent l'influence du marché mondial. La vulgarisation peut de manière très générale être définie de la façon suivante :

La vulgarisation est une démarche par laquelle le vulgarisateur s'efforce de motiver ses interlocuteurs et de les mettre en situation de résoudre leurs problèmes les plus urgents. Ces individus sont amenés à mieux faire la synthèse de leurs problèmes, ils découvrent qu'il existe plusieurs solutions possibles. Ils puisent dans ces échanges la force nécessaire pour agir et se font guider dans leur démarche de résolution de leurs problèmes. La vulgarisation permet de libérer des ressources non exploitées et de les mettre à profit. Le rapport qui s'établit entre le vulgarisateur et le vulgarisé doit être celui de par-

tenaires, le vulgarisateur étant tenu de veiller au bien-être de son interlocuteur. La liberté de décision et d'action du partenaire doit être pleinement respectée car c'est en définitive lui seul qui subit les conséquences de ses actes.

Cette définition repose principalement sur la situation et les besoins du vulgarisé; c'est sur cette base qu'elle précise les objectifs de la vulgarisation et qu'elle décrit les conditions nécessaires à leur réalisation. Le présent Manuel se référant à plusieurs reprises à cette définition, les deux raisons justifiant cette interprétation méritent d'être données: une raison morale dérivée d'une éthique humaniste et une raison pragmatique fondée sur la constatation que le succès durable de la vulgarisation n'est qu'à ce prix.

A la lumière de cette définition, la vulgarisation peut assez clairement être délimitée par rapport à d'autres formes d'aide immatérielle et d'emprise.

Par rapport à la formation qui anticipe et met en réserve des solutions à des problèmes futurs, la vulgarisation se concentre sur les problèmes urgents, immédiats. Dans de nombreuses situations toutefois, la formation et la vulgarisation sont étroitement liées.

L'information générale (livres, brochures, journaux, radio-diffusion, etc.) permet souvent de résoudre des problèmes actuels même à très grande échelle, mais elle n'atteint pas chaque individu avec ses problèmes particuliers, comme c'est le cas de la vulgarisation. Il n'y a ni dialogue ni échange et c'est cette absence de contact avec l'intéressé qui différencie fondamentalement ce mode de communication de la vulgarisation. De même qu'elle pré-

sente des liens étroits avec la formation, une vulgarisation efficace est souvent combinée à certaines phases de la transmission d'informations, même au moyen de médias non personnalisés.

Alors que la formation et l'information font normalement partie intégrante de la vulgarisation et ne s'en différencient que sur un plan purement formel, la publicité, la propagande, la thérapie, sans oublier la coercition administrative ou politique ne sont pas compatibles avec la vulgarisation.

La publicité sert surtout l'annonceur et non pas en premier lieu le public. En outre, les moyens mis en oeuvre dans la publicité incitent rarement la personne concernée à agir et décider de façon responsable.

La même constatation peut être faite dans l'ensemble pour la propagande, forme de publicité à but politique. Mais si la publicité fait surtout appel à des souhaits non formulés et désirs inconscients, la propagande pour sa part s'efforce d'éveiller des émotions en exploitant les angoisses latentes.

La thérapie, autant en médecine générale qu'en psychiatrie, est supposée servir le patient et non pas le thérapeute. Aussi longtemps toutefois que le patient n'approuve pas en pleine connaissance de cause le plan thérapeutique auquel on le soumet, on ne peut pas considérer qu'il est libre d'accepter ou de refuser le conseil qu'on lui prodigue.

Si, enfin, on emploie la contrainte, il ne peut être question de vulgarisation pour la raison que la liberté de décision et la responsabilité personnelle ne sont pas garan-

ties même si la contrainte - comme dans le cas de la thérapie - n'est exercée que dans la bonne intention de servir les intérêts des personnes concernées.

La conclusion logique à tirer de la définition de la vulgarisation telle que proposée ci-dessus est que tout ce que recouvre cette étiquette n'est pas nécessairement de la vraie vulgarisation, dans le sens que lui prête ce Manuel. A l'analyse, on constate souvent que l'aide prodiguée est une tentative d'influence servant davantage les intérêts de tiers que ceux des personnes concernées. Les recommandations des conseillers embauchés par une entreprise ont le plus souvent un but commercial et même les agents de la fonction publique ne proposent que trop souvent des solutions toutes faites qui leur servent à réaliser des plans d'Etat dénommés, certes, programmes de vulgarisation mais recouvrant en réalité des programmes de politique agraire.

Dans la mesure où la vulgarisation pénètre dans la sphère de décisions de l'individu en s'efforçant d'influencer sa perception, ses valeurs, ses normes et ses actes, il est indispensable que cette intervention soit moralement justifiée. La justification du bien-fondé et de la nécessité de la vulgarisation découle de ce que les groupes-cible ne peuvent résoudre seuls et rapidement les problèmes urgents auxquels ils sont confrontés. Ne pas abuser de cette situation d'embarras dans laquelle se trouvent ces individus, implique, comme la définition l'a bien souligné, que les rapports entre le vulgarisateur et le vulgarisé soient des rapports de partenaires, que le vulgarisateur se consacre à la défense des intérêts de son interlocuteur et qu'il se mette à son service. Ceci exige que le vulgarisateur soit ouvert à toutes les idées

de ses partenaires et que les deux parties soient disposées à apprendre l'une de l'autre.

Même si, en dernier lieu, c'est le vulgarisé qui est responsable de la décision qu'il a prise, le vulgarisateur n'est pas pour autant déchargé de sa part de responsabilité. Il doit en effet pouvoir répondre devant son interlocuteur et l'organisme de vulgarisation de la qualité de son enseignement autant sur le plan des contenus techniques que sur celui de la méthodologie appliquée. Il devra donc prendre en considération les éléments suivants:

- la situation du partenaire, ses expériences et ses facultés d'entendement
- la fiabilité technique des solutions mises au point
- la présentation franche des risques (matériels et personnels) que comportent les solutions proposées.

Face à son obligation d'agir exclusivement à l'avantage de son partenaire, le vulgarisateur se mettrait en situation de conflit s'il devait, en même temps, défendre les intérêts d'autres groupes ou s'il était lui-même partie prenante dans le domaine d'intervention concerné. Ce conflit est en outre inéluctable quand les vulgarisés se trouvent dans une situation de dépendance hiérarchique par rapport au vulgarisateur. Les rapports entre partenaires et les actions de vulgarisation seront handicapés par ce conflit.

2.2 CARACTERISTIQUES PROPRES A LA VULGARISATION AGRICOLE

Après avoir essayé de définir de manière générale ce qu'est la vulgarisation, l'accent sera mis dans ce chapi-

tre sur les fonctions, les objectifs et la mission de la vulgarisation spécifiquement agricole. (Les termes employés dans d'autres langues sont: landwirtschaftliche Beratung, agricultural extension, extension agropecuaria, extensö agricola, landbouw voorlichting).

La vulgarisation agricole doit remplir quatre fonctions principales au point de vue de la méthode:

. la médiation entre les organismes de promotion agricole et les groupes bénéficiaires. Cette fonction a pour objet d'adapter et de transmettre les acquis les plus récents de la recherche à l'agriculteur sous une forme qui lui permettra de les comprendre et de les appliquer. D'autre part, les problèmes demandant une solution sont de cette manière portés à la connaissance des institutions de recherche.

. la transposition et l'adaptation des prestations fournies par des structures déjà en place aux facultés et aux possibilités des petits exploitants. A moyen terme, ceci peut se traduire par une meilleure harmonisation des prestations offertes avec les besoins des groupes-cible.

. l'institutionnalisation de prestations de services et de mesures d'encouragement en milieu rural par le biais de la participation à la mise en place de structures institutionnelles. De nouvelles institutions, qu'elles appartiennent au secteur public ou privé, influencent le système de production agricole dans son ensemble (ceci s'applique également à la vulgarisation organisée).

. la mobilisation qui vise à sensibiliser et à mettre des groupes défavorisés en mesure d'agir de façon responsable et de s'entraider par un contact personnalisé et une aide

concrète. La vulgarisation met ainsi en valeur un potentiel de ressources humaines jusqu'alors inutilisées. Cette mobilisation est aussi la condition préalable à la diffusion d'innovations en milieu rural.

La vulgarisation agricole en tant qu'institution se justifie lorsque que l'on sait que le manque de connaissances et de motivation de même que le non-développement d'aptitudes dans le domaine pratique et social peuvent constituer des obstacles au développement aussi importants que la sous-alimentation, la limitation des facteurs de production ou l'absence d'infrastructures.

La vulgarisation agricole est un devoir des pouvoirs publics d'abord parce que l'Etat se doit d'aspirer à plus d'égalité entre ses citoyens et à un nouvel équilibre social, mais aussi parce que sans mobiliser la masse des petits producteurs agricoles, il ne pourra pas assurer un approvisionnement alimentaire suffisant ni, à plus forte raison, atteindre des objectifs de développement plus ambitieux.

La vulgarisation agricole a pour mission de fournir une aide planifiée et organisée dans les domaines où les solutions spontanées ne suffisent plus et où d'autres mesures de promotion (telles que la politique des prix, les améliorations des infrastructures, etc.) sont insuffisantes pour permettre au groupe-cible de résoudre à temps ses problèmes. Elle doit en outre freiner la progression de l'appauvrissement et améliorer les conditions d'existence de la population rurale.

Même dans la phase de mise sur pied des services de vulgarisation dans les pays moins développés l'étendue de la mission ne devrait pas se borner à introduire de nouvelles techniques de production. Par un élargissement des

activités aux aspects socio-économiques, institutionnels et de gestion, le passage d'une vulgarisation agricole à une vulgarisation rurale semble plus prometteur pour les petits paysans dans la mesure où une telle démarche répond mieux à leurs préoccupations. Le petit paysan exerce en même temps ou à différentes périodes de l'année et de sa vie diverses activités ou professions: il est par exemple commerçant, artisan, pêcheur, travailleur salarié, donneur de bail ou fermier. La femme rurale, de son côté, travaille aussi bien dans les champs que dans le commerce ou dans l'artisanat; elle ne restreint pas ses activités à l'éducation des enfants et aux travaux du ménage. Les jeunes peuvent contribuer par leurs activités, que ce soit dans l'exploitation agricole ou ailleurs, à améliorer le revenu de la famille.

La vulgarisation agricole dans le sens élargi de "vulgarisation rurale" porte sur les domaines suivants:

- Technique de production:

Introduction de nouvelles techniques de production et transmission des connaissances et aptitudes nécessaires pour satisfaire les besoins alimentaires de base, pour obtenir des surplus commercialisables et pour améliorer les revenus. On veillera à préserver durablement les ressources et particulièrement la fertilité du sol.

- Gestion de l'exploitation:

Amélioration de l'organisation de l'exploitation par une meilleure utilisation des facteurs de production existants.

- Domaine socio-économique:

Amélioration de l'alimentation et de la conduite du

ménage, présentation des possibilités d'emploi hors-exploitation et non agricole pour les membres de la famille, etc.

- Domaine institutionnel:

Encouragement de la coopération organisée et promotion d'autres structures destinées à développer la capacité des paysans à s'aider eux-mêmes.

La vulgarisation au sens large de "vulgarisation rurale" n'a pas pour but de transmettre uniquement des connaissances techniques et utilitaires. Dans le cadre des projets de coopération technique, les programmes de promotion ont inévitablement un aspect politique. C'est pourquoi dans le secteur de la promotion et de la vulgarisation agricoles il est indispensable de rechercher l'accord et l'appui des deux parties concernées: aussi bien des personnes intéressées, destinataires des mesures d'encouragement, que des responsables politiques, maîtres-d'oeuvre de ces programmes d'encouragement.

D'un point de vue politique, les actions de vulgarisation ne peuvent être connues que comme des programmes de développement à la base, c'est-à-dire bénéficiant de l'appui des masses. La compréhension ne se commande pas. C'est pourquoi on constate qu'une cause fréquente d'échecs provient de manquements graves aux principes d'une coopération fondée sur l'égalité des partenaires. On a constaté à maintes reprises que:

- des actions menées sans l'accord ou la compréhension des groupes concernés se heurtent au manque d'intérêt, à la méfiance ou au refus de ces groupes;
- des objectifs propagés par le gouvernement et con-

traires aux intérêts individuels des exploitants ne sont pas réalisables et ne font qu'aggraver la situation générale s'ils sont imposés par la force,

- même une contrainte bien intentionnée provoque des réactions d'opposition et ébranle la base de confiance qui doit nécessairement régner entre les vulgarisateurs et les groupes-cible;
- beaucoup d'organisations d'encadrement se font une fausse opinion des conditions de vie, des problèmes et des besoins des agriculteurs, par manque d'information, ce qui les conduit à adopter des approches et des thèmes de vulgarisation inadaptés.

L'analyse dans l'optique des agriculteurs des programmes de vulgarisation courants et des solutions proposées permet de mettre en lumière certaines lacunes caractéristiques, telles que par exemple:

- l'effort de travail exigé du vulgarisé limite considérablement les "temps libres" qui en milieu rural doivent nécessairement être consacrés à d'autres activités extra-agricoles indispensables (comme par exemple construction du logement, réparations, activités accessoires, obligations sociales);
- les cultures et les procédés de production nouvellement introduits ne sont pas bien adaptés aux conditions écologiques;
- l'avantage économique n'existe que sur le papier.
- les innovations ne correspondent pas aux possibilités d'action des groupes-cible ou ne sont pas accep-

tables pour des raisons socio-culturelles et psychologiques.

Il faut pourtant reconnaître que même le vulgarisateur soucieux de travailler à l'écoute des agriculteurs a souvent de grandes difficultés; il essuie des refus pour des conseils objectivement valables parce que ses interlocuteurs n'ont pas encore pris conscience du problème. Il se trouve ainsi devant la tâche ardue et laborieuse de susciter d'abord cette prise de conscience au niveau du groupe-cible, ce qui se traduira plus tard par de l'intérêt pour la vulgarisation et le désir d'en bénéficier. Il devra veiller à ne jamais chercher à imposer sa propre explication du problème et ses propres recommandations sans avoir écouté et vérifié d'abord les arguments avancés par les agriculteurs concernés. Dans de nombreux cas, les agriculteurs ont de bonnes raisons de refuser une innovation et le vulgarisateur doit d'abord analyser ces raisons s'il veut essayer de savoir et de comprendre par lui-même si elles sont justifiées dans la situation qui le préoccupe.

Une démarche participative de ce type est particulièrement appropriée dans le cadre de la vulgarisation agricole dans les pays en développement. La vulgarisation ne permettra certes jamais à elle seule de maîtriser les tâches immenses incombant à l'aide au développement agricole, celle-ci étant dans les pays en développement presque toujours tributaire d'autres mesures d'encouragement. Elle est irremplaçable dans certaines situations critiques, comme par exemple dans les cas de lacune de compréhension des problèmes, de motivation ou de connaissances.

A la suite de ces explications, il est facile de se représenter ce qui sera traité plus en détail au chapitre

suivant sous le titre de "principes de vulgarisation". Partant de l'acception donnée au terme de vulgarisation, dont s'inspire la définition présentée en liminaire, le présent Manuel propose des principes de vulgarisation centrés sur le groupe bénéficiaire et sa participation.

II. PRINCIPES DE LA VULGARISATION

Un certain nombre de principes sous-tend l'orientation fondamentale et la démarche conceptuelle et fonctionnelle de la vulgarisation. Leur observation s'impose particulièrement dans la phase de planification. On différenciera les principes suivants, étroitement liés entre eux:

- Mise au point de solutions spécifiquement modulées en fonction de la situation des groupes-bénéficiaires (approche de résolution des problèmes, → chap. II. 1)
- Adaptation de la vulgarisation aux groupes et sous-groupes définis (vulgarisation centrée sur les groupes-cible, → chap. II. 2)
- Collaboration active des groupes bénéficiaires et des organismes d'appui à la planification, à la réalisation et à l'évaluation des activités de vulgarisation (participation, → chap. II. 3).

L'observation des principes énoncés ci-dessus se répercute sur la planification et la réalisation des actions envisagées (planification et réalisation du projet par étapes, → chap. II. 4).

1. L'APPROCHE "RESOUDRE LES PROBLEMES"

"d'en haut", qui s'érige en défenderesse des intérêts nationaux et macro-économiques est souvent caractérisée par le fait que les problèmes et les objectifs de développement sont formulés depuis leur bureau par des politiciens n'ayant pas une connaissance préalable suffisante de la situation de la population rurale. Dans un tel cas, la vulgarisation agricole se voit assigner pour tâche de guider les exploitants sur une voie préconçue, de les orienter vers des buts "allant de soi" (par exemple accroissement de la production) et de leur proposer, voire de leur imposer des solutions toutes prêtes. Une telle approche n'aboutit qu'accidentellement à de bons résultats, qui toutefois sont souvent accompagnés d'effets secondaires indésirables qui, eux, remettent en question le "succès" obtenu jusque-là. Cette approche n'est donc en aucune façon conciliable avec notre compréhension de la vulgarisation.

Il est donc important de considérer l'approche de résolution des problèmes comme une alternative aux méthodes employées jusqu'à maintenant. Lorsque les problèmes ne sont pas considérés uniquement de façon abstraite et dans la seule perspective macro-économique (les exploitants agricoles pris comme "annexes" aux données sur la production, aux surfaces cultivées ou aux moyens de production), mais aussi d'un point de vue humain, les chances de réussite et les possibilités de trouver des solutions viables et adaptées à la situation s'en trouveront forcément augmentées. Le vulgarisateur joue dans ce contexte le rôle difficile d'intermédiaire: il doit, en promouvant le dialogue entre les institutions et les groupes-cible, éveiller chez les uns et les autres de nouvelles formes de prise de conscience des problèmes.

La confrontation des différentes approches de vulgarisa-

tion pratiquées dans les projets (→ figures 1 et 2) fait ressortir le contraste entre l'approche encore prédominante axée sur les techniques de production et celle s'orientant sur les problèmes vécus.

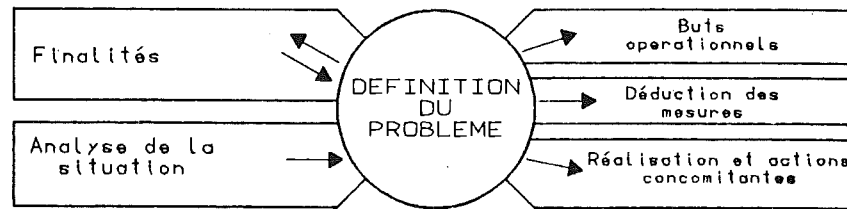
L'importance de l'approche "résoudre les problèmes" réside dans le fait que l'analyse de situation initiale et les solutions proposées ne dépendent pas uniquement du niveau de connaissance et d'information des planificateurs. Les petits paysans peuvent en effet bien connaître la capacité de production de leurs exploitations et être en mesure d'évaluer les conséquences sociales qu'auront les mesures prévues. La base de la planification s'élargit et les impondérables diminuent lorsque les problèmes et la perception de ceux-ci par le groupe-cible sont connus et constituent l'assise des mesures d'encouragement mises en oeuvre.

