

PLAN DU COURS

0. Introduction

1. Les principes de la communication
 2. Facteurs d'inefficacité et de succès de la vulgarisation
 3. Les étapes de la vulgarisation agricole
 4. Les Méthodes de la Vulgarisation
 5. La vulgarisation agricole en R.D. Congo
 6. Des expériences d'ici et d'ailleurs
 7. Recadrage de la vulgarisation face à de nouvelles situations
- ANNEXES : Fiches techniques ; Scandale des agro-carburants, politiques agricoles

0. INTRODUCTION

Ce cours fait partie d'un cursus de formation universitaire. A ce titre il comporte nécessairement une orientation à la réflexion et à la recherche. Son rôle ne peut donc pas se limiter à la seule formation de vulgarisateurs, ces techniciens tournés vers la pratique.

Objectifs :

Aux étudiants, ce cours vise de donner les trois aptitudes suivantes de manière progressive :

- Aptitudes à la vulgarisation, à la formation et à l'élaboration.
- L'aptitude à la vulgarisation dispose les étudiants à un rôle d'exécution et consiste à les outiller avec des techniques concrètes de communication qu'ils auront à utiliser pour faire passer des messages et exécuter des programmes de vulgarisation.
- L'aptitude à la formation prépare les étudiants à former des vulgarisateurs. Elle repose donc sur une plus grande connaissance des techniques de communication et des techniques agricoles qui constituent les contenus de la vulgarisation et qu'il faut apprendre aux autres. Cf. cours de pédagogie, pédagogie universitaire, par opposition à la formation des chercheurs purs qui aboutissent malencontreusement dans la formation et l'enseignement.

Quant à l'aptitude à l'élaboration, elle rend les étudiants capables d'élaborer des programmes et des contenus de vulgarisation. En effet, pour chaque thème à vulgariser, il faut élaborer des fiches techniques, un travail très technique digne des spécialistes en agriculture.

- L'aptitude à l'élaboration implique aussi une démarche critique et exige donc une bonne connaissance des systèmes de vulgarisation existants, des techniques de communication et des techniques agricoles.

Les exigences de ces aptitudes que nous voudrions faire acquérir par les étudiants nous obligent à intégrer, dans ce cours, une bonne part de réflexion sociologique et critique sur la réalité du milieu agricole dans toutes ses dimensions.

Le contre-exemple de l'étudiant que nous voulons former peut être illustré par ce que nous avons observé chez les employés d'un grand jardin botanique. Pour avoir passé des décennies au milieu de milliers de plantes, ils en connaissent le nom scientifique et la famille. Mais ils sont incapables de dire pourquoi une plante porte tel nom et appartient à telle famille plutôt qu'à telle autre, pourquoi telle et telle autre plante appartiennent à une même famille, quelle plante est une monocotylédone et laquelle est une dicotylédone, etc. Les ingénieurs agronomes qui visitent le jardin botanique de manière occasionnelle ne connaissent certes pas autant de noms des plantes, mais ils savent comprendre ce qui est en jeu et ils peuvent expliquer « pourquoi » et « comment » les phénomènes et les choses sont telles qu'elles sont.

0.1. Cadre général de la vulgarisation

La vulgarisation agricole fait partie des interventions sur l'environnement des exploitations agricoles. De telles interventions comprennent le développement rural (les politiques agricoles, tel que la suppression des taxes à l'importation des matériels agricoles, et les interventions de terrain, avec la démarche projet), l'appui aux organisations rurales et les services aux producteurs (le crédit rural comme Mecrengaliema, Coopec, la formation, l'information, la vulgarisation, les centres de services comme Senasem), la gestion des ressources naturelles (le foncier, l'aménagement des zones cultivées et la lutte contre l'érosion, la gestion des forêts et des pâturages, les aménagements hydrauliques et les périmètres irrigués), comme illustré ci-après.

Développement rural Organisations rurales Exploitation Agricole
Gestion des ressources naturelles

Cadre de la vulgarisation agricole

0.2. Définitions

Un Tour de table : Qu'est-ce que la vulgarisation agricole ? Quels exemples et expériences en avez-vous ?

Vulgarisation vient du latin *vulgaris* qui se traduit par "vulgaire" et désigne ce qui est commun au grand public (populaire), par opposition à ce qui est détenu par des spécialistes. La vulgarisation des connaissances ou des techniques est alors l'ensemble des actions volontaires ou la stratégie permettant au public et aux profanes d'accéder à ces connaissances ou ces techniques. Cf. sensibilisation sur le Sida passant par les associations au lieu de contacter chaque habitant ou chaque famille individuellement. Cela suppose personnel, calendrier, matériel, finance, organisation, etc. L'ensemble de ces choses constitue la stratégie. Par opposition à une formation sur le tas, dans la rue, à la diffusion des informations souvent erronées qui se transmettent de bouche à oreille, selon la radio trottoir. Cf. ce que les jeunes apprennent dans la rue sur la sexualité, le sida, etc. sans une démarche volontaire qui leur apporte la bonne information. Quid du crédit carbone ?

C'est ainsi que, en accord avec Claudine Chaulet, du Centre de Recherche en Économie Appliquée pour le Développement (CREAD-

ISS) d'Alger, nous pouvons dégager les trois sens suivants de la vulgarisation agricole en particulier :

L'information : Un système qui comprend l'information sur l'avancée des techniques en général ou sur une technique particulière qui est nouvelle pour ceux à qui on s'adresse, c'est-à-dire une innovation.

□ **La formation** : La transmission de savoir-faire, tel que le destinataire acquière le doigté ou la manipulation de la nouvelle technique, c'est-à-dire son apprentissage.

□ **L'action** : C'est l'accélération de l'adoption de la nouvelle technique vulgarisée.

nouvelles techniques. Information Formation Action Comme système de transmission de savoir-faire, la vulgarisation est Comme système de transmission de savoir-faire, la vulgarisation est Spécialistes Vulgarisateurs Paysans

Information :

La fonction culturelle d'information sur l'avancée des sciences et des techniques que remplit la vulgarisation agricole est universelle. C'est l'information qui concerne tous les domaines de la connaissance; elle exige une organisation particulière et vise des fractions des populations éloignées des centres de production du savoir et du savoir-faire. Qu'on pense aux médias en général où les techniciens et les spécialistes de toutes sortes apportent leurs connaissances et leurs techniques au grand public. Penser aux films documentaires à la TV, tel que sur les Bonobo, à des revues de vulgarisation scientifique ou technique comme « Sciences et vie », « Agripromo », des revues pour enfants, « Congo profond », etc.

Formation :

Comme système de transmission d'une information et d'un savoir-faire, la vulgarisation est une formation, avec ses moyens, son

organisation, son corps de spécialistes, son efficacité évaluable, et ses modes de fonctionnement comparables d'un pays à l'autre ou d'une période à l'autre. Qu'on pense aux systèmes de transmission de savoir-faire aussi variés que la formation scolaire classique, l'apprentissage en entreprise, les visites d'exploitations, ainsi que la combinaison de ces types. Cf. formation par les Médias, comme pour le Franc congolais à mettre dans un porte-monnaie... Quel impact de ce message sur les étudiants ?