Lors de la planification d'actions de vulgarisation, les objectifs et les problèmes sont définis les un par rapport aux autres sur la base d'une analyse de situation (→ chap. VI). Un objectif est un état que l'on se propose d'atteindre dans un milieu donné. Toutefois, vouloir éviter une situation indésirable peut parfois déjà constituer un objectif en soi. Les problèmes sont constitués par les résistances et les conditions spécifiques qui s'opposent à la réalisation de l'objectif. Une définition précise des problèmes laisse à elle seule déjà entrevoir le mode de résolution à mettre en oeuvre et renseigne de façon indirecte sur les mesures à appliquer.

Dans l'approche choisie, c'est la définition du problème et non pas, comme jusqu'à présent, la définition des objectifs et des mesures qui constitue le pivot et la charnière de la planification et de la réalisation des actions de vulgarisation (→ figure 3).

Figure 3:

POSITION DE LA DEFINITION DU PROBLEME
DANS LE DEROULEMENT DU PROJET



→ oriente/provoque

C'est justement parce qu'une bonne partie de la solution se trouve déjà dans la définition du problème que celle-ci ne devrait pas être improvisée à la hâte. Il est recommandable de formuler plusieurs définitions du problème avant de déterminer celle qui coïncide le mieux avec la perception qu'en

ont les personnes concernées et qui, en même temps, laisse entrevoir des solutions techniques réalisables (par exemple "pénurie d'eau", "creuser de nouveaux puits" ou bien d'autres définitions et solutions possibles telles que "disponibilités d'eau limitées" "techniques économisant l'eau"). Les structures des problèmes étant souvent enchevêtrées, il est préférable de dégager un problème central et, partant de celui-ci, d'identifier les causes et les conséquences, ce qui permet de hiérarchiser les problèmes ou de créer un réseau faisant ressortir les différents éléments du problème et les relations de causes à effets. Pour de plus amples détails, se référer à la méthodologie GTZ de planification des projets par objectif (PPO).

La méthode à appliquer pour définir les problèmes doit remplir certaines conditions (→ chap. III. 7):

- La situation de départ doit être analysée sans idée préconçue. Il ne suffira pas de recueillir et de vérifier des données objectivement vérifiables, mais également de demander et de présenter le point de vue de toutes les parties concernées.
- L'état actuel de la situation sera défini de façon suffisamment détaillée (procédés de production existants, niveau des connaissances, etc.). Dans l'impossibilité d'exposer de façon précise les conditions de départ, il est difficile de faire accepter le bien-fondé des mesures que l'on envisage de prendre et de les adapter.
- Un problème est rarement présenté de façon objective. Sa définition dépend en grande partie de la personne et de la position de l'observateur. On doit donc caractériser avec précision la personne ou le groupe de per-

sonnes pour lesquels le problème existe ainsi que l'observateur qui décrit la situation en indiquant les connaissances, les aptitudes, les motifs et les objectifs des individus concernés (par exemple hommes politiques, experts, techniciens expatriés, organismes de promotion, petits paysans, gros fermiers, commerçants, etc.). Les problèmes dont l'ingénieur hydraulicien se fait un jeu peuvent sembler insurmontable à un petit paysan.

- La situation que l'on se propose d'atteindre sera définie le plus concrètement possible (par exemple ressources à mobiliser, préoccupations de la population). Un objectif formulé de façon vague tel que l'amélioration du niveau de vie par exemple ne renseigne pas sur les moyens à mettre en oeuvre pour atteindre cet objectif. Si, par contre, on spécifie (par exemple amélioration de la commercialisation), on détermine indirectement les activités à mener (but opérationnel). Il est important de définir graduellement l'objectif concret que l'on se propose d'atteindre pour un groupe de population donné pour pouvoir contrôler par la suite dans quelle mesure les actions ont permis de réaliser cet objectif.
- Les contraintes seront définies (physiques, économiques, socio-culturelles, politiques)
- On analysera les types de résolution des problèmes qui ont déjà été essayés et les expériences des pionniers (moyens, personnes ayant participé, réussite)
- Il est important que les problèmes soient replacés dans leur contexte, car tout problème s'inscrit en définitive dans une situation et un cadre donnés. Dans les zones semi-arides par exemple, les contraintes structurelles ne sont pas les mêmes que dans les forêts humides tro-

picales; la culture du riz irrigué à petite échelle pose un autre problème que la culture itinérante.

La mise en application de cette démarche de résolution des problèmes est souvent très difficile dans la vulgarisation. Mais ce n'est pas non plus un jeu de "tout ou rien". C'est une démarche laborieuse et de longue haleine que de vouloir donner à la population rurale d'une zone de projet la possibilité de s'exprimer et d'introduire ses idées, qui ne sont pas forcément immuables ou toujours concordantes, dans la planification et la réalisation d'un projet. Mais chaque pas dans cette direction doit être considéré comme un progrès. Dans les cas où il n'est pas possible d'appliquer directement la méthode de résolution des problèmes, on s'efforcera d'incorporer le plus d'éléments possible de cette approche dans les activités. Tout modèle de vulgarisation peut introduire dans son programme une plus grande marge de participation et prévoir la vision et la volonté communes. La méthodologie GTZ de planification des projets par objectif (PPO) est un instrument qui permet, s'il est correctement employé, de tenir plus facilement compte, dès la planification d'un projet, des exigences posées par la démarche de résolution des problèmes.

2. L'ADAPTATION AUX GROUPES-CIBLE

L'utilisation de la démarche de résolution des problèmes conduit nécessairement à centrer l'action sur les groupes-cible. On entend par là la nécessité d'adapter la vulgarisation aux besoins spécifiques du groupe bénéficiaire et d'autres groupes indirectement concernés: il s'agit de faire en sorte que les méthodes épousent les structures et les caractéristiques de ces groupes et de créer des conditions favorables à la coopération.

Cette modulation de l'action en fonction du groupe-cible est indispensable, l'expérience prouvant que les mesures d'encouragement, souvent, n'atteignent pas les personnes et les groupes pressentis pour en bénéficier. Il suffit de rappeler que la masse des petits paysans n'a pas profité véritablement jusqu'à présent des mesures d'encouragement, entre autres de la vulgarisation, qui leur étaient destinées. Ceci est dû pour une grande part au fait que la "population rurale" était jusqu'ici souvent visée comme un tout, sans qu'une différenciation ait été opérée au niveau de sa structure socio-économique, de ses caractères propres et de ses traits particuliers. Il n'était de la sorte pas possible d'adapter les mesures d'appui à la situation particulière des petits exploitants. Les contraintes typiques d'un groupe donné ne se révèlent, la plupart du temps, qu'en cours de réalisation des projets. Le fait que la vulgarisation n'a pas suffisamment pris en compte les caractéristiques des groupes-cible a eu pour conséquence que l'on n'a pas reconnu ou pas su tirer avantage du rôle important que joue la femme dans le milieu rural de nombreux pays en développement. Dans toute société, il existe différentes règles traditionnelles de division du travail selon les sexes. L'introduction de méthodes de production modernes peut modifier la condition de la femme, en lui imposant une surcharge de travail, en la faisant participer davantage à la gestion de l'exploitation agricole ou, au contraire, en la privant de possibilités de revenus ou en l'excluant de tout processus de décision. Pour cette raison, il est nécessaire que la vulgarisation agricole prenne en considération la situation des femmes rurales et qu'elle développe à cet effet des méthodes particulières qui lui permettront de forcer, si besoin est, les barrières socio-culturelles existantes. Jusqu'à présent, la vulgarisation s'est tout au plus penchée sur les problèmes des femmes au foyer sans considérer le rôle

qu'elles jouent dans une exploitation agricole aussi bien au niveau de la production que de la prise de décision.

Les projets de vulgarisation implantés dans une région donnée doivent tenir compte des groupes de population suivants (→ figure 4):

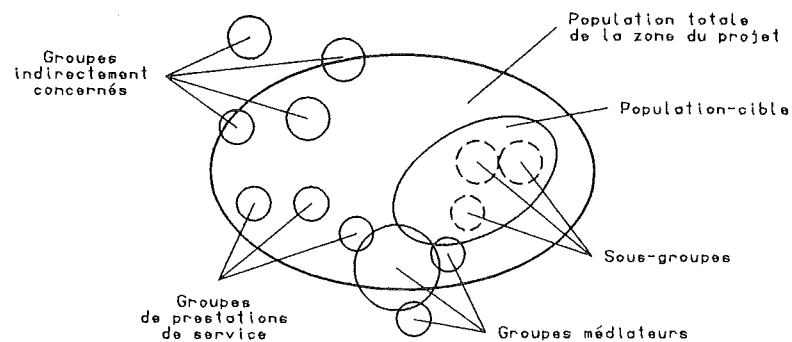
- la population globale dans la zone du projet;
- la population-cible (ou groupe-cible), c'est-à-dire toutes les personnes (hommes et femmes) qui doivent bénéficier de la vulgarisation et des mesures d'accompagnement mises en oeuvre;
- les sous-groupes à l'intérieur du groupe-cible, c'est-à-dire les catégories de la population-cible regroupées selon les problèmes spécifiques à résoudre (par exemple les exploitations selon la part des productions de subsistance et de rente, les petites exploitations avec et sans revenu accessoire, les fermiers, les ouvriers agricoles, etc.);
- les groupes médiateurs, c'est-à-dire les unités structurelles existantes à l'intérieur du groupe et des sous-groupes (par exemple la famille étendue, les clubs de jeunes, les groupes d'entraide, les coopératives, etc.);
- les groupes indirectement concernés par le projet, par exemple les personnes qui ne sont pas directement visées par le projet mais qui en subissent les retombées positives ou négatives. Selon le cas, ils s'érigeront en partisans ou en détracteurs du projet, par exemple gros propriétaires terriens, commerçants, élite rurale, membres de coopératives, etc. Ces indi-

vidus voyant leurs intérêts et leur sphère d'influence menacés risquent de mettre en question le projet et son exécution au niveau social et politique;

- les groupes de prestation de services appelés à soutenir le programme de vulgarisation et les mesures concomitantes, tels que les autorités gouvernementales, les stations de recherche, les organisations de vulgarisation, les structures de commercialisation, les stations de radio rurales. Ils poursuivent souvent leurs propres objectifs qui ne correspondent pas toujours à ceux de la vulgarisation et ils se situent en général à un autre niveau social que le groupe-cible.

Figure 4:

DIFFERENCIATION DE GROUPES
DE LA PERSPECTIVE D'UN PROJET



L'analyse de la situation de départ permet déjà d'identifier les possibilités de coopération avec les groupes médiateurs en place, de prévoir une éventuelle résistance des groupes directement ou indirectement concernés et de juger si les institutions responsables et les groupes de prestations de services seront à la hauteur de leur tâche. Certaines mesures d'incitation devront être prises à l'égard de ces groupes (coopération, sensibilisation, perfectionnement professionnel, information, etc.) pour qu'ils ne bloquent pas les activités dont le projet veut faire bénéficier la population-cible.

On divisera la population-cible en sous-groupes selon les problèmes auxquels ils doivent faire face, c'est-à-dire dans la perspective des mesures d'encouragement futures. L'importance relative des ressources dotant les exploitations (voir les degrés divers d'utilisation de ces ressources et les blocages spécifiques ainsi que d'autres paramètres socio-économiques majeurs) peut servir de critères de classification. Deux techniques sont couramment employées dans la pratique:

- Classification des exploitations agricoles selon leur taille, leurs caractéristiques socio-économiques (par exemple exploitation à plein temps, d'appoint ou à temps partiel) ou la structure de production (systèmes de faire-valoir des terres, systèmes d'exploitation, etc.). Les grilles utilisées dans les pays industrialisés exigent de nombreuses et importantes enquêtes qui ne sont pas toujours réalisables dans les pays en développement: la plupart du temps, il n'est pas possible de commencer un projet par une longue phase préparatoire ou des enquêtes préliminaires approfondies, et même après plusieurs d'années d'activités du projet, on ne dispose pas toujours de données chiffrées sur l'exploitation.

- Typologie effectuée à l'appui des différenciations locales habituelles: il est plus simple et plus pratique de se baser sur les répartitions de groupes déjà pratiquées par la société concernée. Elles sont plus naturelles et reflètent mieux la situation telle que perçue par la population. A l'aide d'entretiens de groupes, on obtiendra facilement des renseignements sur les méthodes de production et les problèmes de fond caractérisant un groupe local ou ses principaux sous-groupes (→ chap. VI. 2.2.2). On abordera par exemple des thèmes tels que les problèmes et les risques du groupe, l'approvisionnement, la situation alimentaire, l'organisation du ménage de l'exploitation, les structures foncières et les rapports de fermage, la disponibilité et l'affectation des revenus monétaires, l'organisation sociale.

L'adaptation des mesures de vulgarisation aux groupes-cible nécessite également un examen préalable de l'efficacité des structures locales existantes. Dans le secteur de la coopération internationale et dans la perspective des "pays donateurs" les organismes du pays bénéficiaire participant à la planification et à la réalisation des actions de vulgarisation sont des groupes-cible au même titre que les familles des petits paysans. L'analyse des institutions partenaires a également pour objet de vérifier si ces dernières disposent de moyens humains suffisants pour atteindre les petits exploitants agricoles. Elle devra de même vérifier si ces institutions publiques sont disposées à surmonter le stade méthodologique des contraintes ou des prescriptions rigides et à dialoguer avec les agriculteurs à la recherche de solutions bien adaptées à leurs problèmes.

3. LA PARTICIPATION

Compte tenu de ce qui a été dit précédemment sur l'approche "résoudre les problèmes" et sur l'adaptation aux groupes-cible, il semble tout à fait naturel d'exiger la participation des groupes-cible à la planification et à la réalisation des actions d'encouragement et de vulgarisation, d'autant plus que la vulgarisation est par définition une action coopérative supposant une participation active du groupe bénéficiaire aux processus de décision. Le principe de la participation rencontre toutefois de nombreuses résistances et c'est la raison pour laquelle il est rarement mis en pratique.

Même dans les projets de développement communautaire et d'animation rurale fondés sur la collaboration active des groupes-cible, cet objectif de participation et de responsabilisation de la population concernée est resté un voeu pieux. Il s'est avéré que le concept de participation, dans son acception de collaboration critique et responsable aux mesures de développement et de vulgarisation, n'a eu bien souvent qu'une valeur déclamatoire et qu'il a été rapidement abandonné lorsque des conflits d'intérêts surgissaient entre les groupes bénéficiaires et les organisations responsables de la promotion.

Les expériences vécues pendant les périodes pré-coloniale, coloniale et post-coloniale ont conduit les masses rurales à adopter des attitudes passives, à obéir aveuglément aux instructions, à ne plus réagir que sous la pression et à accueillir avec méfiance les actions entreprises par les pouvoirs publics. Il serait donc naïf de supposer que les petits exploitants sont à priori disposés à participer.

D'un autre côté, les organismes responsables de la promotion ont souvent du mal, bien que remplis de bonnes intentions, à faire de la participation une réalité vivante au niveau de leurs différentes instances, depuis les équipes de direction jusqu'à l'échelon du village. Il n'est que trop facile de se laisser entraîner par les circonstances (par exemple le besoin d'obtenir rapidement des succès probants, d'augmenter la rentabilité) et de retourner aux procédés et aux comportements traditionnels, autoritaires et axés sur des règlements et des prescriptions.

De plus, de nombreux planificateurs et investisseurs n'ont pas confiance dans les forces physiques et morales de la population rurale "peu instruite". Dans de nombreux pays, les élites en place répugnent à accorder une partie de leurs pouvoirs à des couches socialement et économiquement plus faibles. Ainsi, les initiateurs externes et internes de projets peuvent se donner la main en une alliance malsaine qui déjoue les aspirations légitimes de participation des populations-cible.

Malgré de nombreux échecs et initiatives avortées, la participation ne perd pas de son importance, comme le prouvent de nombreuses évaluations d'experts. Dans une étude effectuée en 1976 sur 33 projets, on a démontré que la participation des groupes-cible à la planification et à la réalisation des actions avait été l'un des critères principaux de la réussite des projets, puisque les groupes-cible avaient consenti à fournir des efforts tant sur le plan du travail que du financement (MORSS, 1976, p. 205).

En partant des expériences faites dans des projets de développement communautaire, d'animation rurale ou autres,

on peut recommander certaines méthodes qui ont déjà fait leurs preuves et qui mettent la participation en pratique.

Pour garantir cette participation à tous les intervenants d'un projet, il faut avant tout institutionnaliser des discussions communes et régulières entre les agents vulgarisateurs, les représentants des groupes bénéficiaires, les organisations concernées et les experts en mission. Ils pourront ainsi tout au long du déroulement du projet confronter, discuter et mettre en commun tout ce qui a trait au projet: les objectifs, les difficultés, les erreurs, les actions, les responsabilités, le contrôle et suivi, la délégation de tâches et autres activités. Il est particulièrement important de se concerter sur les délais de réalisation car ils constituent une source d'erreurs "classique". Celui qui est apte et disposé à accepter des propositions et des critiques a posé un jalon essentiel vers une coopération féconde.

Dans la phase de réalisation d'un projet, pratiquer la participation signifie que l'organisme central du projet exercera le minimum de fonctions et qu'il veillera à les déléguer progressivement à des unités locales opérant de façon décentralisée, par exemple aux coopératives, aux structures locales de prestations de services et aux groupements informels, y compris à certains paysans choisis pour être conseillers à temps partiel.

La participation appliquée aux rapports entre les experts locaux d'un projet de coopération et leurs homologues expatriés revêt un aspect particulier. La conception prévalant jusqu'alors exigeait un engagement important d'experts, d'équipements et de fonds de fonctionnement étrangers dans la phase initiale du projet. Sous le prétexte de l'"incompétence" des cadres nationaux, le partenaire

étranger assumait jusqu'à la direction du projet. Les col-laborateurs locaux étaient ainsi relégués au second plan et devaient se contenter de rôles de figurants. Dans quel-ques projets bilatéraux de vulgarisation, couvrant une zone assez étendue, il était habituel que les experts étrangers rendissent visite aux agriculteurs pour leur don-ner des conseils sans associer les vulgarisateurs locaux. Il existait donc le danger de voir éclipsé du personnel local de qualité et expérimenté par des cadres étrangers trop sûrs de leur compétence et en dépit de leur bonne volonté. En outre, il va sans dire qu'un tel comportement ne se justifiait pas au plan pédagogique. Lorsque, après plusieurs prolongations (les experts étrangers étant "in-dispensables"), le projet était enfin remis à l'autorité compétente locale, il était presque inévitable qu'il s'éc-roulât.