Action :

La fonction d'accélération de l'adoption de nouvelles techniques vise un effet. Elle fait que la vulgarisation ne soit pas une entreprise gratuite ou désintéressée. Ceux qui l'organisent, y investissent ou s'y investissent, ont des objectifs à atteindre, des actions concrètes à faire opérer par les destinataires ciblés. En agriculture, par exemple, il s'agit d'amener les agriculteurs à changer leurs pratiques habituelles pour adopter de nouvelles techniques permettant d'accroître la production. Donnez des exemples de pratiques qui méritent de changer chez les agriculteurs.

Dans la vulgarisation agricole, ces trois fonctions d'information, formation et action sont réunies en ce que l'on transfère à toute une population d'agriculteurs les éléments de connaissance et des techniques modernes (information), détenus par les scientifiques et les chercheurs, qui leur permettront d'améliorer leurs propres techniques traditionnelles (formation,) et d'accroître leur production (savoir-faire).

Ces aspects donnent à la vulgarisation un caractère actif et volontariste qui, de manière très importante, permet d'éviter sa confusion fréquente avec la diffusion des innovations, des connaissances ou des techniques. Ils permettent, en particulier, de clarifier la trilogie vulgarisation-diffusion-innovation

Information Formation Action Comme système de transmission de savoir-faire, la vulgarisation est Comme système de transmission de savoir-faire, la vulgarisation est **Spécialistes Vulgarisateurs Paysans**
Innovation Vulgarisation Diffusion

L'innovation

L'innovation, que le *Nouveau Petit Robert* définit comme "l'introduction de quelque chose de nouveau", est l'objet qui se répand. Cela peut être un objet matériel, une technique ou une manière de faire.

La diffusion

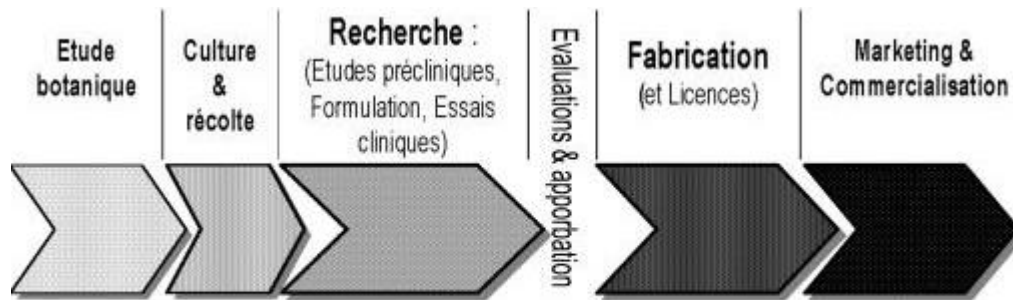
La diffusion, par contre, est une action. C'est ce mouvement d'expansion observable et mesurable dans le temps et l'espace, en termes donc de durée et de distance. Une pratique qui existait à un endroit et un moment donné se retrouve à un autre endroit à un autre moment ultérieur. Cette diffusion peut être spontanée ou provoquée.

La vulgarisation

Tandis que la vulgarisation est l'acte délibéré d'où résulte cette expansion quand celle-ci est provoquée. C'est donc un moyen pour la diffusion de l'innovation. Quand la diffusion d'une innovation résulte ainsi d'un acte délibéré qui est la vulgarisation, on parle d'innovation organisée. Par opposition à l'innovation spontanée, l'innovation organisée a un certain objectif prévu par les initiateurs de la diffusion.

L'innovation organisée caractérise en particulier le domaine de la rationalité scientifique et technique. Elle obéit à un raisonnement logique et linéaire, avec des étapes, dont H. HOCDE (1995) avait dégagé le schéma, dans le fonctionnement de la recherche agronomique visant à améliorer les productions vivrières, de la manière suivante : Diagnostic des chercheurs, essais exploratoires, parcelles de validation, parcelles de transfert, diffusion, mesure du degré de diffusion.

On peut illustrer cela par le schéma suivant utilisé en recherche pharmaceutique qui débouche sur la mise sur le marché d'un médicament :



Etapes de production d'un nouveau médicament (Source : Fondation BDA)

L'histoire de l'Afrique est jalonnée de telles innovations organisées, par opposition aux innovations spontanées parmi lesquelles on peut citer, à Kinshasa, par exemple, l'adoption des modes vestimentaires, des produits alimentaires, des noms des biens et des services, etc. C'est sur le modèle des innovations organisées que beaucoup d'espèces vivrières devenues aujourd'hui coutumières ont été introduites au cours des siècles précédents, dans le cadre de la politique coercitive de vulgarisation agricole pendant l'époque coloniale et post coloniale.

En effet, comme l'illustre la carte ci-après, les principales plantes nourricières cultivées actuellement chez nous ont leur origine dans d'autres continents et se sont diversifiées dans les quelques régions identifiées par le botaniste russe Nikolai Vavilov, au début du xxe siècle :

Les sept « centres d'origine des plantes cultivées », selon Vavilov



Source : Charles SIEBERT. 2011. « Le Frigo du monde ». *National Geographic*, n° 142, Juillet 2011, p. 76

Au Congo, de nombreux projets de développement ont encore ce type d'innovations au coeur de leurs programmes et de leurs actions. C'est le cas notamment de ceux qui sont soutenus par d'importants moyens politiques, matériels, financiers et humains fournis par les gouvernements, les bailleurs de fonds extérieurs et les organismes internationaux.

Nous pouvons citer deux telles innovations qui sont soutenues par les politiques internationales et sur lesquelles des débats ont lieu dans des forums internationaux (voir en annexe un article sur les agrocarburants : « Le scandale des agrocarburants dans le Sud »), en l'occurrence la production des biocarburants et le crédit carbone pour la protection de l'environnement. Les premiers sont obtenus

sont destinés à remplacer les énergies fossiles, tel que le pétrol, qui ont été formés naturellement par des décompositions semblables il y a des milliers d'années. En effet, non seulement les réserves de pétrol sont menacées d'épuisement, mais aussi l'utilisation de ces énergies fossiles contribue énormément à la pollution atmosphérique par le dégagement de CO₂.

On déplore cependant, à propos des agrocarburants en particuliers, qui sont des carburants d'origine agricole, le fait que la culture des végétaux qui sont nécessaires à leur fabrication, en particulier dans les pays pauvres disposant de grands espaces, concurrence sérieusement les cultures vivrières du point de vue des principaux facteurs de production : Les capitaux, la main-d'oeuvre et la terre. Quant au crédit carbone, il résulte de toute la problématique de la pollution atmosphérique par le CO₂ qui absorbe l'énergie chaleur pour la renvoyer ensuite dans l'atmosphère, provoquant un surcroît de réchauffement, appelé le réchauffement climatique, avec toutes les conséquences néfastes pour la vie sur terre. Or les pays ont des responsabilités très différentes dans cette pollution par l'émission de CO₂ résultant en grande partie de l'utilisation des carburants fossiles. Les pays industrialisés, gros consommateurs de pétrol, sont les plus pollueurs. Tous les forums mondiaux sur le climat établissent cette responsabilité et préconisent, pour lutter contre la pollution et le réchauffement climatique, la réduction des émissions de ces gaz à effet de serre (CO₂, méthane, etc.). Mais les grands pollueurs, en l'occurrence les USA et la Chine, refusent de s'engager sur cette voie. C'est alors qu'est apparue la notion de crédit carbone.

Avec le crédit CO₂, l'idée n'est pas de réduire les émissions globales de ce gaz, mais plutôt de les maintenir à un niveau prétendument contrôlable. Tenant compte des grandes différences entre les pays par rapport à la pollution, il s'agit de déterminer un niveau de « droit à polluer », comme un quota de gaz que chaque pays serait autorisé à produire. Ceux qui sont en deçà de ce quota pourront alors vendre leur part aux gros pollueurs, comme illustré dans la figure suivante :

Crédit CO²

CO² X A B C D E F G H I Pays

Soient des pays A à I, produisant du CO² à des niveaux différents, et un niveau X déterminé mondialement comme un droit à polluer pour tout pays. Les pays A, B, G et I qui produisent du CO² au-delà de X peuvent racheter des parts de « droit à polluer » des pays qui en produisent moins, tel que C, D, E et H.

Au Kwango, par exemple, un cas typique d'innovation organisée fut la vulgarisation de la variété de manioc F100 au début des années 80. Mise au point dans une station de recherche, cette variété était devenue le fer de lance du Programme National Manioc (PRONAM) et du projet CODAIK (Compagnie pour le Développement Agricole Intégré du Kwango-Kwilu) dans leur lutte contre une pathologie qui affectait le manioc dans la province de Bandundu.

Un exemple de vulgarisation sur les changements climatiques : Il s'agit d'apporter aux étudiants les savoirs pour expliquer les phénomènes observés, tel que le réchauffement de l'atmosphère, et les problèmes qu'ils posent, et les moyens de résoudre ces derniers. Les explications portent sur les types de changements (le réchauffement climatique et la destruction de la couche d'ozone), l'historique de la question, les causes identifiées des phénomènes, à savoir le soleil et ses rayonnements, les gaz à effet de serre (GES), et les actions de l'homme ; les conséquences, les moyens de lutte, etc.

Caractéristiques des innovations :

De ces expériences on peut dégager les caractéristiques suivantes des innovations organisées :

- Les objectifs sont clairs ;
- Les cibles ou populations destinataires sont bien identifiées; Elles font l'objet des programmes de vulgarisation;
- Les financements extérieurs au milieu occupent une place prépondérante. Les financements viennent des ONG, du gouvernement ou de l'étranger avec "l'aide au développement";

□ Résultat : Mitigé ; En effet, quand viennent à tarir ces financements, l'innovation échoue souvent, ou alors ses résultats deviennent insignifiants et,

Éventuellement, elle est "ramassée" ou récupérée par quelques individus progressistes à leur profit.

A l'opposé, les innovations *spontanées*,

□ N'obéissent pas forcément au raisonnement logique et linéaire des experts et ne sont pas visées par la vulgarisation ;

□ Elles sont souvent des réponses spontanées à des situations particulières vécues par des individus ou des groupes;

□ Elles se multiplient sous la forme d'actions modestes au départ, ayant un caractère artisanal. Eau pure, jardins et élevages de parcelle, matanga festifs, fufu de maïs, consommation de matembele, contrairement au kikalakasa, etc.

□ Elles sont caractérisées par l'absence d'objectifs globaux. Chaque adoptant a ses propres objectifs qui sont rarement élucidés;

□ Les cibles sont aléatoires, au gré des rencontres et des déplacements;

□ Le soutien financier extérieur est inexistant ou alors minimal;

□ L'innovation est totalement appropriée par la population, et elle est souvent plus fructueuse dans le contexte de crise, avec des résultats probants.

Alors que la vulgarisation est une action de nature pédagogique et toujours volontaire, délibérée et organisée, la diffusion des innovations, des connaissances ou des techniques est plutôt le résultat de cette vulgarisation, mais elle peut aussi être spontanée. Elle correspond à la transmission et l'adoption graduelles d'une innovation dans le temps et dans l'espace (A. BAILLY et H. BEGUIN,

1998). C'est le fait, pour une innovation qui a vu le jour en un endroit et à un moment donné, d'être "transportée" en des endroits différents et à d'autres moments.

Ce transport des innovations de leurs berceaux vers des sociétés qui ne les ont pas vu naître suppose des médiateurs. Ce sont les *Notables* de H. MENDRAS (1993) ou les *entrepreneurs* de T. GAUDIN (1998), des gens qui ont beaucoup voyagé et sont d'une grande ouverture. Ils sont différents des paysans qui, d'après H. MENDRAS, sont des "hommes du pays qui ne dépassaient guère les horizons bornés de leur terroir".

A propos de ces entrepreneurs, T. GAUDIN rapporte les études d'A. SHAPERO d'Ohio State University qui montrent que, pour la création d'entreprises, dans tous les pays du monde, les réfugiés fournissent un contingent d'entrepreneurs très supérieurs aux autochtones : Les Allemands de l'Est en Allemagne de l'Ouest, les Palestiniens en Jordanie, les Pieds-noirs en France, les Italiens du Sud en Italie du Nord, les Cubains et la génération précédente des immigrants d'Europe centrale aux États-Unis.

Nous avons été témoin d'une expérience semblable dans la région du Kwango. Les personnes qui y ont introduit la culture du niébé sont aussi des gens qui ont beaucoup voyagé. Ils ont séjourné longtemps en dehors de leur terroir pour leurs études, leur profession, des échanges commerciaux ou des alliances matrimoniales. C'est le cas des agronomes qui ont ramené le niébé chez eux après leurs études dans un centre agricole, d'un chef de village qui l'a ramené du Bas-Congo, et de ces personnes qui l'ont ramené de Kinshasa. Ceux qui ont adopté le niébé par la suite ont beaucoup voyagé aussi. Parmi les agriculteurs que nous avons interrogés, 81,48 % ont déjà séjourné hors du Kwango, contre 18,5 % qui n'en sont jamais sortis. En étant au contact de populations aux origines diverses et aux régimes alimentaires variés, ceux qui ont voyagé ont consommé le niébé. L'ayant apprécié, ils ont pensé à le ramener chez eux.