Un modèle participatif de projets de vulgarisation dans le cadre de la coopération internationale se présente de la manière suivante:

- La co-responsabilité des institutions et des personnes concernées dans le pays bénéficiaire est assurée dès le début du projet et tout au long de son déroulement. On encourage particulièrement l'organisation de groupes d'auto-assistance.
- Les experts étrangers remplissent le rôle de conseillers auprès des cadres nationaux; ils sont ainsi éventuelle-ment les conseillers de conseillers. Un tel rapport entre collègues est possible même quand les partenai-res locaux ne possèdent pas encore toutes les qualifi-cations professionnelles exigées. Un rapport d'ensei-gnant-enseigné serait en effet préjudiciable et nuirait à la motivation des partenaires locaux.

- Une passation de service est inutile puisque le départ des experts étrangers n'entraîne pas de coupure nette dans le déroulement des activités du projet.

Le rôle du cadre expatrié reçoit ainsi une nouvelle inter-prétation - il conseille mais ne dirige pas. Son commettant renonce à lui imposer des objectifs stricts car il ne peut pas le rendre responsable des résultats. La participation exige de la part de toutes les parties en présence - les donateurs, les organismes d'intervention et les groupes-cible - du temps, de la patience, de la persévérance et l'accumulation de ressources au-delà des réalisations ma-térielles (ce qu'on appelle, en comptabilité privée, le "fonds de commerce"). Sans participation, le succès de toute intervention quelle qu'elle soit est compromis.

4. CONSEQUENCES: PLANIFICATION ET REALISATION PAR ETAPES

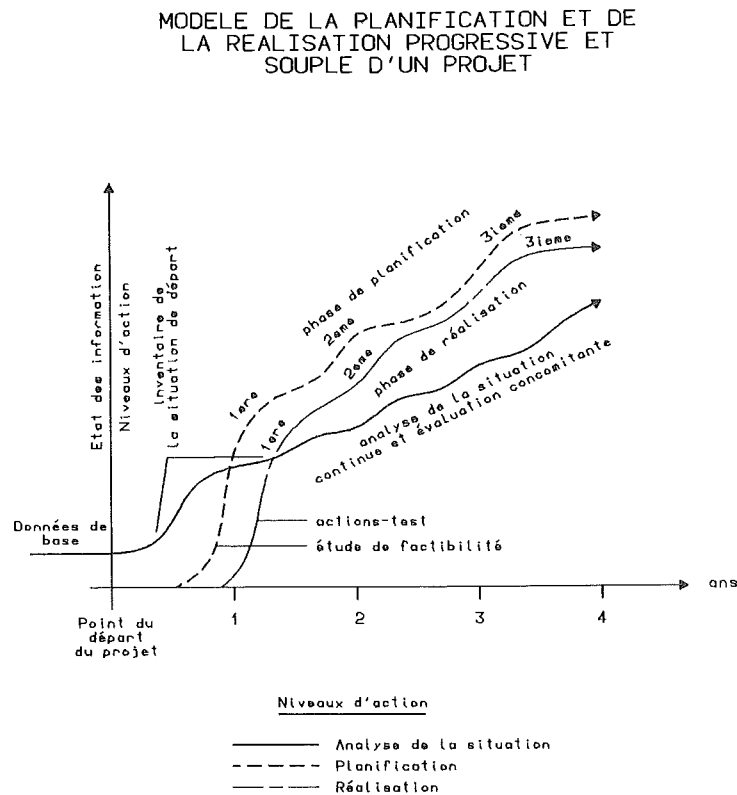
En adoptant l'approche d'action sur les problèmes, l'ada-ptation aux groupes-cible et la participation, on peut tirer des conclusions importantes concernant la pla-nification et l'exécution de projets comportant un volet vulgarisation. La planification et la réalisation du pro-jet doivent en effet être assez souples pour permettre d'introduire des modifications dues à de nouvelles don-nées, de nouveaux problèmes et objectifs, sans que le dé-roulement des opérations en soit pour autant perturbé. Donc un plan qui essaierait de régler de façon définitive toutes les démarches et toutes les interventions à l'aide de prescriptions rigides aurait peu de valeur.

Il est préférable de prévoir un schéma directeur qui, en raison de sa structure particulière, permettra d'intégrer, d'éliminer ou de modifier des éléments du programme selon un processus continu de mise à jour et de révision des

données et des décisions. Cette souplesse du schéma directeur ne signifie pas que l'on renonce définitivement à une planification, mais elle rend cette planification et sa révision évolutives.

Planification progressive, exécution simultanée et continue, mise à jour des données sont trois processus qui s'imbriquent l'un dans l'autre, autrement dit, ils se déroulent parallèlement et de concert. Cette interaction est représentée à la → figure 5.

Figure 5:



Il n'existe pas de recommandations pour la composition des "étages", puisque le processus de planification dépend concrètement des problèmes à résoudre et des finalités visées. La méthodologie GTZ de "Planification des projets orientée sur les objectifs" est un instrument tout indiqué pour exécuter une planification progressive et participative aussi bien pour des projets entiers que des volets de projet ou des interventions ponctuelles.

Les avantages de la planification et de la réalisation progressives d'après la méthodologie GTZ sont résumés ci-dessous:

- Les données de base et les principes de la planification s'adaptent progressivement à la situation réelle. La planification est donc plus réaliste.
- Les effets des interventions sont mieux contrôlables et prévisibles.
- Les collaborateurs du projet et les groupes-cible sont plus motivés puisqu'ils peuvent faire passer leurs expériences et leurs propositions dans le processus de planification.
- Les conflits d'intérêts et les difficultés peuvent être discutés et résolus.
- L'objectif à atteindre est plus facile à apprécier.

Les avantages que nous venons de citer ne porteront leurs fruits que si la planification progressive, de même que précédemment l'approche de résolution des problèmes, l'adaptation aux groupes-cible et la participation intégrée dans la conception du projet: la convention du projet

doit laisser suffisamment de liberté pour la planification et la réalisation de mesures qui ne sauraient être définitivement arrêtées d'avance. Cet aspect du problème devrait déjà être mentionné par les experts dans leur étude de faisabilité afin que les autorités compétentes puissent prendre des dispositions en conséquence. Il semble judicieux de mettre en oeuvre des "projets-pilote" à objectif limité et pour une durée déterminée (entre une et deux années) avant d'entreprendre des activités onéreuses à grande échelle.

En dernier lieu, il ne faut pas passer sous silence le fait que la planification souple rencontre des difficultés auprès des autorités compétentes des pays donateurs, en particulier dans l'administration, car de tels projets présentent moins de facilités apparentes pour la prévision d'échéanciers, le planning budgétaire et le contrôle. Ils posent donc des défis inédits au dynamisme et à la compétence des administrateurs.

III. BASES THEORIQUES DE VULGARISATION

Ce chapitre explique à quoi servent les bases théoriques, de quoi elles se composent et comment les employer (→ chap. III. 1). En partant d'un modèle général de vulgarisation organisée (→ chap. III. 2), on décrira 4 exemples-types (→ chap. III. 3) de vulgarisation. On enchaînera par une série de concepts sur le comportement (→ chap. III. 4 - 10) en poursuivant par des considérations sur la communication (→ chap. III. 11), sur la mise en oeuvre de processus d'apprentissage (→ chap. III. 12) et sur l'organisation et la gestion (→ chap. III. 13). On conclura par une description et une explication de phénomènes fréquents dans la diffusion d'innovations en milieu rural (→ chap. III. 14) qui reprennent divers concepts déjà abordés dans ce chapitre.

1. COMMENTAIRES SUR LE CHOIX ET L'EMPLOI DE CONCEPTS

De par sa définition, la vulgarisation sert à trouver des solutions à des problèmes; elle place la personne humaine au centre de l'action car seuls les individus ont des problèmes et non pas des entreprises ou des régions. Un problème comporte, certes, toujours une valeur subjective, mais comme les tentatives de résolution s'inscrivent en général dans le cadre de contingences matérielles, la vulgarisation exige la maîtrise des thèmes et de la mé-

Pour résoudre des problèmes qui n'ont pas encore pu l'être, il est en général nécessaire de modifier les comportements. Celui qui veut apporter son soutien et son aide dans un tel moment doit avoir des idées précises sur les motifs déterminants des individus et leurs facultés de changement. Un vulgarisateur qui part normalement d'une formation technique doit acquérir une orientation et une compétence dans le domaine des sciences humaines afin de pouvoir appliquer et transmettre correctement ses connaissances techniques.

On est donc confronté au problème du choix judicieux des méthodes, compliqué par le fait que les sciences sociales sont submergées de théories, de modèles et de données empiriques contradictoires à travers lesquels même les initiés ne se retrouvent que difficilement. Il semble donc indispensable de justifier brièvement les raisons des choix retenus ici.

A l'inverse de tous les autres objets physiques, l'être humain possède la "grâce de la liberté", il peut faire ses choix lui-même. Il en résulte ce que les psychologues nomment la plasticité du comportement, c'est-à-dire qu'un même individu a la possibilité de faire, dans la même situation, des choix différents. C'est pourquoi il n'existe pas en sciences sociales de prédictions absolument sûres, mais seulement des probabilités.

Le comportement humain résulte de rapports réciproques entre l'individu et son environnement dans des situations particulières, immergées dans des processus dynamiques et irréversibles. Il est donc particulièrement recommandé de ne pas employer de recettes toutes faites dans les rapports avec des individus mais de partir plutôt de concepts plus généraux qui pourront s'adapter à chaque situation.

Ces concepts ne reproduisent donc pas la réalité concrète mais ils donnent une représentation simplifiée des réflexions et des propositions d'ordre général, ils aident à mieux comprendre les situations nouvelles et servent de guides pour la perception et la compréhension des événements.

Ce que nous appelons notre expérience de la vie est en fait une synthèse de tous ces concepts. Elle nous permet d'agir et de réagir rapidement, nous donne une direction à suivre et nous sécurise. Le choix des concepts influence de façon déterminante notre perception des choses, notre pensée et nos actes. Si nous avons fait un mauvais choix et que le concept n'est adapté ni à la situation ni aux problèmes, nous ne pouvons pas agir correctement ni appréhender la dynamique d'une situation, ce qui a pour conséquence que les effets de nos actes peuvent être contraires à ce que nous voulions.

C'est pourquoi nous devons

- examiner d'un oeil critique nos propres concepts et nous ouvrir aux concepts d'autrui
- ne pas blâmer les autres quand nous échouons mais plutôt chercher les leçons que nous pouvons en tirer pour nous-mêmes: notre interprétation de la situation était-elle exacte? Devons-nous corriger des idées erronées ou réviser des concepts inappropriés?

L'éventail de concepts fondamentaux que nous proposons ci-dessous découle de notre appréciation que ces concepts méritent d'être appliqués aux actions de vulgarisation et qu'ils restent compréhensibles pour une personne non initiée aux sciences sociales. Ils ont fait leurs preuves dans la formation et le perfectionnement d'agents de vulgarisation, ils sont clairs, réalistes et pertinents.

Par expérience, nous savons qu'il ne suffit pas de connaître ces concepts. Il faut également posséder de l'expérience et avoir l'habitude de se référer au bon moment et judicieusement à ces concepts, c'est-à-dire savoir concrétiser le modèle abstrait et abstraire de la situation concrète. Cet exercice de passe-passe s'acquiert par l'entraînement et peut être appuyé par le dialogue entre collègues de différentes disciplines, le perfectionnement centré sur la pratique et l'apprentissage sur le tas. Les concepts doivent permettre au vulgarisateur d'organiser les faits en système, c'est-à-dire de mettre au clair ce qui va ensemble (éléments), ce qui est en rapport (structure), ce que les éléments signifient pour le travail et la cohésion de l'ensemble (fonction) et savoir comment fonctionnent les méthodes et le déroulement des actions (processus). On choisira pour cela des concepts qui se complètent sans se contredire.

Pour maîtriser ces concepts, le vulgarisateur doit être en mesure de répondre aux 5 questions suivantes quand il est confronté à des situations concrètes de vulgarisation et qu'il doit lui-même analyser ces situations:

- 1) Pourquoi les personnes en question se comportent-elles comme elles le font?
- 2) Peuvent-elles se comporter autrement?
- 3) Quelles sont les forces qui incitent ou qui freinent la modification éventuelle des comportements?
- 4) Par quels moyens peut-on arriver à modifier ces forces?
- 5) Quelles incidences auront ces modifications du comportement?

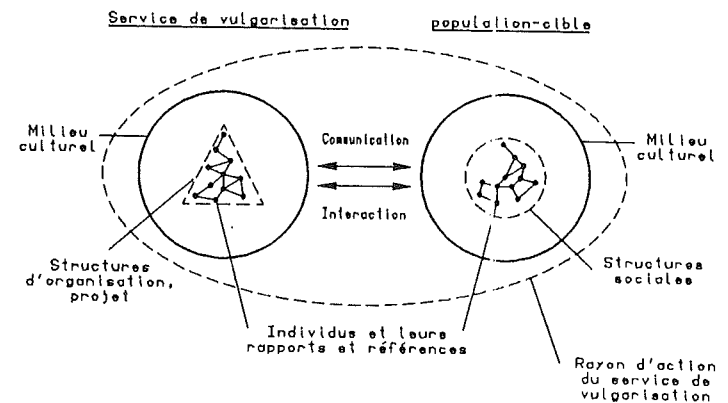
2. MODELE GENERAL DE VULGARISATION

Pour avoir une vue plus précise des différentes démarches qui se déroulent entre les vulgarisateurs et les "demandeurs", isolés ou en groupes, il est utile de disposer tout d'abord d'un cadre général avant de passer aux particularités.

Le modèle général représenté à la → figure 6 donne une idée des interactions entre le service de vulgarisation et les groupes-cible.

Figure 6:

MODELE-CADRE DE VULGARISATION ORGANISEE



Ce modèle cherche à montrer en particulier que le comportement d'individus pris isolément, donc aussi bien le comportement de l'agent vulgarisateur que celui de son partenaire, est toujours englobé dans un réseau plus vaste de relations sociales qui l'influencent considérablement:

- un réseau de relations personnelles. Il se compose, pour l'interlocuteur, de sa famille, de son groupe d'amis, de la communauté du village. Pour l'agent de vulgarisation, c'est le même réseau auquel on peut ajouter les contacts personnels avec d'autres collaborateurs du service de vulgarisation.
- des structures sociales (→ chap. III. 9) pour les groupes bénéficiaires comme pour les vulgarisateurs, en ajoutant pour ces derniers la structure de l'organisation de promotion (→ chap. III. 13). Il ne s'agit pas dans ce cas des relations personnelles qu'ils entretiennent avec des collègues de l'organisation mais des rapports officiels avec l'administration de leur organisation.
- un milieu culturel. Pour les groupes-cible, c'est en général un milieu "traditionnel" et rural, pour le service de vulgarisation, c'est un milieu plus "moderne" et urbain.
- un système social et culturel (→ chap. III. 10). Normalement, ce système est le même pour les groupes bénéficiaires que pour les vulgarisateurs. Mais dans le cas de la coopération, il arrive souvent que des contacts interculturels aient lieu entre les deux systèmes (population-cible et organisme d'appui).

Dans le modèle décrit plus haut, les deux systèmes sont

indépendants l'un de l'autre. Pour que les activités de vulgarisation soient efficaces, il faut que ces systèmes se superposent autant que possible. (Par exemple, l'agent de vulgarisation est originaire du même village que son interlocuteur et fait partie de ses relations). Mais cela dépend en grande partie de la structure et de l'organisation des services de vulgarisation.

Le modèle représente l'assise sociale du comportement des personnes participant au processus de vulgarisation. Il doit en outre remplir trois autres fonctions:

Il doit servir de cadre d'orientation aussi bien pour localiser les problèmes que pour intégrer des sous-modèles et détecter les erreurs.

En considérant la vulgarisation dans un ensemble aussi vaste, nous admettons que les causes possibles d'échec proviennent de n'importe quel maillon du système. On renverse ainsi la tendance habituelle de culpabiliser les seuls agriculteurs. On recherche les erreurs de façon systématique aussi bien au sein des organismes de promotion que dans la population-cible ou encore au niveau de l'interaction entre les deux, autrement dit dans les méthodes de vulgarisation.

Dans ce modèle, on peut donc plus facilement classer les problèmes d'après leurs causes. On peut également faire appel à des modèles plus spécifiques pour éclaircir davantage les différentes zones du modèle général et aider ainsi à analyser les problèmes apparaissant au cours des activités de vulgarisation. Les exemples cités plus loin qui présentent un aspect du comportement humain de même que les expériences faites peuvent alors trouver leur place

dans le modèle général. Les domaines les plus importants qu'aborderont les concepts décrits plus bas sont:

- les motifs déterminant l'action et les conditions de modification des comportements
- les conditions du succès de la communication et d'un apprentissage fructueux
- les principes d'une gestion et d'une organisation réussies.

3. QUATRE EXEMPLES TIRES DE LA PRATIQUE

Pour illustrer le modèle général décrit précédemment et mieux comprendre les concepts des sous-modèles que nous aborderons plus tard, nous présentons ci-dessous 4 exemples-repères tirés de la pratique de vulgarisation.

Exemple 1: Togo

Déclarations d'agriculteurs sur l'opinion qu'ils ont des vulgarisateurs:

- "Etant peu instruit, je ne peux pas juger de sa valeur" (celle du vulgarisateur)
- "Je le vois de temps en temps, mais je ne sais pas ce qu'il fait. S'il est là, il peut toujours venir me voir".
- "On ne fréquente pas les vulgarisateurs. Si tu as fait quelque chose de mal, tu te fais toujours avoir, par exemple si tu coupes un palmier à huile (pour faire du vin de palme)"

- "Mes caféiers sont trop vieux. Cela ne vaut pas la peine que le vulgarisateur vienne me voir. Il y a bien un vulgarisateur qui passe deux fois par jour, mais personne ne sait où il va".
- "Qu'est-ce qu'il fait pour les habitants de notre village?"
- "Rien. Il est venu une fois depuis 1963 (l'année précédente) pour nous recommander, au cours d'une réunion tenue sous l'arbre, de nettoyer nos champs. Il n'a jamais mis les pieds dans un champ."
- "Le vulgarisateur circule sur les routes et ne sait pas ce qui se passe dans les champs. Il devrait (doit) montrer le minimum à faire à la population rurale. Un planteur de café connaît mieux son travail que le vulgarisateur chargé des cultures de café. Les vulgarisateurs sont bons en théorie, mais pas en pratique."
- "Je n'ai rien dit au vulgarisateur. J'aime être libre dans mon travail, je ne veux avoir d'histoires avec personne. Tout va bien chez nous, c'est pourquoi je ne leur demande rien."
- "Quand les vulgarisateurs viennent, je demande à agrandir mes champs pour pouvoir planter davantage, c'est tout."
- "Autrefois, il y avait des chefs de tribus qui nous maltraitaient. Aujourd'hui, nous avons obtenu l'indépendance, et on nous conseille de travailler libres. Je discute de la disposition de mes parcelles uniquement avec mes camarades qui sont colons comme moi. Après, nous demandons au vulgarisateur de venir sur les lieux pour nous corriger pendant l'arpentage de nos limites de champs." (d'après MÜLLER, J.O., 1967, p. 283-285)

Exemple 2: Sri Lanka

1971, 1972, 1973

Obstacles sociaux à la diffusion d'innovations

1974, 1975

"Dans un village, nous avons appris, par exemple, qu'un innovateur avait planté pendant 4 ans de suite une nouvelle variété de riz à haut rendement dans un champ sans que les gens du village se soient mis à l'imiter pour autant. Il a seulement informé quelques-uns de ses proches parents et amis qui se sont mis à planter la nouvelle variété de riz avec le même succès. Ce n'est que quatre ans après les premiers essais que le service de vulgarisation a parlé officiellement de la nouvelle variété au cours d'une réunion de village. Aussitôt, la majorité des villageois ont planté cette variété.