0.3. Les objectifs de la vulgarisation agricole

Objectif ultime :

Au niveau d'un pays, la vulgarisation agricole est un instrument de politique agricole, et ses programmes constituent un moyen, pour le **gouvernement**, d'atteindre **l'objectif ultime** qui est le bien-être de la population.

A ce niveau national, l'objectif de la vulgarisation agricole s'intègre en fait dans une longue chaîne d'objectifs hiérarchisés dont certains débordent le seul cadre de l'agriculture. Au sommet de la pyramide, on trouve l'objectif fondamental ou ultime qui est l'amélioration du niveau de vie de la population et englobe tous les secteurs de la vie : la santé, l'éducation, les loisirs, les activités culturelles, l'emploi, la paix, la justice, etc. Cet objectif se décline en objectifs généraux, tel que la sécurité alimentaire, l'équilibre de la balance des paiements, la croissance de l'emploi et des revenus en milieu rural, la gestion durable des ressources naturelles, etc.

Objectif général ou primaire

Dans le **Secteur de l'agriculture**, comme dans les autres secteurs d'activité et les autres domaines de la vie nationale, l'objectif ultime de bien-être de la population se décline en des **objectifs généraux**. Pour l'agriculture, l'objectif général est **l'accroissement de la production** agricole.

Objectifs sectoriels ou secondaires et thèmes de vulgarisation :

Lors de l'élaboration de la politique agricole, on définit, pour chaque objectif général, des **objectifs sectoriels ou secondaires**, et on précise leurs finalités en mesures quantitatives notamment.

De tels objectifs constituent les **thèmes** de la vulgarisation agricole, tel que les suivants :

- Amélioration des techniques de production
- Introduction de nouvelles variétés
- Amélioration de la commercialisation
- Mécanisation
- Fertilisation
- Vulgarisation, etc.

Dans le Rwanda des années 80, ces objectifs constituaient des thèmes annuels qui étaient vulgarisés, publicisés, exécutés avec

rigueur et évalués en fin d'année. Ces objectifs sectoriels sont des voies indiquant ce qu'il faut faire pour obtenir l'accroissement de la production qui est l'objectif général de l'agriculture, et ils relèvent de la stratégie nationale de développement économique.

C'est à cause de son lien avec les objectifs intermédiaires dont le but ou l'objectif ultime est l'augmentation de la production, que la vulgarisation agricole est un instrument de politique agricole. Car, comme l'explique NIEMBA (2000), son but est d'« initier les paysans aux pratiques agricoles modernes et promouvoir la croissance agricole tant de rente que vivrière. » En effet, la réussite des productions agricoles dépend en grande partie des pratiques culturales améliorées.

Parmi les objectifs sectoriels de l'agriculture, la vulgarisation occupe une place particulière de deux manières :

□ Premièrement, en plus d'être un moyen d'atteindre l'objectif général d'accroissement de la production, elle est une interface entre cet objectif général et les autres objectifs sectoriels ou secondaires. En effet, elle apporte aux agriculteurs et éleveurs les techniques et le savoir-faire qu'ont mis au point les instituts spécialisés et qui permettent aux agriculteurs d'améliorer leur production. C'est ainsi que, pour atteindre ces objectifs, la société lance d'année en année des campagnes de vulgarisation.

□ Deuxièmement, les autres objectifs sectoriels de l'agriculture deviennent des objets de la vulgarisation. C'est le cas des différents thèmes et des techniques particulières qui concourent à l'accroissement de la production agricole et qu'il faut faire adopter par les agriculteurs. Il en est ainsi des thèmes techniques suivants :

o Accroissement des superficies,

o Lutte contre les maladies,

o Organisation des agriculteurs en coopérative de production,

o Production de fumier et fertilisation organique,

- o Protection du sol,
- o Emploi des semences sélectionnées et des variétés améliorées,
- o Lutte antiérosive,
- o Emploi des pesticides,
- o Installation des pépinières,
- o Logement des animaux, etc.

La figure suivante illustre ces différentes relations :

Bien-être de la population Santé Emploi Agriculture Paix Éducation
 Agriculteurs Vulgarisation agricole Coopérative Lutte antiérosive
 Fertilisation organique Nouvelles variétés Pesticides Accroissement
 production

Les objectifs ultimes, primaires et secondaires de la vulgarisation

L'objectif principal de la population est le bien-être. A cet objectif contribuent des domaines tel que la santé, l'emploi, l'agriculture, la paix, l'éducation, etc. Ceux-ci sont donc des moyens pour réaliser le bien-être, mais ils ont chacun sont objectif général qui contribue à l'objectif principal. Pour l'agriculture, en particulier, c'est l'augmentation de la production qui est l'objectif général conduisant au bien-être de la population. On atteint cet objectif d'accroissement de la production par différents moyens, tel que la vulgarisation agricole, l'organisation des producteurs, l'application des techniques de protection des sols comme la lutte antiérosive, la fertilisation du sol, l'emploi des variétés sélectionnées, etc. Mais ces moyens sont à leur tour des thèmes de vulgarisation par laquelle ils passent

forcément pour être connus, appris, adoptés et appliqués par les agriculteurs.

Les différents secteurs de la vie ont leurs objectifs spécifiques par lesquels ils contribuent au bien-être de la population, mais ils ont, dans la société moderne, un facteur commun qui les aide à contribuer à ce bien-être, c'est l'argent qu'ils rapportent. En effet, cet argent permet aux habitants de faire face à leurs besoins dans des domaines variés. Le secteur de l'emploi, par exemple, n'apporte pas seulement l'occupation, il fournit aussi une rémunération qui permet aux travailleurs de faire face à leurs besoins alimentaires, scolaires, médicaux, etc. Il est donc important, pour un ingénieur, de calculer ce que les paysans, à qui sera proposé le développement de telle activité agricole ou la mise en pratique de telle technique, auront à investir et ce qu'ils gagneront.

Pour cet exercice, les cultures et les élevages suivants ont été répartis aux étudiants, à raison de 100 ha pour les cultures vivrières, 10 ha pour les cultures maraîchères, et 1000 sujets pour les animaux d'élevage :

- | | | |
|--------------|---------------------|----------------------|
| 1. Haricot | 7. Ananas | 13. Oseille |
| 2. Maïs | 8. Manioc | 14. Porcelets sevrés |
| 3. Arachide | 9. Poulets de chair | 15. Piment |
| 4. Aubergine | 10. Tomate | 16. Canard |
| 5. Soja | 11. Pomme de terre | 17. Epinard |
| 6. Niébé | 12. Oignon | 18. Poules pondeuses |

Trois situations de la pratique de l'agriculture :

Pour accroître la production, il faut prendre en compte les trois situations suivantes de la pratique de l'agriculture dans notre pays

et opérer les choix nécessaires, car ces situations conduisent à de grandes différences, non seulement pour la production agricole proprement dite, mais aussi pour la pratique de la vulgarisation qui doit contribuer à cette production.

□ **Agriculture traditionnelle** : C'est une agriculture de subsistance, et les paysans sont responsables de leurs champs individuels ou familiaux, habituellement petits; la polyculture y est de règle, semis à la volée, techniques libres et parfois contraires à la science, tel que dans le cas des labours dans le sens de la pente, etc.

□ **Agriculture associative** : Les champs sont collectifs, relativement grands; ils appartiennent à des organisations paysannes, des groupements ou des associations. Celles-ci sont progressistes et demandeurs d'innovations, et la production est destinée à la fois à l'autoconsommation et au commerce.

□ **Agriculture des grandes entreprises** : On a des champs très étendus appartenant à des projets ou à de grandes entreprises, et sur lesquels est pratiquée une agriculture moderne très intensive, comme dans les fermes du plateau des Bateke. La production est totalement destinée au commerce. Or, dans ce cas des filières agricoles où les consommateurs sont éloignés des producteurs, il y a une grande exigence pour la qualité et la quantité de la production, d'où la visée d'accroissement de la production.

Toutes ces trois situations sont possibles et nous les observons concrètement sur le terrain dans l'agriculture pratiquée ici et là dans notre pays. Chacune a ses avantages et ses limites, mais surtout elles présentent de **grandes différences** en ce qui concerne les objectifs de l'agriculture, l'application des techniques agricoles, la responsabilité des agriculteurs, le travail des encadreurs, le nombre d'agriculteurs impliqués, la production escomptée, la durabilité des actions et l'impact sur le développement des populations, comme représenté dans le tableau ci-dessous.

Typologie de la pratique de l'agriculture

Agriculture individuelle		Agriculture communautaire		Agriculture d'entreprise	
Type d'agriculture	Traditionnel, extensif	Semi-moderne, semi intensif	Moderne, intensif		
Exemple	Agriculteurs isolés de nos villages	Groupement de producteurs	Fermes au Plateau des Bateke		
Objectif (cf. destination de la production)	Subsistance	Subsistance et commerce	Commerce		
Superficies	Petites	Grandes	Très grandes		
Propriétaires, responsables	Agriculteurs indépendants	Organisations paysannes (OP), associations	Projets, grandes entreprises		
Responsabilité des agriculteurs dans la gestion	Totale : Ils travaillent pour eux mêmes	Partagée : Les membres travaillent pour eux mêmes	Nulle : Les agriculteurs sont au service des autres		

Agriculture individuelle		Agriculture communautaire		Agriculture d'entreprise	
Capitaux et mécanisation	Nuls	Moyens	Importants		
Usage intrants	Nul	Grand	Très grand		

Main-d'oeuvre	Familiale	Interne, collective	Externe, payée
Application des techniques modernes	Difficile	Aisée, facile	De règle, très facile, toujours
Encadreur/leur mode de vulgarisation	Imposés/coercition	Demandés/négociation, propositions	Membres du personnel/obligation
Auteur des programmes de V.A.	Gouvernement	Population concernée	Propriétaire d'entreprise
Population concernée	Très élevée, toute la population	Élevée	Faible
Rendements	Faibles	Élevés	Très élevés
Impact sur le développement communautaire	Limité	Grand	Faible
Durabilité des actions de développement	Hypothétique	Grande	N.A.
Vitesse d'exécution des actions de développement	Rapide : Un seul pôle de décision, un décideur	Lente : d'abord adhésion de tous, création et gestion du groupe	Rapide : Un seul pôle de décision, un décideur

Premièrement, du fait que chacun de ces types d'agriculture a des types différents de propriétaires ou des responsables, les personnes cibles de la vulgarisation seront aussi différentes. En particulier, la responsabilité des agriculteurs dans la gestion des exploitations

étant différente dans les trois types d'agriculture, la vulgarisation les ciblera aussi différemment.

□ L'usage des intrants et des capitaux et l'application des techniques modernes étant différents dans chaque type d'agriculture, les thèmes de la vulgarisation seront aussi abordés différemment.

□ Les encadreurs des agriculteurs et le type de leur travail étant différents, la vulgarisation se réalisera aussi de manière différente. Elle est imposée et redoutée dans l'agriculture individuelle, demandée et désirée dans l'agriculture communautaire, tandis qu'elle va de soi dans l'agriculture des entreprises.

□ Tout comme la vitesse d'exécution des actions, leur durabilité et l'impact sur le développement sont variables en fonction du type d'agriculture, et les résultats de la vulgarisation seront aussi différents.

□ L'élaboration des programmes de la vulgarisation pour l'agriculture traditionnelle est faite par l'autorité responsable de la vulgarisation au niveau national, en l'occurrence le Ministère de l'agriculture ou du développement rural. Pour une entreprise, c'est le chef d'entreprise qui est l'autorité responsable de la vulgarisation. Tandis que pour une ONG, ce sont les membres qui sentent les besoins en formation et décident des thèmes pour lesquels ils font appel à un formateur.

Ces différences indiquent qu'il y a des choix à opérer dans la réalisation de la vulgarisation agricole, en fonction du type d'agriculture auquel on a affaire.

1. LES PRINCIPES DE LA COMMUNICATION

De part sa nature pédagogique, la vulgarisation est un système de communication caractérisé par une organisation et des composantes, un fonctionnement et un but. La vulgarisation est une démarche volontaire et organisée, ayant comme principales composantes le message, son émetteur, son canal de transmission et son récepteur. Ce système a un fonctionnement destiné à atteindre un but qui est d'abord la transmission d'un message qui

peut consister en une connaissance, un savoir-faire, une technique, etc. Dans le cas de l'agriculture, ce premier but en appelle un autre qui est l'accomplissement d'une action, tel que l'adoption d'une nouvelle technique.

L'efficacité du système de communication est très étudiée par les sciences de la communication et la psychologie des adultes. Elle dépend de différents paramètres liés à ses composantes : Le sujet émetteur et ses caractéristiques propres, le contenu, le fond ou l'information à transmettre, la forme, les média ou les canaux intermédiaires de transmission, le sujet récepteur, ses dispositions internes (sa psychologie) et extérieures (culture, milieu, etc.). La figure suivante illustre ces différents éléments et leur position relative et leurs relations mutuelles dans un système de communication.

Récepteur Canal Message Émetteur Les éléments d'un système de communication

Le sujet émetteur :

L'émetteur immédiat du message véhiculé par la vulgarisation est le vulgarisateur qui entre en communication directe et immédiate avec l'agriculteur. Mais au complexe-émetteur appartiennent aussi des instances qui emploient les vulgarisateurs et qui sont les premiers initiateurs de la vulgarisation : les pouvoirs publics qui définissent les politiques agricoles, le Service National de Vulgarisation qui organise la vulgarisation, le « Mouvement scientifique et technique mondial » qui produit les contenus techniques et les messages à véhiculer par la vulgarisation, les organisations professionnelles, les firmes productrices d'intrants agricoles, etc. Niamba (2000) rapporte comment, en Côte d'Ivoire, la vulgarisation a été prise en main par l'État et confiée à des structures paraétatiques.