De telles barrières de communication empêchant la diffusion rapide d'innovations peuvent avoir plusieurs raisons. On les trouve dans les structures sociales du milieu rural et dans les valeurs et normes traditionnelles de la population paysanne.

La structure sociale du village joue un rôle important au niveau de la diffusion des informations et de leur destination. Les rapports sociaux entre villageois dépendent de facteurs tels que l'appartenance à une caste, la parenté du sang et la formation de groupes sur la base d'affinités politiques. On peut observer la façon dont se propagent les informations et les nouveautés dans un village d'après les rapports sociaux existants.

Je connais un cas où un instituteur a été le premier dans son village à utiliser la méthode de repiquage du riz. Les autres villageois l'évitaient en raison de ses opinions politiques. Il était en effet partisan d'un groupe

politique que la majorité des agriculteurs refusaient. Pas un seul paysan n'a osé imiter l'instituteur pour ne pas donner l'impression d'être son ami et de s'identifier à son engagement politique. On trouve parfois des motifs très curieux et subtils de comportement social chez les habitants d'un village." (d'après DIEDERICH, G., 1975, p. 9-12)

Exemple 3: Brésil

Formation professionnelle et mise en pratique d'innovations

"Dans le cadre d'un programme de formation, de jeunes agriculteurs brésiliens ont suivi des cours de formation en République fédérale d'Allemagne pendant deux ans. Ils vivaient dans une famille exploitant une entreprise agricole moyenne, suivaient des cours dans une école technique et sont retournés dans leur pays après leurs examens. On s'attendait à ce que ces jeunes diplômés mettent en valeur les connaissances acquises à l'étranger et qu'ils les adaptent aux conditions de leur pays.

Cette hypothèse n'a pas pu être confirmée. Certes, la formation que ces jeunes gens avaient reçue dans une exploitation moderne les avait fortement impressionnés et ils étaient techniquement plus qualifiés. Mais l'organisme de formation n'avait pas prévu de suivi pour que ces jeunes adaptent aux conditions locales ce qu'on leur avait enseigné. Leurs parents avaient de plus leurs idées sur la façon de gérer une entreprise et ils voulaient d'abord juger si leur fils était capable de travailler sur leur exploitation avec le système traditionnel avant d'adopter ses nouveautés." (d'après GfA, 1976)

Praticabilité de la proposition du vulgarisateur

Un vulgarisateur m'a raconté l'histoire suivante: "Le mouton d'un cultivateur boitait. J'ai identifié la maladie (il s'agissait de la fièvre aphteuse) et ai dit au paysan: "Tu dois absolument lui donner ce médicament, sinon il va mourir". Il m'a répondu: "Laisse faire, il guérira bien tout seul". Le mouton a péri et ses autres animaux ont été contaminés. Mais il ne voulait toujours pas faire la dépense de 200 rials (env. 25 F) pour les soigner jusqu'au jour où j'ai acheté moi-même le médicament et l'ai déposé dans mon bureau à un endroit bien visible. Lorsque l'agriculteur est entré dans mon bureau et qu'il a vu le médicament, il m'a demandé: "Qu'est-ce-que c'est?" Je lui ai répondu: "C'est le médicament qui peut guérir tes moutons de la maladie qu'ils ont". Il a ajouté: "Alors viens avec moi et soigne-les". Mais j'ai répondu: "Paie déjà le médicament". Alors il m'a dit: "Tu dois d'abord soigner mes moutons et s'ils guérissent, je te donnerai l'argent..." Je les ai soignés, ils ont guéri et le paysan m'a donné l'argent. Alors, je lui ai dit: "Tu vois, si tu les avais soignés plus tôt, tu aurais un mouton de plus maintenant." Il m'a répondu: "Je ne pouvais pas le savoir, je suis analphabète, tu aurais dû me forcer et je l'aurais certainement fait."

On serait tenté de penser qu'il faut toujours utiliser la contrainte. Mais une telle méthode est à bannir pour des raisons pédagogiques, Si, en effet, le vulgarisateur avait employé la contrainte, il serait obligé de l'employer pour chaque nouvelle proposition. Il serait obligé de surveiller chaque paysan et personne ne prendrait ses recommandations au sérieux. Par la perte d'un mouton et grâce à la guérison des autres, l'efficacité de sa recommanda-

tion est beaucoup mieux mise en valeur. Le vulgarisateur a acquis une toute autre autorité aux yeux de cet agriculteur et de ceux qui ont suivi l'événement. Il n'a plus besoin de surveiller chacun d'eux car ils savent tous maintenant qu'il est compétent et ils lui demandent conseil quand ils ont des problèmes". (d'après RAFIPOOR, F., 1974, p. 171)

Dans le chapitre suivant, nous reprendrons certains éléments des 4 exemples décrits ci-dessus pour mieux illustrer les concepts.

4. COMPORTEMENT ET MODIFICATION DU COMPORTEMENT

Le comportement d'un individu n'est pas déterminé par une seule cause, il résulte d'un ensemble de facteurs très différents qui déterminent la situation au cours d'une interaction dynamique de la personne et de son environnement. Selon la théorie des champs, on peut définir cette interaction des facteurs, de la personne et de son environnement comme un champ de forces, un système en tension, autrement dit un champ psychique.

On peut le définir par la formule suivante:

$$C = f(P, E_{\text{subj}})$$

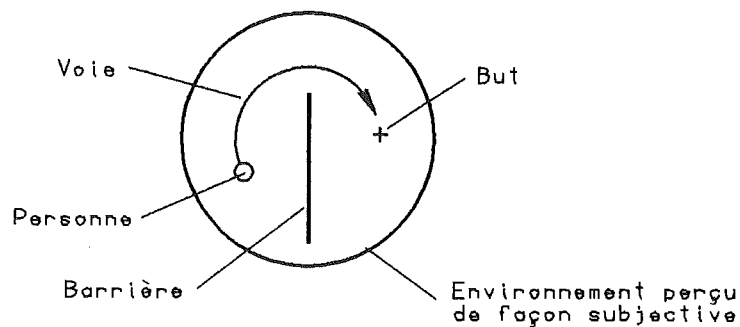
Le comportement est fonction de l'interaction de la personne et de l'environnement qu'elle perçoit. Autrement dit seuls les facteurs que perçoit l'individu ont une influence sur son comportement. Comme nous allons le voir par la suite, la perception humaine est un mécanisme très individuel et subjectif. De l'environnement total, seuls les aspects consciemment ou inconsciemment perçus par l'individu peuvent influencer sur son comportement.

Dans la perception subjective d'une situation, on trouve non seulement des éléments d'information actuelle mais aussi un savoir du passé, autrement dit des expériences, de même que l'anticipation d'événements futurs, autrement dit les attentes.

D'après → la figure 7, le comportement peut se décrire de la façon suivante: Une personne (P) fait l'expérience dans son environnement (le milieu perçu de façon subjective) de choses dignes d'intérêt (un objectif, un état souhaité, un objet ayant un caractère d'invitation positif) et elle mobilise ses forces psychiques pour atteindre son but.

Figure 7:

MODELE DU MILIEU PSYCHIQUE



De la même manière, cette personne mobilise ses forces psychiques quand un événement négatif ou nuisible apparaît dans son environnement afin d'éviter cet état perçu et ressenti comme négatif (→ exemple de l'Iran: le mou-

ton malade et l'absence de médicament). La voie qui mène à un but ou qui permet d'éviter une situation désagréable peut être bloquée ou compliquée par une barrière ou un facteur entravant (manque de connaissances, incertitude des conséquences, manque de capitaux, sanctions sociales, etc.).

Les forces qui aident à atteindre un but positif sont dénommées forces d'impulsion, celles allant dans un sens négatif forces d'inhibition. Le comportement est la résultante du champ de forces psychiques dans lequel les forces d'impulsion et les forces d'inhibition agissent avec plus ou moins d'intensité et créent un équilibre ou un déséquilibre.

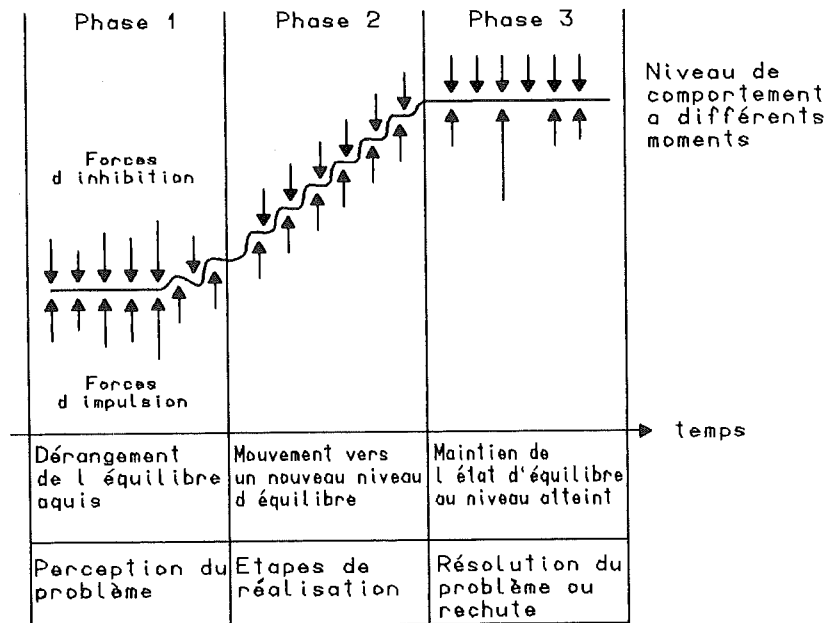
La modification du comportement s'explique directement à partir de cette considération théorique du champ psychique influencé par des forces positives ou négatives. La → figure 8 reproduit le modèle de la modification du comportement en la considérant dans ses trois phases successives:

- 1) mise en cause de l'équilibre acquis
- 2) mouvement vers un nouvel état d'équilibre
- 3) maintien de l'équilibre au niveau atteint

Dans chacune de ces trois phases, la vulgarisation joue un rôle important puisque son but est de faciliter et d'encourager la modification du comportement.

Figure 8:

MODELE DE MODIFICATION DU COMPORTEMENT



Un équilibre existant peut être rompu

- par l'apport de forces d'impulsion
- par le retrait de forces d'inhibition
- ou par la combinaison des deux actions.

Si les forces d'inhibition sont très importantes et que l'équilibre est rompu uniquement par l'apport de forces d'impulsion, la tension interne du nouvel équilibre sera

très forte et les risques de rechute augmenteront. La tension interne et le risque de rechute sont minimisés quand les deux actions (apport de nouvelles forces positives et réduction des forces négatives) se produisent simultanément. (C'est le procédé employé par le vulgarisateur de l'exemple de l'Iran. Il a mis le médicament sous les yeux de l'agriculteur et l'a déchargé des risques d'échec en le laissant payer après la guérison).

On oublie souvent que c'est justement dans la troisième phase du changement que la vulgarisation remplit son rôle principal. Aussitôt après la modification du comportement, le nouvel équilibre n'est pas encore suffisamment stabilisé. De nouveaux "conflits d'après décision" apparaissent - (qui n'a pas déjà éprouvé ce sentiment après acheté des chaussures) - et des problèmes inattendus, surgissant en cours de réalisation de la solution choisie sur laquelle repose la décision, augmentent les risques de rechute. Le vulgarisateur doit, à ce moment, aider à surmonter ces difficultés, encourager son partenaire et lui rendre confiance dans la décision qu'il a prise jusqu'à ce que les résultats soient suffisamment positifs pour que le partenaire reconnaisse les succès qu'il a obtenus en modifiant son comportement.

La modification du comportement échoue souvent parce que certains facteurs n'ont pas été bien identifiés ou qu'ils ne peuvent être définitivement classés comme forces d'impulsion ou d'inhibition.

La confusion du solliciteur peut être due au fait qu'il ne sait pas analyser correctement sa situation ni son rôle par rapport à ses objectifs et ses besoins. Il n'a pas de "recul". Dans de telles situations, le vulgarisateur doit aider son interlocuteur à comprendre son problème, lui

montrer le but qu'il poursuit et son intérêt. L'interlocuteur peut ainsi juger plus objectivement son problème et le caractériser pour trouver une solution adéquate. Le vulgarisateur met en marche un processus mental de restructuration et de transformation du champ psychique chez son interlocuteur. Il arrive ainsi à ordonner la tension diffuse et incontrôlée en une situation claire de déséquilibre, ce qui permet d'obtenir une modification du comportement et une action responsable.

Puisque des forces déterminent le comportement, il y a lieu de savoir d'où elles viennent et comment elles se créent. Nous arrivons alors à la question de la perception que nous avons déjà abordée en constatant que ce n'est pas l'environnement dans sa totalité qui détermine le comportement mais uniquement l'environnement perçu de façon subjective.

Les forces se développent par le processus de perception qui rend présents ("représente") les faits, que ce soit la situation réelle, les expériences vécues ou les attentes futures. Ces faits sont alors mis en rapport avec les objectifs, les désirs et les besoins de l'individu, autrement dit ils sont soumis à son jugement. Par ce jugement de valeur, les faits perçus ont un effet stimulant pour le comportement, elles se transforment en forces opérantes dans le champ psychique.

5. PERCEPTION

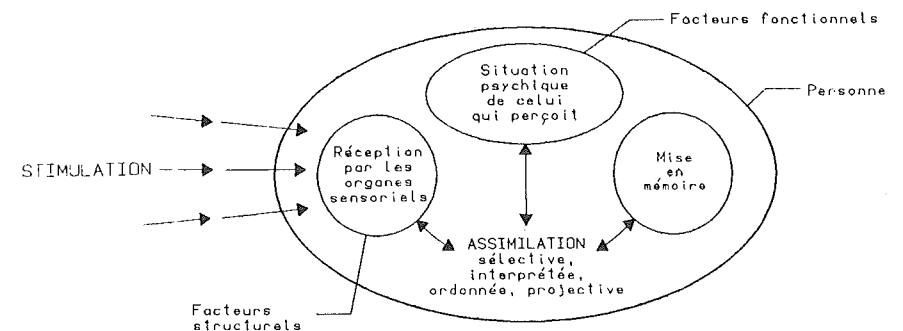
Pour comprendre le comportement d'un individu, il est indispensable de comprendre le mécanisme de la perception humaine. Précisons que la perception n'est pas un mécanisme d'enregistrement purement technique; nos yeux ne travaillent pas du tout comme une caméra et notre ouïe

n'est pas comme un magnétophone. Nous n'enregistrons pas tout ce qui se produit autour de nous. Nous faisons un choix et nous ordonnons ce choix immédiatement et le modifions tout au long du processus de la perception. C'est pourquoi il existe une différence considérable entre le milieu physique et le milieu subjectif, autrement dit l'environnement tel que nous le percevons et que nous pouvons nommer environnement psychologique.

Ce mécanisme est reproduit sur la figure 9. Deux éléments influencent considérablement la manière de transformer et d'enregistrer les incitations de la perception, à savoir les facteurs structurels qui proviennent de l'organisation physiologique des organes des sens et leurs fonctions ainsi que les facteurs fonctionnels qui proviennent de la situation psychique du percevant.

Figure 9:

LE PROCESSUS DE LA PERCEPTION HUMAINE



Les facteurs fonctionnels, comme par exemple, l'humeur du moment, les besoins et les expériences antérieures, conditionnent la réception et l'assimilation des stimulations, et cela

en interaction constante avec la mémoire et le monde intérieur propre à chaque personne.

On peut considérer que les éléments ci-dessous font partie des facteurs fonctionnels:

- les expériences mon sol n'est pas suffisamment bon pour cette culture; je ne peux pas obtenir les crédits qu'il me faudrait. (les expériences avec le vulgarisateur déterminent la façon dont on le perçoit → exemple Togo)

- les échelles de valeur cela ne vaut pas la peine - préfère les loisirs ou les activités sociales; ce n'est pas la "bonne" façon de faire de la culture.

- les attentes exode vers les villes, espoir que les enfants auront plus de chances; désespoir

- les besoins cela me suffit pour vivre; le vieux puits est un bon lieu de rencontres; avec un puits au milieu de la place du village, ce serait presque du luxe.

- les opinions les femmes restent à la maison; les travaux durs sont réservés aux hommes; les rites de fertilité influencent les rendements

- les normes socio-culturelles intériorisées

traire est voler ce dont le veau a besoin; il est interdit aux femmes d'actionner le moulin à la bicyclette

La philosophie de la cognition nous enseigne que les hommes ne peuvent pas connaître le monde réel, tel qu'il est, mais qu'ils sont obligés de se faire une image de ce monde. Dans la psychologie de la perception, nous apprenons avec quels moyens nous construisons cette "image du monde". La perception est sélective, elle projette, ordonne, donne un sens et une forme aux objets perçus.

Par sélection, on entend le processus de choix que nous faisons parmi la quantité infinie de stimulants possibles, processus conditionné par nos besoins du moment et par la structure de notre pensée.

La projection est le mécanisme qui nous fait inclure quelque chose de nous-même, - nos sentiments, nos désirs ou nos angoisses - dans nos déclarations. Le sujet percevant ne remarque pas en général qu'il passe insensiblement de l'intérieur à l'extérieur, qu'il intervertit le tu et le moi. Tout le monde a déjà fait l'expérience de la situation où l'un déclare: "mais tu voulais justement..." alors que l'autre répond plein d'indignation: "Mais comment? Ce n'est pas moi qui voulais! Tu viens justement de dire..." Ce qui prouve que le désir n'engendre pas seulement les idées mais aussi la perception.

L'ordre, le sens et la forme sont des principes qui proviennent de notre besoin d'orientation et que nous devons appliquer à tout nouvel objet perçu pour pouvoir l'enregistrer dans notre mémoire. Sans ordre, sens et forme, une impression ne peut pas être caractérisée, elle ne peut

donc être ni enregistrée ni rappelée. Ce mécanisme est particulièrement important parce qu'il forme et influence de façon déterminante notre façon de penser et donc notre perception par l'intermédiaire de la parole.