L'objectif de l'émetteur se confond avec celui de la vulgarisation elle-même. Il veut que son message soit compris et accepté, et qu'il provoque une action dont le résultat sera l'objectif visé par la vulgarisation elle-même. D'où, comme nous l'avons déjà mentionné, la vulgarisation n'est pas une entreprise gratuite ou désintéressée.

Le sujet émetteur a des caractéristiques propres qui peuvent favoriser ou gêner la transmission fidèle du message. Une de ces caractéristiques est incontestablement la connaissance ou le savoir-faire qu'il veut transmettre, et la maîtrise du sujet qu'il veut communiquer. Une autre caractéristique est le talent pédagogique qui permet à certaines personnes de se faire comprendre facilement, tandis que les moins doués peineront à transmettre une matière quand bien même ils la maîtrisent. Le tempérament de la personne est aussi une caractéristique susceptible d'influencer la vulgarisation agricole. On connaît en effet des personnes avenantes qui captivent et que l'on est bien disposé à écouter, même sur des sujets de peu d'importance, tandis que d'autres nous rebuteront même en parlant des sujets vitaux.

Le contenu ou le message :

Ce qui est fondateur d'un système de vulgarisation, c'est d'abord son contenu qui est en fait l'objectif fondamental et assez général que l'on poursuit, tel que l'accroissement de la production agricole, l'amélioration de la santé, etc. Une fois cet objectif fixé, le système se déploie à partir des objectifs secondaires qui sont autant de contenus, de fonds, d'objets, de messages à faire passer, de savoir-faire à faire acquérir, de techniques à faire adopter et appliquer, etc. Le succès de la vulgarisation dépendra de l'aisance avec laquelle ces thèmes pourront être compris et assimilés par les destinataires. De manière générale, les thèmes concrets et pratiques, faciles à visualiser ou à illustrer sont préférés aux exposés trop théoriques et à la rhétorique. De même, les sujets qui ne sont pas trop éloignés des expériences du destinataire et susceptibles de susciter un écho chez lui seront plus facilement acceptés, compris et assimilés.

Les messages véhiculés par la vulgarisation agricole sont multiples et variés, mais ils concernent essentiellement les connaissances techniques et les savoir-faire agricoles. Les thèmes de la vulgarisation seront donc familiers aux agriculteurs, qui sont les destinataires de la vulgarisation, et susceptibles de rencontrer leur intérêt.

Quel que soit leur contenu, les messages doivent être simples, clairs et faciles à comprendre et à assimiler, de préférence dans la langue courante des destinataires.

Il faut éviter les termes trop techniques et le langage pédant, tel que dans cette conférence où l'orateur utilisait à tour de bras des expressions latines qu'il traduisait ensuite en français, alors qu'il pouvait utiliser simplement et uniquement cette traduction française. A la place il faut préférer un langage simple et des termes clairs. Ou cette enquête auprès des agriculteurs où il fallait obtenir les données suivantes : La dynamique du marché, le chiffre d'affaire des petits commerçants, les rendements, le résultat et la rentabilité des fermes, etc. En particulier, il faut se rendre compte que des données comme l'âge et le rendement par exemple, sont des résultats des calculs et non des données premières dont disposeraient les paysans. Les données premières qui permettent de calculer l'âge et le rendement sont l'année actuelle et l'année de naissance pour le premier, et la quantité produite et la surface du champ pour le second.

Le récepteur

Le récepteur est chaque agriculteur autonome, avec ses propres champs d'intérêt et ses capacités personnelles de compréhension et de jugement. C'est la cible et le destinataire des messages de vulgarisation. Le vulgarisateur n'aura pas toujours à s'adresser à lui directement, il le touchera souvent indirectement à travers les organisations dont il fait partie ou son groupe d'appartenance spontané.

Les destinataires de la vulgarisation agricole étant des adultes, il faut tenir compte de la différence des états d'âme entre un enfant, un jeune et un adulte qui apprend :

- Un enfant n'a pas d'autres préoccupations, il est en état de dépendance, il est incapable d'analyser, d'où il « apprend » facilement. En fait il mémorise et assimile tout.

- Un jeune, par contre, est conditionné par son milieu social et culturel, il est mieux placé pour analyser suite à son expérience et ses difficultés dans son milieu; il discute et se trouve dans un état de contre-dépendance; il est révolutionnaire. A cause de son analyse, il lui est plus facile d'apprendre « vraiment » que l'enfant.

□ Quant à l'adulte, il se prête difficilement à l'enseignement. Comme le jeune, il est influencé par son milieu et bien placé pour analyser, mais il est caractérisé par un phénomène de fatigue et de saturation. Il est plus occupé que le jeune parce qu'il a des responsabilités, c'est-à-dire des réponses prêtes qu'il a déjà trouvées à différentes questions. En outre, les raisons suivantes font qu'il est peu préparé à apprendre : des expériences scolaires négatives, l'absence de liaison entre les connaissances acquises et les possibilités d'utilisation, les craintes irrationnelles devant l'inconnu, etc. L'adulte totalement mur atteint cependant un niveau d'interdépendance où il sent qu'il a besoin des autres, ce qui le dispose à témoigner du respect et de l'écoute, et à réserver un bon accueil au vulgarisateur.

Il faut donc des méthodes différentes pour la formation d'un enfant, d'un jeune et d'un adulte.

Les conditions favorables à l'apprentissage par un adulte portent sur la motivation, la méthode et la finalité de la vulgarisation. Du point de vue de la motivation, l'adulte sera plus réceptif à un enseignement adapté à ses besoins, n'exigeant pas trop d'effort pour y accéder, tel que pendant ses heures libres.

Quant à la méthode employée, elle doit correspondre à ses capacités, tandis que, par rapport à la finalité, l'adulte doit utiliser tout de suite ce qu'il a appris.

Chez le récepteur ou l'auditeur, en interne, le processus de communication suit le schéma suivant : Réception du message, interprétation, puis assimilation. Ensuite, vers l'extérieur, l'action attendue par le vulgarisateur, telle que la mise en pratique d'une nouvelle technique, d'où découlera le résultat final de la vulgarisation, à savoir l'accroissement de la production agricole.

Réception du message Interprétation du message Assimilation du message Action

Schéma du processus de communication chez l'auditeur

Certaines caractéristiques du récepteur influencent positivement la vulgarisation et assurent sa réussite, tandis que d'autres la défavorisent. L'on peut citer, parmi les premières, sa capacité

intellectuelle et pratique à saisir le message, grâce notamment à sa formation antérieure, à sa connaissance de la langue du message et à son intérêt pour le sujet traité. A ce groupe de caractéristiques appartiennent aussi l'ouverture d'esprit et la curiosité intellectuelle qui facilitent l'accueil de ce qui est nouveau.