L'individu peut même compléter des structures incomplètes. Les stimulants fragmentaires sont mis en rapport, ce qui manque est inconsciemment complété et le tout enregistré par la mémoire comme une unité signifiante. Pour reconstituer un tout à partir de données fragmentaires, l'esprit humain cherche la simplicité, la proximité, la cohérence et la familiarité. L'ensemble ainsi reconstitué représente plus que la somme des éléments perçus. Il acquiert une nouvelle signification qualitative.

La conclusion à tirer des processus ainsi décrits est qu'en général, nous percevons les choses nous paraissant intéressantes, répondant à nos besoins, nous rassurant, confirmant notre expérience, correspondant à nos attentes, et dont nous pensons nous servir pour atteindre nos objectifs.

6. MECANISMES DE DEFENSE

On ne modifie pas volontiers son comportement. Il nous semble souvent plus facile de changer de perception ou de jugement que de comportement.

En supposant que tous les individus aient besoin de se sentir sécurisés et guidés, on peut en déduire, selon les principes de la perception précédemment énoncés, que toute information comportant un facteur de doute trop important ne passera pas sans problème dans le processus de la perception. Certes, un état intérieur de tension est nécessaire pour agir, mais pour que l'individu le ressente comme

agréable ou encore acceptable, il faut qu'il ne dépasse pas certaines limites.

Le rire, les pleurs, la colère sont connus pour être des actes permettant de réagir et de libérer le surplus de tension. Mais il existe aussi toute une série de mécanismes psychiques qui ont pour but la réduction de la tension, la décharge psychologique, et qui se déroulent en partie automatiquement et inconsciemment et qui sont donc moins connus. Ces mécanismes sont décrits en psychologie sous le terme de "dissonance cognitive".

Rappelons-nous la première phase du modèle de modification du comportement (→ chap. 111, 4) au cours de laquelle un déséquilibre est provoqué par l'apport de forces d'impulsion ou le retrait de forces d'inhibition. Nous étions partis de l'hypothèse que le surplus de forces d'impulsion provoque une modification du comportement. Nous devons ici reconnaître que cette présentation est trop simple, la modification du comportement n'étant, en effet, que l'une des réactions possibles à un déséquilibre des forces. On appelle "dissonance cognitive" l'état dans lequel des éléments de la pensée sont en contradiction avec d'autres éléments fournis par le processus de la cognition. Avant que cette contradiction ne porte à conséquence dans nos actions, elle peut être résolue au point même où elle est d'abord vécue; cette résolution a lieu immédiatement, au cours même du processus de perception, dans le cas où les informations dissonantes sont nombreuses, et cela, sans que celui qui perçoit ces informations en ait même conscience.

Les informations dissonantes peuvent être éliminées dès la perception (on ne les voit pas, on ne les entend pas). Elles peuvent également être modifiées, atténuées, voire même changées en leurs contraires au cours du processus de perception.

Lorsqu'elles sont assimilées, il reste toujours la possibilité de les oublier volontairement. Lorsqu'elles émanent d'une personne ou d'une organisation, il est toujours possible de douter de la crédibilité de celles-ci. Inversement, si la crédibilité de celui qui fournit l'information est douteuse l'information en sera entachée (organisation de conseil jouissant d'une mauvaise image, ou, pour reprendre l'exemple de Sri Lanka, l'innovation mise en pratique par l'enseignant s'entachant de la même connotation politique).

On peut aussi chercher à éviter les situations et les informations qui génèrent les dissonances, ou rechercher plus particulièrement les informations et les contacts personnels qui renforcent sa propre position. On peut enfin décrire plusieurs stratégies qui ont pour objet de travestir la réalité: il y a les rêveries éveillées, le recours périodique aux stupéfiants, les représentations imaginaires ou la fuite dans les mondes irréels, et les différentes formes de maladies psychiques.

Il faut s'attendre à ce que les modifications de comportement rebutent la plupart des gens, et à ce qu'un déséquilibre des forces psychiques bute d'abord sur les résistances que constituent les processus de réduction des dissonances, avant de pouvoir se transformer en moteur d'une modification de comportement. Les tendances de décharge visibles chez le partenaire permettent au vulgarisateur de comprendre le type et l'importance des résistances intérieures qui empêchent une modification du comportement, et de tenir compte de ces raisons sous-jacentes pour mieux orienter ses activités de conseil.

7. RESOLUTION DES PROBLEMES ET PRISE DE DECISION

La vulgarisation en tant qu'aide immatérielle à la résolution de problèmes est plus efficace quand on connaît la méthode à appliquer pour résoudre les problèmes et les difficultés que rencontrent les individus concernés. Nous avons déjà insisté sur ce point en décrivant l'approche de résolution des problèmes au → chap. II. 1. Si le vulgarisateur a des difficultés à résoudre les problèmes qu'on lui soumet, il peut se référer à la → figure 10 qui présente les différentes étapes de la résolution d'un problème.

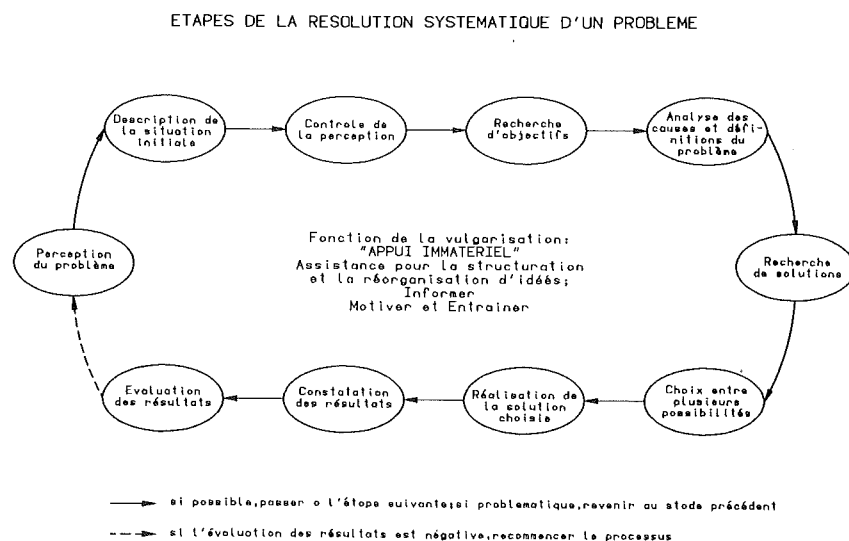
Ces étapes ne se différencient pas considérablement de celles employées pour la vulgarisation systématique ni des principes de base de la gestion, comme nous le verrons plus loin (→ chap. VI et VIII, figure 18). On commence toujours par analyser la situation existante et on termine en évaluant les résultats obtenus. Toutefois, par souci de simplicité, on présentera différemment les étapes intermédiaires. La figure 10 est suffisamment éloquent pour ne pas la commenter. Seules les étapes critiques seront commentées ci-dessous.

Le contraste entre une situation donnée et état considéré comme fondamentalement meilleur et réalisable est vécu subjectivement, c'est un problème. Une telle prise de conscience du problème peut se produire de deux façons différentes: en vivant une aggravation de la situation ou en prenant conscience qu'il existe des possibilités d'amélioration.

Nous avons constaté précédemment que la perception est inévitablement subjective. Avant d'engager une action de vulgarisation, il est conseillé de décrire en détail la

situation de départ en mentionnant les personnes concernées, les autres éléments de la situation et les rapports supposés pour que, dans une seconde phase, on puisse vérifier la perception de la situation. Cette étape est indispensable si l'on veut que le vulgarisateur et son interlocuteur partent des mêmes données et aient une même idée de la situation. Cela permet en même temps de reconnaître des interprétations fausses de la perception et les erreurs de jugement pour pouvoir ainsi en discuter.

Figure 10:



Alors que la description de la situation initiale est en principe objective et qu'elle accepte, voire encourage l'action du vulgarisateur, la détermination de l'objectif et la définition du problème sont des opérations subjectives, dépendant en grande partie des besoins et des opinions de l'intéressé. C'est pourquoi le vulgarisateur doit s'efforcer d'être non directif. Sa fonction est uni-

quement d'aider à ce que des problèmes et des objectifs soient effectivement recherchés, qu'ils soient formulés de différentes manières et de façon réaliste.

Les objectifs ne peuvent être trouvés qu'à l'aide d'une analyse des besoins du partenaire et ils seront établis en tenant compte de l'orientation générale et de l'ampleur du but à atteindre. Souvent même, ils ne pourront être définitivement déterminés qu'en examinant les diverses solutions déjà concrètement proposées.

L'étape consistant à définir le problème dans la perspective des causes et des conséquences est volontiers sautée, mais elle est en réalité l'axe central de tout effort de résolution des problèmes. La façon de caractériser un problème oriente la recherche des solutions. Il est ici particulièrement nécessaire de procéder avec soin, car les solutions au problème résident en grande partie dans sa définition. Le vulgarisateur veillera donc à ce que plusieurs définitions du problème soient données, qui, en cours de parcours, pourront être éliminées pour ne garder que la plus adéquate.

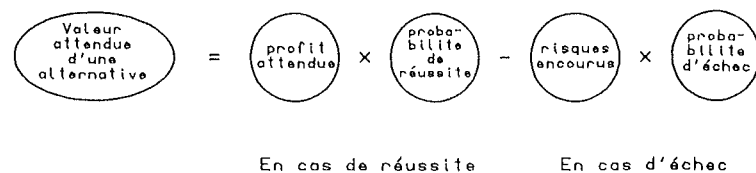
Si aucune solution n'est trouvée, c'est probablement parce que l'objectif fixé ou la définition du problème ne sont pas exacts. Les objectifs ne s'imposent que rarement de manière rigide, mais dépendent des besoins et des ambitions. Si les exigences envers soi-même et envers les autres partenaires sont trop élevées, la seule solution est d'abaisser le niveau de ces ambitions.

Si l'on a trouvé des solutions, on vérifiera que l'on peut les mettre à l'essai. S'il existe plusieurs solutions, on fera un choix entre les différentes possibilités, c'est-à-dire que l'on comparera les avantages en cas de réus-

site avec les inconvénients en cas d'échec. Deux éléments entrent dans cette comparaison, à savoir les valeurs attendues et la probabilité que ces valeurs se produisent, autrement dit le risque, la certitude ou l'incertitude d'atteindre le but. L'explication du mécanisme est donnée à la → figure 11.

Figure 11:

ELEMENTS DU CHOIX ENTRE PLUSIEURS POSSIBILITES



On choisit en principe la possibilité qui promet la plus grande valeur par rapport aux autres possibilités. En conséquence, il se peut qu'une solution très positive et dont la probabilité de réussite est relativement bonne ne soit pas prise en considération si les effets négatifs prévisibles en cas d'échec sont particulièrement graves (par exemple la culture commerciale comporte, en abandonnant totalement la culture de subsistance un danger grave si elle ne garantit pas à cent pour cent à l'intéressé la possibilité de se procurer d'une autre manière les autres produits alimentaires dont il a besoin pour vivre).

Une décision mûrement réfléchie ne s'appuie pas uniquement sur des calculs rationnels. La sensibilité et les valeurs

culturelles intériorisées de l'individu jouent aussi leur rôle. Avant d'identifier les problèmes et d'examiner les solutions, l'intéressé doit faire une réflexion sur lui-même et se concerter avec son environnement social.

C'est au plus tard en cours d'exécution de la solution choisie et pendant son évaluation que l'on pourra constater si les arguments en faveur de la solution sont reconnus par le milieu social. En employant le langage utilisé dans le modèle de modification de comportement (→ chap. III. 4), on dirait qu'une absence de réflexion sur soi-même et de concertation sociale augmente la tension intérieure et le risque de rechute. Une décision prise à la hâte et que l'on essaie de justifier ultérieurement déconcerte et aggrave la situation conflictuelle..

C'est justement au moment du choix que le vulgarisateur a un rôle particulier à jouer. Il doit intervenir avec tout son savoir et avec ses connaissances techniques pour, par exemple, évaluer les chances de succès de la solution choisie, le surplus de travail nécessaire, les risques encourus et éventuellement les conséquences négatives. Le vulgarisateur doit arriver, par sa méthode de travail, à provoquer cette réflexion de l'intéressé sur lui-même et cette concertation sociale qui seront alors conjuguées avec des considérations plus techniques.

La démarche ne devrait toutefois pas s'arrêter à la mise en oeuvre d'une solution. Ce n'est en effet qu'après avoir obtenu une confirmation et une évaluation des résultats que l'on pourra définitivement constater si le problème a bien été résolu ou si l'on doit prévoir de nouvelles actions.

Mais il est en général difficile d'imputer les résultats

aux causes, autrement dit de trouver la réponse à la question de savoir quelles sont les raisons et les causes qui ont conduit aux résultats constatés.

On pourra vérifier les résultats d'autant plus facilement que l'objectif aura été exprimé de façon opérationnelle, qualitativement et quantitativement. Ce n'est qu'après avoir déterminé les effets et les résultats obtenus que l'on peut définitivement en juger. Si l'évaluation est positive, le risque de rechute est définitivement éliminé.

La fonction particulière du vulgarisateur est donc de motiver et de stimuler le partenaire pour qu'il puisse résoudre activement ses problèmes. Sa contribution la plus efficace se traduit par une structuration et une réorganisation mentale des problèmes soulevés. C'est justement quand les problèmes de l'intéressé sont les plus graves et que la tension psychique est forte que le partenaire est affligé d'étroitesse de vue, que sa perception se réduit, qu'il est hypersensible, a peur d'agir et manque d'imagination. Une personne imbriquée dans un problème risque donc de tourner en rond, de s'enliser et de ne plus pouvoir s'en sortir. C'est dans de telles situations inextricables qu'un conseiller bienveillant et compétent peut faire le plus grand bien.

8. GROUPES ET DEMARCHES DE GROUPE

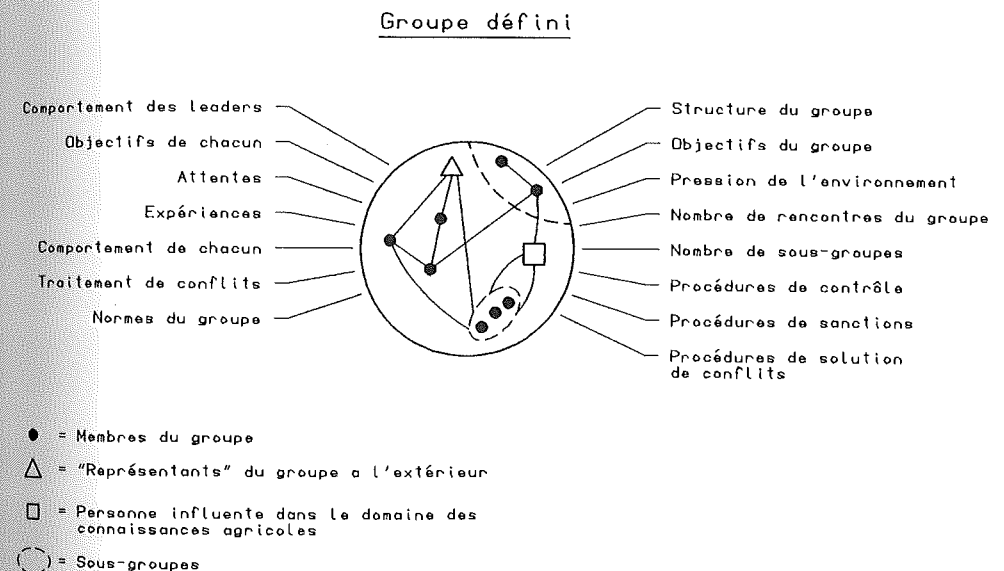
La vulgarisation individuelle est laborieuse et elle prend beaucoup de temps. Le travail en groupes, quand il est bien fait, permet d'atteindre un plus grand nombre et d'obtenir des résultats durables, On décrira donc ici quelques aspects de la dynamique de groupe intéressants pour la vulgarisation.

Les rapports sociaux sont vitaux pour chaque être humain. Ils font en effet partie de son éducation, ils lui procurent un sentiment de sécurité et de protection. Ils lui permettent de se sentir reconnu, estimé et écouté.

Le groupe est le maillon primordial reliant l'individu pris isolément et les structures organisées de la société. D'une part, il forme, transmet des opinions, des jugements de valeur et une orientation, de l'autre, il satisfait les besoins élémentaires de ses membres, leur donne un sentiment d'utilité, de sécurité et les rend plus sûrs d'eux-mêmes. Un résumé des éléments et des facteurs influençant un groupe est reproduit sur la → figure 12.

Figure 12:

GROUPES ET LEURS FACTEURS D'INFLUENCE



On parle de groupe quand un nombre déterminé d'individus entrent régulièrement en contact pour essayer de réaliser des objectifs communs. L'appartenance à un groupe lie chaque individu dans une certaine mesure, elle le soumet des obligations spécifiques, mais elle lui donne aussi la possibilité de satisfaire des aspirations personnelles et de participer aux avantages qu'apporte un groupe.

Les contraintes principales dans un groupe sont l'adaptation, le développement d'un sentiment communautaire et la représentation extérieure. Chaque membre doit "se mettre au pas". S'il garde une attitude marginale, il devra quitter le groupe. C'est pourquoi on trouve dans les groupes une tendance à l'uniformisation. Les chefs de groupe sont particulièrement exposés car ils incarnent justement les idéaux et les normes du groupe; cela signifie, en contrepartie que s'ils dévient trop de la ligne du groupe, ils courent un plus grand danger que les autres membres puisqu'ils peuvent perdre leur position.

Celui qui s'adapte assez facilement pourra s'identifier d'autant plus fortement avec son groupe. Le groupe se forge des critères auxquels chacun se mesure et qu'il applique aussi aux autres. Cette existence du groupe s'extériorise par des prises de position communes, par une fierté à avoir réalisé quelque chose en commun, par une façon commune de s'exprimer.

Le sentiment communautaire rapproche étroitement les membres et leur fait prendre d'autant plus de distance par rapport à ceux qui ne font partie du groupe. Le groupe doit faire reconnaître à son entourage ses objectifs particuliers, ses activités et ses mérites. En outre, il doit faire face à des manifestations de concurrence, de critique et d'hostilité. Ces deux mécanismes sont indispensables

Ce que nous avons déjà noté comme principe de la perception, à savoir que l'ensemble est plus que la somme de ses parties, est valable au sens figuré pour le groupe et ses performances qui, dans des circonstances favorables, peuvent être plus élevées que la somme des rendements isolés des membres. Une plus grande efficacité peut résulter de la conjugaison des forces individuelles, de la compensation d'erreurs et de déficiences, de l'émulation, d'une planification commune et d'une coordination des activités, d'une meilleure réponse à un défi et de l'esprit de corps. Ces aspects seront brièvement expliqués ci-après.

La conjugaison des forces avantage le groupe quand une tâche dépasse la force d'un seul et qu'elle ne peut être accomplie que par un effort commun. Cela va du simple mouvement fait pour soulever une lourde charge jusqu'à la représentation efficace des intérêts du groupe.

Une compensation d'erreurs et de déficiences a lieu quand les faiblesses et les forces de différents membres se complètent et que des erreurs individuelles peuvent être évitées, minimisées ou corrigées par l'activité d'autres membres du groupe.

Dans des circonstances favorables, il arrive qu'un esprit d'émulation naisse dans le groupe. Il incite chacun des membres à déployer plus de dynamisme, à se dépasser dans la poursuite d'un objectif commun.

Pour atteindre leurs objectifs, les groupes élaborent des normes fixées en commun et un plan de travail pour accomplir les différentes tâches, auquel chaque membre se sentira lié par la suite. Un contrôle mutuel s'établit pour veiller à ce que chacun respecte le plan fixé. Le réfractaire peut être menacé de sanctions. Si les normes fixées

favorisent l'objectif commun et si le plan d'action commun est suffisamment bien pesé et réalisable, il est probable que l'objectif sera plus facilement atteint en groupe que par chaque individu pris isolément.

La décision de modifier un comportement se prend plus facilement en commun car le groupe garantit un soutien suffisant pour venir à bout des difficultés d'exécution dans la phase de transition. Les conflits apparaissant après la décision sont en général moins graves puisque la norme du groupe leur fait face. C'est pourquoi les modifications de comportement sont plus rarement abandonnées dans un groupe que par un individu; les groupes prennent plus facilement des risques d'un individu seul.

Les groupes ayant déjà une maturité suffisante, c'est-à-dire ceux qui ont pu dépasser les difficultés de départ telles que la formation du groupe et la répartition des rôles, peuvent donner un sentiment de sécurité à leurs membres; l'appartenance au groupe est perçue comme un élément positif et valable. Les succès obtenus par le groupe jouent également un grand rôle. Ce sentiment d'identification au groupe incite chaque individu à déployer de nouvelles forces qui, alliées aux autres efforts, permettront d'atteindre l'objectif commun.

On ne devrait toutefois pas supposer que ces avantages surviennent automatiquement dans chaque groupe, comme une manne tombant du ciel. Tout dépend, d'une part, des activités du groupe (les effets sont plus sensibles quand, pour des activités complexes, on peut envisager une répartition du travail) et d'autre part de la composition du groupe ainsi que de l'évolution de la dynamique de groupe. Nous avons probablement déjà tous constaté que certains groupes n'arrivent pas à s'organiser et à élaborer

un plan d'action parce que les conflits sont si graves qu'ils paralysent les capacités de travail.

Dans les activités de vulgarisation, il vaut mieux travailler avec des groupes, mais il faut tenir compte de leurs particularités et de leur dynamique propre afin d'instaurer le climat de confiance indispensable au travail de groupe. Il faut surtout éviter les abus de pouvoir et les manipulations. De même, il n'est pas très efficace de concentrer l'action sur les personnes influentes. Il vaut mieux discuter des thèmes du conseil avec l'ensemble du groupe, avec l'assentiment des personnes influentes.

9. STRUCTURES SOCIALES ET INSTITUTIONS

Les institutions qui, par leur pouvoir, réglementent les actes de la société forment les éléments de la structure sociale. C'est grâce à elles qu'il existe dans chaque société un nombre relativement élevé de comportements durables et conformes, prévisibles et fiables.

On appelle un tel type de comportement une norme et les mécanismes qui garantissent le respect de ces normes, des sanctions au service du contrôle social. Les normes peuvent être plus ou moins exactement respectées et chacun s'y conforme plus ou moins. De plus, les normes sociales changent avec les époques. On discernera donc la portée de différentes normes selon:

- les personnes pour lesquelles elles sont valables (les femmes ont d'autres possibilités que les hommes, ce qu'un enfant a le droit de faire n'est pas forcément autorisé à un adolescent, etc.)

- le lieu où elles entrent en vigueur (religieux par rapport à laïc, privé par rapport à public, etc.)
- les situations (jour normal, jour férié, travail, heures de loisir, etc.)
- les alternatives admises (substitution de la viande par du poisson, du mil par du blé, etc.)
- les sanctions appliquées (punition, récompense)
- les divergences tolérées (degré de permissivité).

Le nombre des institutions et leurs caractéristiques varient considérablement d'une société à l'autre. On peut distinguer des institutions sociales, économiques, juridiques, politiques et religieuses. Une société en évolution aménage constamment de nouvelles institutions. C'est un phénomène qui doit être encouragé dans le milieu rural et agricole par la vulgarisation agricole.

10. CULTURE

Le contexte le plus général pour comprendre et expliquer un comportement humain est celui de la culture dont il fait partie. Ce n'est que par la confrontation avec d'autres cultures que l'on peut reconnaître les éléments et les caractéristiques communs à une culture particulière. Normalement, ces caractéristiques vont tellement de soi que nous ne les mettons même pas en question et que nous ne les considérons pas comme quelque chose de particulier. Pour l'exprimer en peu de mots, on peut dire que la culture est l'ensemble de ce qu'une collectivité a appris.

Chaque système culturel développe

- des modes de perception et de pensée,
- des conceptions des rapports de cause à effet,
- des échelles de valeur,
- des règles de comportement envers les êtres humains, les autres organismes et les choses.

La manière de percevoir et de penser qui est déterminée par la culture fixe la façon dont les expériences avec le milieu ambiant sont structurées et ordonnées. Le langage est un élément particulièrement riche d'enseignement parce qu'il procède aussi bien par différenciation (les esquimaux ont par exemple 50 termes différents pour désigner la neige) que par association (rapprocher arbre et ancêtre, ranger les sauteuses parmi les aliments et non parmi les insectes; diviser la réalité en substances et processus - désignés par des substantifs et des verbes - ou encore, comme dans certaines langues indiennes, se dispenser de substantifs et ne s'exprimer que par des verbes).

Les idées sur les rapports de cause à effets sont très différentes selon que l'on prend une conception de l'univers d'un point de vue scientifique ou animiste. La croissance des plantes, pour un Européen, résulte de la fertilité du sol, de la quantité d'eau disponible, de la chaleur et de la lumière, en fonction des propriétés du matériel génétique en présence. Pourtant, les processions champêtres ont encore lieu de nos jours. Pour beaucoup de peuples, il est difficile de rapprocher l'alimentation et la santé, car la santé est un bien qui est donné à l'homme par une puissance divine. Donc, il est inadmissible de

faire un rapport avec la nourriture qui est un élément matériel primaire.

Les échelles de valeur fixent ce qui est bon, mauvais, honorable ou non, souhaitable ou répréhensible. L'individu considère que ses propres valeurs sont évidentes et obligatoires; il peut difficilement les exprimer. L'enfant ressent dès son plus jeune âge, avant même de savoir parler, ce système de valeurs qui lui est transmis par des réactions du comportement. Les valeurs des autres sont inconsciemment considérées comme une menace, elles angoissent et engendrent des mécanismes de défense.

Les règles de comportement déterminent plus ou moins la vie de tous les jours; dans nos rapports avec les êtres humains, il existe des règles de savoir-vivre et de bienséance, des usages plus ou moins consacrés qui règlent aussi bien les conflits que l'ordre social. Avec les animaux et les autres organismes vivants, le comportement peut varier de l'adoration aux mauvais traitements; les plantes pour leur part sont considérées soit comme de la matière animée, soit comme des organismes créateurs. Les comportements envers les choses sont des plus variés, ils vont de la norme industrielle à la légitimité de la substance, de la transformation technologique à la sauvegarde et la conservation de monuments historiques.

Même celui qui n'en a pas encore fait l'expérience pourra peut-être comprendre plus facilement maintenant que les premiers contacts intensifs avec une autre culture provoquent un stress psychique très fort qui est volontiers appelé, à bon escient, "choc culturel".

C'est un défi que ne peut pas relever celui qui est sur la défensive ou qui a des réactions de rejet ou de mé-

pris. L'apprentissage mutuel est rendu, en conséquence, impossible. Des expressions fréquentes d'ethnocentrisme sont par exemple le sentiment de supériorité et le besoin d'assujettir. Pour surmonter une telle attitude,

il faut que l'individu

- 1) prenne au sérieux les valeurs d'autrui
- 2) les replace dans leur contexte
- 3) recherche des éléments communs et des amorces de contact.

Il est absolument en contradiction avec l'esprit de vulgarisation que de vouloir faire du prosélytisme car celui-ci provoque des résistances inutiles et est ressenti comme une agression.

11. COMMUNICATION

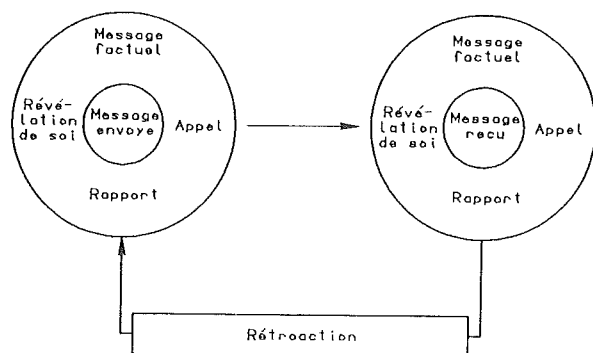
La vulgarisation, mais aussi la formation professionnelle et l'information, ne peuvent avoir lieu que par l'intermédiaire de la communication. C'est pourquoi on ne peut expliquer les démarches d'enseignement, la diffusion des nouveautés ou les modifications sociales qu'en tenant compte des processus de la communication.

Partant d'un modèle de communication personnelle directe on passera à l'analyse de situations de communication impersonnelle caractérisées par l'emploi de moyens techniques. Enfin, on traitera de la nécessité d'aménager des réseaux de communication.

En partant du cas le plus simple, quand deux personnes veulent se dire quelque chose, la → figure 13 nous donne une idée de la complexité du processus. Il montre que chaque information comporte toujours quatre aspects simultanés que l'informateur transmet au destinataire et que seules l'importance et la clarté du message varient de cas en cas. On expliquera tout d'abord brièvement ces quatre aspects de l'information:

Figure 13:

MODELE DE COMMUNICATION PERSONNELLE DIRECTE



(1) Message factuel:

Il est évident qu'une information transmette un message. Les sociétés européennes axées sur la productivité considèrent implicitement que c'est la principale et la seule fonction légitime de la transmission d'informations. Mais cela n'est pas conforme à la réalité et les trois autres aspects sont là pour le prouver.

(2) Révélation de soi:

Chaque message renferme non seulement des informations sur ce qui est transmis mais aussi sur la personne qui communique le message. Par ce terme de révélation de soi nous entendons aussi bien l'impression voulue que le dévoilement non voulu du messager. Cet aspect psychologique est très important, comme d'ailleurs le suivant.

(3) Relation à l'autre:

Le message comporte aussi des informations sur les rapports qui existent entre le destinataire et l'expéditeur. On le remarque au choix des expressions, au ton de voix ou à d'autres signes. Le destinataire est particulièrement attentif à cet aspect de la communication, car on le considère comme un individu, qu'il soit flatté, blessé ou mal traité. Communiquer avec quelqu'un signifie donc toujours avoir des rapports déterminés avec l'interlocuteur.

(4) Appel:

Enfin, on parle rarement pour ne rien dire; la plupart du temps, le message a un but bien déterminé, il cherche à influencer l'interlocuteur, le pousse à agir. L'appel a un effet rétroactif sur les rapports des individus en présence car la façon d'exprimer un appel peut faire que le destinataire se sente soit respecté, soit brusqué.

La communication entre individus est donc caractérisée par le problème fondamental de l'équivoque qui entraîne des erreurs d'interprétation. Comme dans une communication il y

à toujours au moins deux personnes en présence, le problème est double. L'émetteur doit arriver à formuler son message et à l'accompagner par des gestes, des mimiques et le ton de sa voix de façon que le destinataire la reçoive correctement, c'est-à-dire qu'il ait compris l'intention du message. L'informateur code son message que le destinataire s'efforcera de déchiffrer en tenant compte des différents aspects du message (texte, ton, gestes, mimiques), en faisant la part de chacune des quatre dimensions précédemment nommées (contenu, présentation de soi, rapports et appel) et en leur donnant le sens voulu par le message.

La réponse de l'interlocuteur dépend du message transmis (dans la mesure où ce n'est pas un dialogue de sourds!). Elle indique donc si le message envoyé a bien été compris. On nomme cette réponse à un message transmis une rétroaction ou "feed-back". La communication ayant à faire face à toutes les distorsions de la perception (→ chap. III. 5), on ne peut que recommander d'utiliser toutes les possibilités de rétroaction de façon intensive et systématique. Il est particulièrement utile de demander des compléments d'informations et faire reconfrmer les messages reçus, tels que "Qu'est-ce que tu veux dire par là; veux-tu dire que...; est-ce que j'ai bien compris que..." etc. Cette forme de question est déjà presque une sorte de reconfirmation. On peut encore répéter une partie du message transmis de sorte que l'émetteur de l'information peut contrôler si elle a bien été comprise. Il peut ainsi corriger aussitôt les erreurs d'interprétation.

Malheureusement, on ignore souvent que la communication interpersonnelle se déroule sur les quatre rails précédemment nommés, c'est pourquoi on n'en tire pas d'enseignement systématique pour la communication de tous les jours. Et c'est justement dans les situations délicates où il

est important d'être parfaitement compris que chacun des quatre aspects du message doit être clarifié. Mais il est au contraire courant et très général de laisser les aspects importants qui sont la révélation de soi, les rapports et l'appel à la seule expression non verbale qui accompagne la relation de faits. Combien de fois entend-on rappeler, au cours de discussions: "Tenez-vous en aux faits!" Ce qui semble vouloir dire que dans un débat technique seule la relation précise et concrète des faits concourt à un échange d'informations fécond et que les perturbations fréquentes qui proviennent de la subjectivité des personnes impliquées (révélation de soi, rapport, appel) sont simplement refoulées et écartées du processus de communication. En fait, elles continuent d'agir et leurs répercussions clandestines n'en sont que plus virulentes.

Quand nous travaillons avec des personnes d'une autre culture, nous devons prévoir que la communication ne sera pas seulement plus délicate, mais que les éléments du message, révélation de soi, appel et tout particulièrement les rapports jouent un rôle beaucoup plus important.

Le moyen d'arriver à améliorer la communication personnelle est donc d'acquérir des notions de métacommunication. On désigne par ce terme tout entretien au sujet de la communication, par exemple les questions pour savoir si le message a été bien compris et connaître l'impression produite sur l'interlocuteur. Cela exige un sens aigu et entraîné de l'observation pour discerner les troubles éventuels et amorcer les modifications indispensables.

Les conséquences à tirer du modèle théorique en vue d'améliorer la communication interpersonnelle sont les suivantes:

- émettre des messages clairs et précis (en tenant compte des 4 aspects cités plus haut)
- déchiffrer correctement le message (au niveau des 4 aspects)
- employer systématiquement la rétroaction pour élucider les dernières erreurs possibles.

Si, à la place des contacts directs entre individus, la communication a lieu par le truchement de moyens techniques, la situation est différente. Il n'est plus possible alors de pratiquer la rétroaction ni de corriger les erreurs. En échange, le message est diffusé à grande échelle, l'audience est plus grande. Toutefois, les erreurs commises au niveau des quatre aspects de la communication sont moins perceptibles et ont des conséquences plus graves.

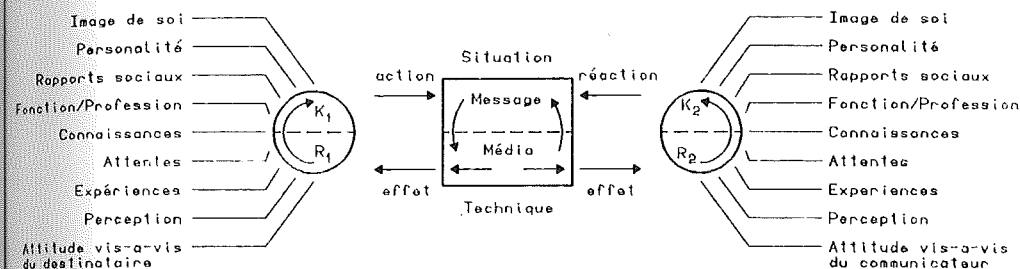
Nous avons représenté sur la → figure 14 un modèle complet de communication qui comporte aussi l'information par des moyens techniques. Selon les termes employés dans la communication de masse, l'individu qui transmet le message est nommé émetteur, celui qui le reçoit récepteur. Dans la mesure où la communication peut être réciproque, les deux partenaires peuvent être à la fois émetteur et récepteur. En dehors des intentions de l'émetteur et des attentes du récepteur, il n'y a que les contraintes particulières au média adopté qui limitent la présentation du message.

Même lorsque l'émetteur n'est pas présent, le récepteur établit un rapport avec lui; il se fait une image de lui, juge la personne dissimulée derrière le média et le message et évalue sur cette base l'information transmise

(exemple Togo, image du vulgarisateur). Une information est souvent acceptée ou refusée selon que l'émetteur est apprécié ou déconsidéré. En général, la crédibilité du communicateur n'est pas fixée à l'avance, l'image de l'organisation à laquelle il appartient n'est pas entièrement reportée sur lui, c'est davantage au cours du processus de la communication que le vulgarisateur est définitivement jugé. Ainsi, même si l'organisation de vulgarisation n'a pas une très bonne réputation, le vulgarisateur peut pour sa part être apprécié de ses interlocuteurs s'ils constatent qu'il est motivé, compétent et réellement disposé à apporter son aide.

Figure 14:

FACTEURS INFLUENCANT LE PROCESSUS DE LA COMMUNICATION



$K_1/R_1; K_2/R_2$: Communicateur et destinataire en même personne

On considère donc qu'une stratégie de la communication est bonne quand elle sait tirer profit à la fois des avan-

tages de la communication entre individus et de ceux de la communication par l'intermédiaire de médias. On y arrivera par l'aménagement, la promotion et l'emploi des réseaux de communication.

On entend par ce terme un ensemble de canaux de communication qui s'entrecroisent pour assurer à chaque membre du groupe-cible la réception réitérée du message à diffuser aussi bien par l'intermédiaire de contacts personnels que de médias techniques. Un tel système exige l'emploi des structures de communication en place, la diffusion du message au moyen de multiplicateurs et de personnes influentes et une transmission du message par des médias adaptés à l'information et qui atteignent effectivement les groupes-cible.

Toute information impersonnelle devrait avoir pour but final celui d'inciter à la discussion. Le message doit faire parler de lui, ce qui garantit la rétroaction (on peut constater ce qui a été dit, comment cela a été jugé et retransmis) et accélère d'autre part la diffusion des informations. Une caractéristique de la stratégie des réseaux d'informations est que de nouveaux problèmes et de nouvelles questions surgissent au cours du processus de communication. C'est un stimulant pour demander un complément d'informations, s'assurer d'avoir bien compris le message. Sachant quels sont les lieux et les situations propices à la communication interpersonnelle (dans les cafés en milieu arabe et turc, sous l'arbre d'ombrage en Afrique, sur les marchés dans de nombreuses régions d'Asie, etc.), on doit veiller qu'à ces endroits il y ait des personnes disponibles pour répondre aux questions des intéressés et pour donner des compléments d'information.