Parmi les facteurs susceptibles de réduire la réceptivité du destinataire d'un message l'on peut citer, outre les contraires des caractéristiques précédentes, les préjugés sur les sujets traités ou sur la personne qui les traite. L'on peut y ajouter tous les facteurs physiques, sociologiques ou culturels qui, de manière générale, ne disposent pas à l'écoute : la faim, la maladie, l'inconfort d'un milieu trop chaud ou trop froid, l'anonymat des grands groupes où peut se dissimuler l'évasion des individus, les barrières de l'âge, du sexe et de la langue, les expériences antérieures négatives, la sécurité de la situation présente, ainsi que le manque de culture et d'ouverture qui sont fréquents chez les agriculteurs qui sont souvent peu instruits ou même analphabètes.

En fonction des récepteurs aussi, il faut adapter le contenu. Les agriculteurs ayant souvent un niveau scolaire bas, il faut éviter non seulement les termes techniques que nous avons évoqués précédemment, mais même certains contenus. Pour une vulgarisation sur le réchauffement climatique à l'intention des paysans, par exemple, on ne parlera pas, par exemple, de gaz carbonique, encore moins de GES, mais plutôt de fumée. On ne parlera pas non plus de photosynthèse, ni de rayons IR, etc.

Les canaux

De leur émetteur, les messages parviennent à l'auditeur par différents canaux qui sont les moyens variés mis en oeuvre pour assurer la communication. Ils comprennent des méthodes, des personnes, du matériel, des langues, etc. C'est ainsi qu'on peut avoir des canaux de vulgarisation aussi divers que la méthode de bouche à l'oreille, les vulgarisateurs qui transmettent des messages, la presse orale et écrite, toute la gamme des techniques modernes de communication à distance, tel que le téléphone, la télévision et l'Internet. Un canal particulier est constitué par la formation par correspondance, la plus répandue en Afrique étant le cours d'apprentissage agricole qu'INADES Formation donne à travers un important réseau de bureaux dans de nombreux pays d'Afrique subsaharienne. C'est sur les canaux utilisés que se base la

distinction entre la communication verbale et non verbale. Cette dernière est surtout constituée de l'écrit, mais elle comprend aussi tout l'univers des signes et symboles, tels que les pancartes, les tracts, les calicots, la signalisation routière, le port d'une bague de mariage, etc.

D'aucuns distinguent, à l'intérieur des canaux de communication, les canaux proprement dits, qui sont les moyens de transport de l'information, tels que les publications écrites, la télévision, les panneaux, d'une part, et les codes dans lesquels le message est converti, d'autre part. Le code est un langage qui doit être compréhensible pour le destinataire. Il doit donc se référer au mode d'expression habituel de celui-ci, à son cadre de référence, à sa mentalité, et à son processus de pensée. Parmi les codes on peut citer la langue utilisée et les modes d'expression tel que les signes, les gestes dans une démonstration, la parole et les gestes dans le théâtre, le chant, l'image, etc.

Les canaux utilisés dépendent intimement des autres éléments du système de communication à savoir l'émetteur, le message et les récepteurs. Par rapport à **l'émetteur du message**, ce sont surtout ses ressources financières et matérielles qui vont déterminer le choix des moyens à utiliser : le contact individuel avec les destinataires demande un nombre important de vulgarisateurs et des rémunérations très élevées; les moyens audio-visuels, tels que les publications et les émissions radiophoniques et la télévision ont leurs coûts qui peuvent être prohibitifs.

Du point de vue du **message**, on comprend que ses différents types (des techniques, des connaissances théoriques, un savoir-faire, etc.) ont, pour les véhiculer, leurs canaux appropriés. Quant aux **récepteurs**, ils déterminent les canaux et imposent l'utilisation de ceux qui peuvent les atteindre effectivement et efficacement. Pour la vulgarisation agricole auprès de bien des populations rurales du Congo, par exemple, la télévision n'est pas un médium approprié à cause de sa faible couverture du territoire national. De même, les publications ne sont pas indiquées pour des agriculteurs analphabètes. L'on privilégiera, dans ce dernier cas, la communication directe et verbale entre le vulgarisateur et les agriculteurs.

On peut illustrer la transmission des messages dans un système de communication grâce à l'expérience classique suivante qui permet

de dégager le rôle des éléments que nous venons d'examiner. On communique verbalement le message suivant, qu'on a eu soin d'écrire sur papier, à quelqu'un qui doit aller le transmettre verbalement à une autre personne puis, d'intermédiaire en intermédiaire et toujours verbalement, au destinataire final :

« Le Ministre de tutelle viendra demain à 9h30 du matin pour procéder à la fermeture de la faculté d'agronomie ici à l'UPN. »

« Le Ministre de tutelle viendra demain à 9h30 du matin pour annoncer l'augmentation des frais académiques à 425 \$ pour cette année académique 2014-2015 ici à l'UPN. »

On demande ensuite au destinataire final de mettre par écrit le message qu'il a reçu, et on le compare avec le message d'origine. Nous avons réalisé cet exercice dans un groupe de dix étudiants, et le message écrit par le dernier étudiant était :

« Le Ministre des Affaires étrangères viendra demain »!

On peut alors analyser l'efficacité de la communication en relation avec les éléments de la communication : Le contenu du message (éléments flous, éléments à double sens, message trop long risquant d'être raccourci, éléments sensibles susceptibles d'être censurés, etc.), la distance géographique émetteur-récepteur qui peut favoriser la distraction et l'oubli, le canal de transmission (communication verbale), le type d'émetteur (personne concernée susceptible d'être effrayé par le message ou de le déformer, etc.)

On peut, de cette manière, mettre en évidence le manque de fidélité dans la transmission d'un message et les distorsions qui en résultent. Celles-ci sont dues notamment aux éléments suivants dont doivent tenir compte les vulgarisateurs et ceux qui élaborent les programmes de vulgarisation :

□ La distance physique qui allonge les délais de transmission entre l'émetteur et le destinataire du message et augmente la possibilité des interférences et des distractions;

□ La mémoire du messager. C'est une faculté qui oublie, comme on dit, et elle est mise à l'épreuve par la distance géographique ou chronologique;

- Le grand nombre d'intermédiaires et le mode verbal de transmission qui multiplient les risques de distorsion du message; Gare donc aux séances où les auditeurs en nombre réduit vont transmettre le message aux absents !
- Le mode verbal de transmission multiplie les risques de distorsion du message et d'oubli;
- L'ambiguïté du message, due par exemple à des termes ayant un double sens ou des termes difficiles que l'intermédiaire tend à laisser tomber ou à remplacer par d'autres plus faciles; de tels termes ouvrent la porte à l'interprétation et exposent le message à des distorsions.
- La charge affective du message peut aussi provoquer chez le messager une censure inconsciente destinée à adoucir ou au contraire à renforcer le message.
- Le sentiment d'appartenance religieuse, sociale, régionale, ethnique, etc. s'accompagne de telles charges affectives.
- Trop nombreux, les détails étouffent le message essentiel, rendent difficile la mémorisation du message et tendent à être oubliés par l'intermédiaire.
- Les chiffres et les date, en particulier, sont difficiles à transmettre fidèlement, surtout s'ils sont nombreux et trop précis.
- La trop grande longueur du message rend difficile la mémorisation de celui-ci et oblige l'intermédiaire à faire des coupes dans le message, laissant tomber certains morceaux.