Par la transmission d'une information on peut en général

faire connaître une innovation, mais on n'arrivera pas à la faire adopter ni à la diffuser. Pour en arriver là, on mettra en oeuvre d'autres moyens tels que la démonstration, l'enseignement pratique ou la vulgarisation individuelle. On pourra ainsi arriver à l'objectif ultime de la communication, la modification du comportement alliée à l'adoption de l'innovation.

Le schéma ci-dessous fait mieux comprendre le processus:

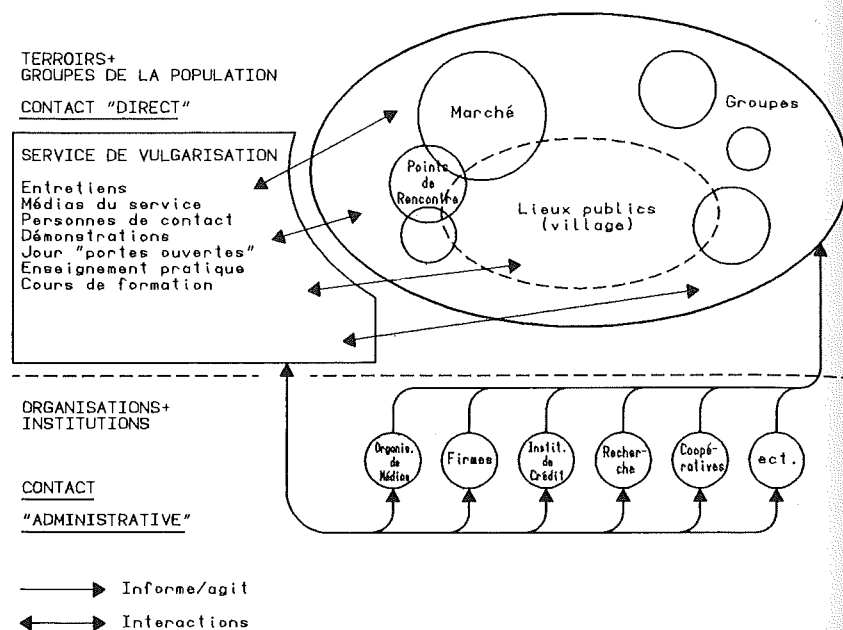
ce qui est dit	peut ne pas être	entendu
	entendu	compris
	compris	accepté
	accepté	appliqué
	appliqué	conservé
	conservé	apprécié

Une illustration du réseau communicatif dans la perspective de la vulgarisation est donnée à la → figure 15. Une stratégie systématique à plusieurs niveaux et plusieurs réseaux pourrait par exemple comporter les actions suivantes:

- faire connaître une opération au moyen d'un programme de radio rurale,
- donner des informations plus détaillées dans une vulgarisation de groupe,
- faire connaître les résultats obtenus par un village au moyen d'un stand d'informations installé dans diverses localités, les jours de marché, et
- répondre aux questions posées par les personnes intéressées.

Figure 15:

RESEAU DE COMMUNICATIONS DANS LE CONTEXTE DE LA VULGARISATION



Pour s'assurer le soutien des personnes influentes et des institutions compétentes, on mènera des entretiens particuliers avec les commerçants, les coopératives, les entreprises, etc. et on leur fournira du matériel didactique de vulgarisation (textes, images et maquettes).

On a constaté, à l'inverse, qu'en se concentrant sur un seul canal d'information ou sur un seul média, par exemple les affiches, on essayait en général des échecs. L'impact n'est pas suffisant pour qu'une conversation se noue, pour qu'il y ait un effet de multiplication et que les intéressés demandent un complément d'information. Il vaut mieux savoir

où se regroupent les femmes, où se rencontrent les hommes et où les jeunes du village se réunissent pour pouvoir se servir de ces groupes et de ces lieux de rencontre dans les activités de vulgarisation.

Une démarche bien réfléchie peut faire échec à la pénurie de vulgarisateurs si souvent mentionnée, à condition que ces vulgarisateurs aient quelque chose à transmettre, soient en mesure de le communiquer sur plusieurs plans et puissent évaluer et transposer les questions et suggestions recueillies.

12. LA STRUCTURATION DE PROCESSUS D'APPRENTISSAGE

La modification du comportement et la résolution des problèmes impliquent des processus d'apprentissage qui seraient très lents et peu efficaces si chacun était obligé de faire par lui-même les expériences nécessaires. C'est pourquoi toutes les civilisations ont développé des systèmes d'enseignement qui transmettent de façon systématique les connaissances et les expériences acquises. C'est cette faculté qui à l'homme de survivre. Elle permet à chaque individu de s'adapter son milieu, c'est-à-dire aux modifications de son environnement et de ses semblables.

pour structurer et faciliter le processus d'apprentissage, il faut:

- promouvoir des situations d'enseignement favorables, c'est-à-dire un rapport entre l'élève et les matières enseignées par l'intermédiaire d'une personne et d'une démarche.
- motiver les élèves et éveiller leur intérêt. Cela implique que l'enseignés comprennent l'importance que

joue l'enseignement dans leur cas, qu'ils acceptent l'objectif de l'instruction et que les matières enseignées éveillent leur curiosité et s'insèrent fructueusement dans leur bagage d'expériences et leur mode de pensée.

- contrôler le déroulement de l'enseignement de façon qu'il soit basé sur le problème à résoudre, structuré et subdivisé, qu'il comporte des explications et des démonstrations et qu'il alterne des phases réceptives avec des phases d'application et de participation active.
- donner la possibilité de mettre en pratique ce qui a été enseigné et stimuler son application à de nouvelles situations.
- contrôler les résultats et matérialiser le succès pour les enseignés.

Les principes valables pour la mise en forme de textes écrits le sont aussi pour la structure de l'enseignement. D'un cours, on doit exiger un plan et de la gradation, de la simplicité et de la clarté, de la brièveté et de la concision, de l'évidence et de la stimulation.

Le plan et la gradation permettent d'ordonner de façon logique la matière à enseigner, de séparer plus facilement ce qui est primordial de ce qui ne l'est pas et de regrouper ce qui va ensemble. Si l'enseignant connaît mal la culture du pays où il exerce, il y aura des malentendus et des blocages. En Indonésie, par exemple, le riz a plusieurs noms selon son stade de croissance. En Iran, il

y a 5 facteurs de production: l'eau, la traction, la terre, le travail humain et le capital.

L'enseignant doit donc tenir compte de ces particularités, de même qu'il emploiera les termes en usage (par exemple qualifier l'engrais selon la période culturale: la fumure de couverture se transforme en "engrais de printemps").

La simplicité et la clarté s'obtiennent en réduisant le sujet à l'essentiel et en décomposant les matières techniques plus complexes en plusieurs éléments. Des images sont souvent plus faciles à comprendre qu'un long discours. Mais là encore, il faudra tenir compte de l'avis des enseignés. Ce qui est simple pour le vulgarisateur, comme par exemple un tableau ou un croquis schématique, peut être difficile à comprendre pour des individus qui n'ont pas la même façon de penser. L'enseignement gagnera en clarté si on utilise des exemples provenant de l'environnement et du système de pensée de l'élève.

La brièveté et la concision facilitent l'enregistrement et la mémorisation du message, surtout quand on les applique en liaison avec le plan et la gradation. On peut par exemple retenir assez bien un groupe de 5 et même de 7 termes génériques auxquels peuvent se rattacher respectivement entre 5 et 7 éléments. Un message est concis quand sa signification est pertinente et facile à retenir. Ces deux termes de brièveté et de concision n'excluent toutefois pas approfondissements et répétitions qui sont également très importants pour l'enseignement. Des sujets exprimés de façon brève et précise peuvent être par la suite développés de façon plus détaillée par la mémoire.

Le premier temps est donc la représentation brève et concise, suivie d'un deuxième temps qui consiste à expliquer

en détail avant de conclure par une répétition brève et concise de l'ensemble.

L'observation et autres stimulations sont pour ainsi dire le sel de l'enseignement. Pour avoir plaisir à apprendre quelque chose, il ne faut pas devoir se concentrer sans arrêt. Des distractions et des éléments récréatifs servent à la fois à reposer l'esprit et à stimuler l'intérêt de l'enseigné. De même, on peut faire participer les élèves à l'enseignement. Des chants, des saynètes, des pièces de théâtre, des démonstrations et des exercices pratiques permettent en général de stimuler le processus d'apprentissage.

13. ORGANISATION ET GESTION

La vulgarisation telle qu'envisagée ici est mise en oeuvre dans le cadre d'organisations. C'est pourquoi un vulgarisateur ne peut pas séparer de son travail de vulgarisation les problèmes de l'organisation et de la gestion.

Les organisations sont des structures sociales qui ont des effectifs déterminés et une répartition interne des rôles. Leur finalité majeure est celle de fournir des services à l'extérieur. Ces organisations sont, du moins en intention, structurées de façon rationnelle.

Comme les collaborateurs d'une organisation s'engagent uniquement sur une base contractuelle (en général un contrat de travail), il faut s'attendre à ce qu'ils poursuivent parallèlement des intérêts personnels. Leurs activités au service de l'organisation ne sont donc qu'un compromis entre l'objectif de l'institution et leurs intérêts privés. C'est le dilemme de toute organisation

que de trouver un juste milieu entre le rendement au travail et la satisfaction des collaborateurs.

En théorie, une organisation remplit parfaitement ses fonctions quand:

- les objectifs sont connus
- les rapports entre finalité et moyens, autrement dit les méthodes adéquates pour atteindre le but sont connues
- les méthodes sont bien maîtrisées et parfaitement coordonnées
- les membres de l'organisation s'appliquent entièrement à poursuivre les buts de l'organisation par les méthodes retenues
- aucune perturbation ne se produit dans l'environnement de l'organisation.

Et c'est justement parce qu'il est difficile de trouver toutes ces conditions réunies que c'est tout un art d'organiser et de diriger.

L'expression anglaise "You can't hire a hand" (vous ne pouvez pas louer une seule main) dit très justement qu'on engage un individu dans sa totalité et non pas uniquement certaines de ses fonctions. Même s'ils font partie d'une organisation, les individus restent membres d'autres groupes, ils conservent leurs vues personnelles, leurs besoins et leurs objectifs. Souvent, la situation dans laquelle ils se trouvent dans leur travail ne se recoupe pas avec les besoins et les idées qu'ils se font de leur vie. Il en résulte du mécontentement qui handicape la bonne réalisation des objectifs.

Le problème de tout dirigeant est d'arriver à harmoniser les besoins personnels des membres de l'organisation avec les objectifs de l'organisation elle-même de manière à réaliser, en commun, les buts fixés. Les diverses solutions déjà proposées pour résoudre ce dilemme mettent chacune un accent différent sur le comportement de l'individu au travail. En définitive, c'est la conception que l'on a de l'homme qui détermine le style de gestion.

Pour souligner cette constatation, on a mis en parallèle deux modèles contraires, la théorie X et la théorie Y.

La "théorie X" prétend que

- . la majorité des individus répugnent à travailler,
- . la plupart des individus préfèrent se laisser mener, ils n'acceptent que de mauvaise grâce des responsabilités et ont peu d'ambition
- . la plupart des individus ne sont guère capables de résoudre les problèmes d'organisation
- . la rémunération est le seul motif de travail
- . la plupart des individus doivent être soumis à un contrôle strict pour que les buts de l'organisation soient remplis.

En conséquence, une organisation est efficace quand

- . l'autorité est hiérarchisée avec des supérieurs et des subordonnés

- . la supervision est stricte et la marge de manoeuvre faible,
- . l'individu est considéré sans son contexte social
- . et seules ses particularités physiologiques sont prises en compte dans l'organisation du travail,
- . le travail peut être conçu comme une routine.

La "théorie Y" suppose par contre que

- . le travail est aussi naturel que le jeu quand les conditions sont favorables,
- . l'auto-contrôle est indispensable pour pouvoir remplir les buts de l'organisation,
- . un auto-contrôle qui concorde avec les objectifs de l'organisation dépend de stimulations diverses satisfaisant la gamme de besoins personnels, sociaux et économiques de l'individu,
- . de nombreux individus sont capables de résoudre d'eux-mêmes des problèmes d'organisation et d'être responsables,
- . cette créativité est trop souvent inemployée.

En conséquence, une organisation est efficace quand

- . la responsabilité se nourrit de sources formelles et informelles et quand elle passe à travers toute l'organisation: de haut en bas, de bas en haut et latéralement,

- . la supervision est souple, accordant une grande marge de manoeuvre,
- . l'individu peut se comporter en accord avec sa constitution sociale, psychologique et physiologique, c'est-à-dire que dans son travail il est accepté comme un homme à part entière,
- . la tâche accordée à chacun est importante et variée, elle exige une certaine adresse et un bon jugement.

Pour résumer, on peut dire que la théorie X préconise le contrôle alors que la théorie Y s'oriente sur la motivation des individus.

On peut avoir une grande influence sur l'emploi du temps et le climat de travail par l'intermédiaire des conditions de travail. Savoir diriger signifie donc en priorité savoir organiser et créer de bonnes conditions de travail. Les principaux moyens à mettre en oeuvre sont les méthodes de détermination des objectifs, la planification, la décision, la réalisation, la délégation des opérations, la responsabilité et les compétences, le contrôle et la communication, de même que la motivation des collaborateurs.

Celui qui travaille avec ou dans des organisations de développement a souvent affaire à la pesanteur de systèmes administratifs qui ont vu le jour pendant la période coloniale et fonctionnent traditionnellement selon le modèle de la "théorie X". Dans ce cas, les recettes-miracle n'existent pas, mais il est certain qu'en s'efforçant de comprendre les causes et le comportement du partenaire on contribuera à améliorer la situation.

Les organisations formelles fonctionnant selon la théorie X

provoquent parfois chez les individus et les partenaires de milieux informels un léger choc culturel. Dans un village, un travail communautaire tel que la moisson n'a pas pour but unique d'engranger la récolte. Les villageois mieux mettre en valeur son habileté et son expérience. Les travailleurs s'accompagnent de musique, de danses, font des plaisanteries, prennent leurs repas en commun et exaltent ainsi l'événement au-delà de son caractère purement utilitaire.

Un travailleur agricole engagé par une organisation formelle pour participer à une moisson dans un groupe de travail fait en général une expérience déroutante; il constate que les contrôleurs ne s'intéressent qu'au rendement, qu'ils interdisent toute manifestation du comportement qui ne concorde pas avec ce but, que l'unique motivation au travail est la rémunération individuelle, basée sur le rendement.

Nous avons signalé tout au long du Manuel que pour encourager efficacement un auto-développement, il ne faut pas vouloir exécuter à tout prix des objectifs programmés. Par ailleurs, faire appel aux ressources et aux énergies disponibles sur place correspond davantage à la signification de la vulgarisation.

Cette coopération exige un apprentissage réciproque. Normalement, les organisations formelles ont tendance à attribuer à chaque objectif des budgets spécifiques répartis entre les différents services. Les pauvres ou les groupes d'auto-organisation par contre sont obligés de poursuivre plusieurs objectifs à la fois en multipliant les retombées de leurs activités ou ressources limitées.

Pour les organisations formelles, cette façon d'agir est considérée comme de l'improvisation, du népotisme, voire de la corruption qu'il s'agit de combattre. Mais d'un autre côté, les représentants de ces institutions se plaignent de manquer de personnel et de matériel pour accomplir leurs tâches. Ils condamnent leurs subordonnés à n'exécuter qu'une seule fonction mais ils encouragent rarement la créativité dans les situations imprévues. Le rendement se ressent de ce que les supérieurs ne pensent qu'en termes de rentabilité, se méfient de leurs collaborateurs et les soumettent à des contrôles tâtilons.

Le chapitre VIII se consacrera à l'application des principes généraux de l'organisation et de la gestion aux problèmes spécifiques de la vulgarisation agricole dans les pays en développement.

On a indiqué à plusieurs endroits du Manuel comment on peut concevoir l'usage multiple de ressources limitées, entre autres en ce qui concerne

- l'emploi des médias (→ chap. V. 5.3)
- les véhicules de service et les déplacements de service (→ chap. VII. 5.3)
- l'envoi d'experts en mission de courte durée (→ chap. VI. 1.1)
- les mesures de formation professionnelle (→ chap. IX)

14. LA DIFFUSION DES INNOVATIONS

Ce dernier chapitre théorique sera plus directement orienté sur des applications pratiques. Nous considérerons l'intro-

duction et la diffusion de nouveautés, problème central de la vulgarisation agricole, pour chercher à en dégager les régularités et à expliquer celles-ci à l'aide des concepts théoriques précédemment introduits (→ chap. III 14.1-5).

Nous chercherons enfin à en tirer des conclusions utilisables au cours du travail de vulgarisation (→ chap. III. 14.6).

Les nouveautés, nommées aussi innovations, qui nous intéressent dans ce cadre, peuvent aussi bien porter sur de nouveaux produits et appareils que sur des procédés de production ou de nouvelles idées. Dans la perspective de la vulgarisation, notre intérêt se concentre particulièrement sur les nouveautés qui permettent de trouver de meilleures solutions aux problèmes posés. En réalité, le terme de modification serait plus exact, mais il n'est pas couramment employé. C'est pourquoi nous insistons sur le fait qu'une "nouauté" n'est pas nécessairement quelque chose de nouveau et qu'elle n'est pas forcément meilleure que ce qui est pratiqué.

Si, par exemple, la culture "organique" ou "biologique" trouve un regain d'actualité de nos jours, et qu'elle représente pour de nombreux agriculteurs une nouveauté radicale, on ne peut ignorer que cette méthode était la seule qui ait existé jusqu'il y a peu de temps, dans l'histoire de l'agriculture vieille de plus de 5 millénaires.

On ne devrait pas en plus avoir tendance à considérer que ce qui est nouveau est obligatoirement bon et ce qui est vieux, mauvais. La vulgarisation qui encourage les nouveautés n'a pas mission de le faire les yeux fermés. Les nouveautés sont des changements par rapport à ce qui prévaut actuellement et elles sont considérées dans la situation envisagée, aussi bien par le vulgarisateur que par l'in-

téressé, comme la meilleure façon de résoudre ses problèmes.

L'individu qui met le premier une nouveauté en pratique dans un système social est nommé innovateur. Sa prise de décision et la modification de son comportement avec toutes ses implications sont désignées par le terme d'adoption. Quand d'autres membres du même système social adoptent aussi cette innovation, on parle d'un processus de diffusion.

Les recherches sur l'adoption et la diffusion ont commencé dans les années 20, patronnées par le Service américain de la diffusion agricole "Agricultural Extension Service" qui voulait contrôler l'efficacité de ses activités. Parce qu'il était difficile de vérifier si l'objectif principal du service, qui était la transmission de connaissances, de comportements et d'aptitudes en vue d'améliorer la situation des populations rurales, avait bien été exécuté, on mesurait son efficacité au nombre d'agriculteurs qui avaient adopté ses propositions.

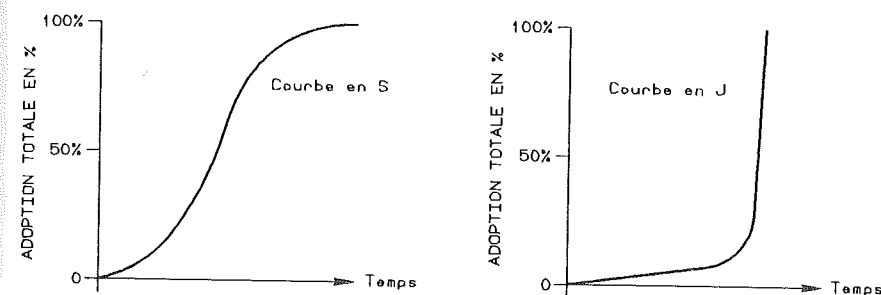
Bien que les innovations jouent un rôle important dans tous les domaines de la société, ce sont les agro-sociologues qui sont restés à la tête de ce courant de recherches, suivis de près par les géographes. On dispose à l'heure actuelle de milliers de rapports qui abordent le sujet de manière différente et qui, inévitablement, propose des résultats en partie très différents, voire contradictoires. Après maintes erreurs et confusions, c'est semble-t-il la méthode dite d'observation en fonction de la situation qui prend lentement pied. Nous partons de cette méthode, car elle découle tout naturellement de l'application des principes fondamentaux énoncés dans ce Manuel.

Quelles sont les régularités observables?

Dans les cas où des nouveautés s'imposent dans un système social, il existe une courbe typique de la diffusion. Au début, le pourcentage d'adoption est faible, puis le mouvement s'accélère pour finalement ralentir de nouveau. Si l'on représente cette courbe sur un graphique (→ figure 16), on obtient dans la plupart des cas une courbe en S. Parfois, l'adoption initiale peut être si hésitante que ce n'est que dans la phase finale qu'elle s'accélère, on obtient alors une courbe en forme de J.

Figure 16:

DEUX FORMES DE COURBE POUR LA DIFFUSION DES NOUVEAUTES



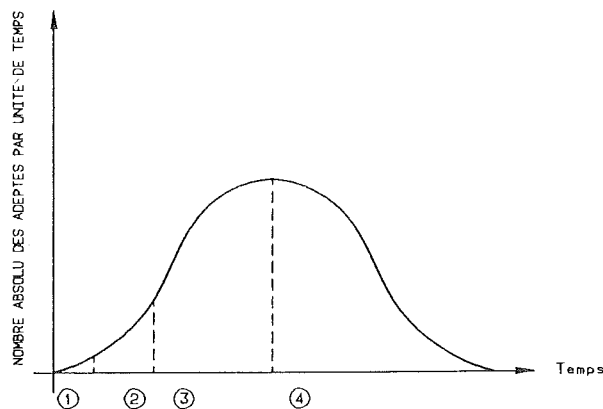
Si l'on ne considère pas le pourcentage total des adoptions mais le nombre absolu des individus ayant adopté la nouveauté dans une période donnée, on obtient en général une courbe en forme de cloche ou de vague, comme indiqué à la → figure 16.

On peut de plus constater dans la plupart des cas que l'innovateur n'a pas la tâche facile. Outre le risque que comporte la nouveauté, il doit faire face à la désapprobation des individus de son système social. Le renversement de la situation et des opinions se produit toutefois par la suite et, après que quelques pionniers ont adopté le procédé, la diffusion prend son essor et se développe d'elle-même, sans mesures supplémentaires de vulgarisation ou de promotion, à travers tout le système social.

En partant de ces observations, on peut diviser le phénomène de la diffusion en quatre phases particulières, comme indiqué sur la → figure 17, pour expliquer le processus.

Figure 17:

LES PHASES DU PROCESSUS DE LA DIFFUSION



- 1 L'innovateur comme trouble-fête
- 2 La phase critique (échec ou poursuite)
- 3 Le processus se développe de lui-même
- 4 La courbe retombe

14.1 L'INNOVATEUR COMME TROUBLE-FÊTE

La diffusion de nouveautés ne se produit pas comme réaction logique à des informations nouvelles. Il faut tout d'abord que quelqu'un ait un problème à résoudre. Si la solution envisagée exige un nouveau comportement, l'innovateur potentiel se trouve confronté au fait que la nouveauté qu'il considère susceptible de résoudre son problème n'a pas encore été mise à l'essai dans sa région. Il peut difficilement évaluer la dépense de travail supplémentaire, de même qu'il ignore encore s'il va obtenir le résultat souhaité. Bref, l'innovateur prend des risques aussi bien économiquement (peines et dépenses perdues) que socialement (aux pertes s'ajoutera le ridicule). En général, seules les personnes aisées et d'un milieu social élevé tentent l'expérience. Elles ne se jettent pas non plus la tête la première dans l'aventure mais essaient de minimiser leurs risques en se renseignant soigneusement et en procédant par étapes.

C'est la raison pour laquelle les innovateurs ont en général une période probatoire plus longue que les autres adoptants de l'innovation. Si les activités de l'innovateur peuvent être observées par son entourage, il remplira le rôle d'expérimentateur local.

L'action de l'innovateur inquiète son voisinage, elle provoque une tension psychique qui doit se libérer. Implicitement, le non-conformisme de l'innovateur qualifie de démodées, arriérées, voire inadaptées les méthodes des autres. Il est donc beaucoup plus facile de rejeter le fait en bloc, de désapprouver à la fois l'innovateur et la nouveauté que d'analyser le phénomène.

Les innovateurs ressentent souvent très profondément la désapprobation des autres. Mais ils ne peuvent plus reculer. En abandonnant, ils commettraient justement le faux-

pas que les autres attendent. Et ils n'auraient pas pour autant résolu leurs problèmes. L'innovateur cherche alors des contacts à l'extérieur, il se tourne vers ses connaissances susceptibles de l'encourager et capables d'examiner avec lui ses difficultés techniques. Souvent, il peut aussi rencontrer des innovateurs dans le voisinage, plus avancés que lui.

14.2 LA PHASE CRITIQUE

Tous les voisins n'ont pas la même attitude de désapprobation. Certains se trouvent souvent dans une situation semblable à celle de l'innovateur, soit parce qu'ils ont le même problème à résoudre, soit parce qu'ils considèrent faire partie de la même couche sociale et veulent participer à tout nouveau progrès.

Plus leur situation se rapproche de celle de l'innovateur, plus ils s'intéressent à son comportement et au succès de son entreprise. Certes, il se peut qu'il n'y ait pas de contacts directs entre eux, ne serait-ce que pour éviter les critiques, mais on commence à observer, à s'informer au cours de conversations fortuites ou dans un autre village auprès d'autres agriculteurs ou du service de vulgarisation.

Si la nouveauté s'avère probante et satisfait les attentes de l'innovateur, cela réduit les risques d'échec pour les autres et certains se laissent tenter par l'expérience. Quand plusieurs agriculteurs ont adopté les nouvelles pratiques, les autres peuvent plus facilement se renseigner et ils se comparent plus volontiers avec les adeptes de la deuxième heure, car ce sont souvent des personnes influentes qui donnent plus ou moins le ton dans le système social.

A ce moment, la tension s'est réduite au point qu'il est impossible de refuser en bloc l'innovateur et son expérience car celle-ci a acquis un attrait incontestable et les risques se sont considérablement minimisés. C'est l'instant où chacun parle ouvertement de l'expérience et s'y intéresse.

On considère que cette phase est critique parce que c'est précisément à ce moment que se décide si la pratique va se diffuser ou si elle reste au stade embryonnaire. Les quelques données statistiques connues indiquent que le processus se développe de lui-même sans opérations ultérieures de promotion ou de vulgarisation quand entre 10 et 20% des intéressés ont adopté la nouveauté.

14.3 LA TRANSITION VERS UN PROCESSUS SPONTANÉ

Alors que l'adoption par les premiers intéressés prouve que l'innovation exerce un certain attrait et que les risques d'échec diminuent, l'adoption par des personnes influentes apporte un nouveau souffle à l'expérience. C'est l'étape où l'innovation est en passe d'être légitimée. Ce qui n'était encore qu'une attitude marginale chez l'innovateur devient une norme nouvelle, destinée à devenir dominante. Elle renforce le reste des agriculteurs dans leur intention de participer à cette évolution. Le processus de la diffusion développe lui-même les forces lui permettant de survivre; une vague d'adoptions va suivre. La tension menant à la modification du comportement consiste à ce stade à refouler les forces négatives qui surgiraient en n'adoptant pas l'attitude générale.

Toutefois, le danger existe que la nouveauté soit adoptée de moins en moins souvent en connaissance de cause. On ne vérifie pas suffisamment si l'innovation est réellement

adaptable à la situation personnelle. Ainsi, le danger des adoptions par erreur augmente. Les différences économiques s'aggravent. Les éléments déjà plus défavorisés du système se laissent entraîner dans de mauvais investissements et ne peuvent plus faire face à la concurrence locale.

14.4 LA COURBE RETOMBE

Lorsque la nouveauté s'est transformée en une norme acceptée par tous, on s'attendrait à ce que la diffusion prenne un départ en flèche et qu'elle ne retombe que lorsque tous les membres du système social auraient adopté la nouveauté. Il n'en est pas ainsi et l'on se demande pourquoi le pourcentage d'adoption baisse, lentement d'abord puis plus rapidement après avoir atteint un certain point culminant.

Un tel phénomène ne s'explique que si la nouveauté ne peut pas s'adapter à chacun des intéressés et qu'elle n'apporte pas des avantages à tous. De même que l'innovateur avait au début de l'expérience la plus grande affinité psychique par rapport à la nouveauté et qu'il a ainsi provoqué les premières adoptions du système, de même il existe des personnes dont les forces d'inhibition sont plus importantes que les forces d'impulsion. On peut donc supposer qu'en classant tous les adoptants potentiels, avant le processus de diffusion, d'après la composition de leurs forces psychiques, on obtiendrait une répartition relativement normale qui correspondrait à la courbe en forme de cloche du processus de diffusion.

Tout au long du mouvement ascendant de la courbe, des forces d'impulsion nouvelles continuent de naître, engendrées par le processus de diffusion, et elles modifient l'équilibre des forces chez les intéressés encore

hésitants. Au paroxysme de la courbe, le processus de diffusion n'arrive plus à engendrer de nouvelles forces d'impulsion. La retombée de la courbe s'explique par le fait que les adoptants tardifs ont vu disparaître certaines de leurs forces d'inhibition au cours d'un changement fortuit de leur situation.

Voici des exemples pour comprendre ce phénomène: Les capitaux nécessaires pour adopter l'innovation ont pu être économisés en un temps donné, le crédit a été remboursé et on peut en prendre un nouveau, la ferme passe à l'héritier qui se réserve le droit d'adopter ou non l'innovation (voir à ce sujet → l'exemple Brésil).

14.5 L'INTERPRETATION EN FONCTION DE LA SITUATION

Cette explication théorique du comportement en fonction de la situation ne doit pas faire oublier qu'un déroulement idéal du processus de diffusion n'est pas la règle. Qu'une nouveauté soit acceptée par tout un système social est bien un cas particulier. Il arrive probablement plus souvent que des innovations ne soient adoptées que par un petit nombre et ne se propagent pas (voir dans l'exemple Sri Lanka). Parfois, la nouveauté n'est diffusée que dans une partie du système social ou dans certains sous-groupes dans des processus de diffusion séparés et de profils distincts. Il est aussi possible que la courbe de diffusion tombe brutalement, quand par exemple un prédateur inconnu jusqu'alors fait son apparition ou qu'un procédé amélioré est découvert alors que le précédent n'est pas encore bien établi. La diffusion s'avère particulièrement difficile quand ce n'est pas la bonne personne qui sert d'innovateur (voir là encore l'exemple du Sri Lanka), ou que la nouveauté transgresse des normes existantes.

Enfin, la manière et la rapidité de la diffusion dépendent de nombreux facteurs interactifs. Citons par exemple les caractéristiques de la nouveautés, les particularités des adoptants et leur situation, l'action des sources d'informations, la structure des communications, le déroulement d'expériences préalables et leur impact sur la disposition psychique des adoptants potentiels.

Bien que l'évolution de la diffusion de nouveautés soit semblable dans bien des cas, il faut se garder d'imiter les expériences faites dans un cas précis et de les schématiser pour les appliquer à d'autres projets de vulgarisation. La diffusion de nouveautés dépend des conditions particulières à chaque situation. Le même facteur peut dans des circonstances différentes avoir une toute autre importance et efficacité. Il faut donc que le vulgarisateur analyse très précisément la situation donnée afin de déceler les facteurs susceptibles de faire modifier le comportement du groupe-cible. C'est ce que nous entendons par "interprétation en fonction de la situation".

Souvenons-nous des quatre exemples qui ont précédé les concepts théoriques. Malgré de bonnes conditions préalables, la diffusion n'a pas été possible parce que

- le contact social manquait entre les vulgarisateurs et le groupe-cible (→ exemple 1: Togo)
- l'innovateur n'était pas "le bon" (→ exemple 2: Sri Lanka)
- le système social n'avait pas apporté son soutien (→ exemple 3: Brésil)
- on ne voyait pas de résultats positifs au début (→ exemple 4: Iran)

Ces exemples renferment déjà indirectement des indications sur la manière de procéder pour les méthodes de vulgarisation. Avant d'aborder ces méthodes, on étudiera les principales caractéristiques des nouveautés susceptibles d'influencer le déroulement et la rapidité de la diffusion ainsi que les problèmes fréquents auxquels sont confrontées les organisations de développement (→ tableaux 1 et 2)

Tableau 1:

Principales caractéristiques des innovations susceptibles d'influencer le déroulement et la rapidité de la diffusion

compréhensibilité	argumentation, mode de fonctionnement, variabilité des mesures requises
complexité	nombre des étapes, modifications, prévision des conséquences
divisibilité	essais à petite échelle, procéder par étapes successives; adoption partielle
risques	stabilité du rendement, travail quantifiable, incidences en cas d'échec
transparence	par exemple auprès de collègues ou dans des exploitations-pilote concernant les différentes étapes et les résultats
conformité aux motivations	avantages objectifs = besoins subjectifs
conformité aux normes	compatibilité avec les valeurs en vigueur, les normes sociales et les prescriptions
travail	exigences ergonomiques, de pratique et d'accoutumance physique et psychique (modification des habitudes)
coûts	directs, indirects, coûts cachés ou induits
rendement	monétaire, physique, qualitatif; sa mesurabilité
possibilité de voir les succès	comment et quand? laps de temps entre les démarches et les résultats
possibilité de voir les échecs	comment et quand? attribution des causes

Tableau 2:

Problèmes fréquents apparaissant au cours du processus de la diffusion d'innovations

rapport	p. ex. communication sélective, désapprobation de l'innovateur
observabilité	y compris perception sélective
conformité aux motivations	situation différente, besoins différents
conformité à la manière de penser	p. ex. concrète, abstraite
prédispositions	expériences précédentes, sensibilisation personnelle
risques	réserves, garanties de bonne fin, solidarité
comparabilité	situation vécue différemment, aptitudes et possibilités jugées différemment
conformités aux normes	respect des normes en vigueur, légales et sociales telles que bienséance, moeurs, morale, tabous, etc.
effets non prévus	p. ex. adoptions par manque de réflexion ou par erreur, modifications du tissu social

14.6. CONCLUSIONS POUR LA METHODE DE VULGARISATION

On tirera ci-dessous quelques conclusions à partir des concepts théoriques présentés jusqu'ici.

Pour toute action de vulgarisation, il faut respecter le principe fondamental général suivant: se mettre à la place du vulgarisé et tenir compte du contexte social.

Pour y arriver, il faut découvrir les forces d'inhibition et les forces d'impulsion qui constellent le champ d'action

du vulgarisé et comprendre son problème dans sa perspective personnelle et selon son propre raisonnement. Ce n'est qu'après ce premier pas que l'on recherchera les moyens de lui venir en aide, que l'on présentera des arguments et des explications pour résoudre son problème. La vulgarisation n'étant qu'un des éléments de la vie sociale, il faudra tenir compte de la réaction et de l'influence de l'environnement du vulgarisé dans sa recherche de solution à ses problèmes.

Lorsque les innovations peuvent améliorer la situation de groupes-cible importants, la vulgarisation peut faire "tache d'huile" si elle réussit à déclencher un processus de diffusion spontanée. Dans ce cas, il faut rechercher des innovateurs pour lesquels la solution proposée apporte une aide particulièrement sensible et qui sont en mesure d'appliquer la méthode bien qu'ayant de nombreux points communs avec les autres individus du même groupe-cible. On leur donnera des conseils techniques pour que les résultats visibles soient positifs. Si les premiers adoptants sont rejetés par leur milieu social, ils auront également besoin d'être encouragés par le service de vulgarisation qui les aidera à contacter d'autres innovateurs avec des problèmes semblables vivant à des distances abordables.

Les résultats positifs obtenus seront présentés de façon spectaculaire aux autres membres du groupe social. On évitera de mettre trop en avant le rôle des premiers adoptants pour parer à une nouvelle réaction de refus.

Lorsque l'étape de la diffusion spontanée est atteinte, la vulgarisation doit se charger d'une nouvelle mission. Elle veillera à faire éviter les adoptions à tort car l'expérience montre que les individus qui adoptent une

innovation dans un mouvement de masse ne vérifient plus aussi soigneusement les effets et les conséquences. On ne déclarera pas de but en blanc que la nouveauté ne convient pas à la situation de tel ou tel intéressé, mais on lui proposera d'autres solutions, mieux adaptées à son cas particulier. C'est un aspect qu'il faut considérer dès le début pour ne pas être pris de court et pouvoir proposer des solutions de rechange au bon moment.

On n'encouragera l'introduction de nouveautés par la contrainte ou par l'octroi de subventions uniquement si on peut affirmer que le groupe-cible est capable de juger de la valeur de l'innovation et est prêt à poursuivre l'expérience, même après que la pression subie (contrainte ou subventions) aura cessé. C'est pourquoi il est préférable de ne pas accorder d'avantages matériels directs aux innovateurs mais de leur proposer uniquement un cautionnement en cas d'échec.

La diffusion des nouveautés étant un thème central de la vulgarisation agricole, on retrouvera dans les différents chapitres de ce Manuel des références à ce sujet. On décrira plus en détail, au → chap. V. 2.2), les méthodes de démonstration.