Deuxième message :

« Monsieur le Recteur informe les CP et CPA qu'il tiendra une réunion avec eux jeudi en huit, à 9h35, pour examiner l'augmentation des frais de laboratoire de 30\$ à 72\$. »

Message reçu par le 10e intermédiaire :

« Le Recteur a augmenté les frais académiques ».

2. FACTEURS D'INEFFICACITE ET DE SUCCES DE LA VULGARISATION

La vulgarisation agricole vise à introduire des innovations dans un milieu. Les études montrent que la réponse de la population concernée consiste en des stratégies qui se traduisent par une infinité de comportements allant de l'adoption au rejet de l'innovation. C'est l'échec et le succès de la vulgarisation agricole qui sont des problèmes de communication entre le vulgarisateur apportant un message et les destinataires à qui il l'annonce. Ces problèmes sont donc liés aux principes de la communication que nous venons d'examiner.

2.1. L'échec de la vulgarisation agricole

De manière ultime, l'on constate l'échec de la vulgarisation agricole quand, par rapport au schéma du processus de communication chez l'auditeur que nous avons présenté, l'action attendue des agriculteurs ne suit pas. Cet échec est cependant le résultat d'un échec préalable de communication entre le vulgarisateur et les destinataires ciblés de son message : Le message ne passe pas. La communication échoue quand les destinataires n'entendent pas, ne comprennent pas ou ne croient pas le message de l'émetteur; « le message ne passe pas », « l'appareil de votre correspondant est soit éteint soit hors du périmètre cellulaire », « Il n'y a pas de réseau », pour reprendre des expressions utilisées dans la communication téléphonique.

Ces moments où la communication échoue sont très importants pour nous qui étudions la vulgarisation agricole, car nous devons identifier ces conditions qui font qu'un message passe mal ou ne passe pas du tout.

2.1.1. Les stratégies de résistance

Quand la vulgarisation est menée dans le cadre des projets de développement ou par le gouvernement, le rejet catégorique des innovations qu'elle propose (ou impose) est rare, car les paysans évitent souvent le conflit ouvert avec les gouvernants et les agents de développement. Ils adoptent plutôt diverses stratégies de résistance plus ou moins active, parmi lesquelles M. HAUBERT (1991) cite le **contournement, le détournement et l'autonomisation**.

Par exemple, dans plusieurs pays d'Afrique où la culture de rente est devenue "une culture sans joie et sans profit", d'après les mots de B. BOGANDA, le père de l'indépendance de la République Centrafricaine, des petits planteurs se sont reconvertis en de multiples activités plus gratifiantes. C'est le **contournement**. Qu'on pense à la manière dont les Congolais contournent fréquemment la loi sans oser l'opposer officiellement. C'est ainsi que, dans un autre domaine, ils institutionnalisent le phénomène des « deuxièmes bureaux » en laissant quitte, officiellement, la loi contraignante de la monogamie. L. UWIZEYIMANA et M. NOIRT (1998) et François GRIGNON (1998) ont rapporté comment au Kenya, quand le gouvernement a décidé la mainmise sur la filière du café à la fin des années 80, les caféiculteurs se sont retranchés sur l'économie vivrière, l'élevage laitier et le petit commerce.

Outre le contournement, les paysans usent aussi du **détournement**, une stratégie qui a comme formes mitigées l'adoption sélective et l'adaptation de ce qui est proposé. Ils adoptent les principes proposés et les opportunités fournies, mais pour les mettre au service de leurs propres objectifs. Ils vont ainsi utiliser l'innovation dans un sens, d'une manière et à des fins différents de ceux prévus par ses promoteurs. Les dons en nature destinés aux réfugiés se retrouvent ainsi sur le marché, les semences distribuées sont consommées ou commercialisées pour la consommation, etc.

On rapporte ainsi qu'en Uganda, plutôt que de se décourager et d'abandonner la culture du café suite aux fortes ponctions opérées par l'État sous Idi Amin, les paysans ont pu maintenir leur activité agricole en passant systématiquement leur production en contrebande vers les pays voisins plus rémunérateurs. Les caféiculteurs congolais usent de la même pratique à l'Est.

Enfin, les paysans ont parfois aussi des **réactions nettes de refus**, tel que l'abandon total des cultures. RUF (1995) a rapporté de telles réactions d'abandon et d'émigration observées en Côte-d'Ivoire et dans plusieurs régions d'Amérique latine, quand le prélèvement de la rente est devenu intolérable. De même, B. LALLAU (1997) a expliqué comment, en République centrafricaine, la réforme agraire décrétée par Bokassa et le marasme économique de son empire ont conduit de nombreux villages de producteurs de coton à se replier sur une stricte autosubsistance. Tandis qu'en RDC, nous avons maintes fois rapporté l'expérience des agriculteurs qui ne se pliaient

pas aux cultures et aux dimensions des champs imposées par les moniteurs agricoles et traversaient la frontière pour se réfugier en Angola à l'approche de ceux-ci.

2.1.2. Le souci de sécurité à l'origine des résistances

On explique généralement la résistance des paysans aux innovations par un souci de sécurité. En effet, n'ayant pas de ressources ni de marge économique suffisantes, ils ne sont pas disposés à prendre des risques. H. MENDRAS (1993) explique que s'ils ont fait des économies, ils préfèrent les placer en sécurité plutôt que de les miser dans un investissement agricole qui, sauf la terre, leur paraît aléatoire. Or, justement, l'expérimentation d'une nouvelle technique qui peut se révéler inefficace, voire désastreuse, comporte de tels risques.

Les agriculteurs ont en effet cette sagesse qui, comme dit un dicton, consiste à ne pas mettre tous les oeufs dans le même panier. Ils se constituent des réserves qui les mettent en sécurité, comme l'indique la pratique des champs-greniers soumis à une récolte échelonnée, comme c'est le cas pour le manioc. Cela explique l'acceptation difficile d'une variété de manioc comme la F100 qui est l'objet d'une récolte unique.

Cette peur du risque n'est pas propre à une région du monde, elle est très répandue chez les agriculteurs. J.-C. DEVÈZE (1996) l'a constatée chez des agriculteurs français et des villageois camerounais dont il a comparé la réponse à l'innovation : dans les deux cas, c'était toujours une minorité qui innovait. Il a comparé les réponses apportées en 1970 par les agriculteurs bas-normands affectés par une crise des secteurs "lait" et "viande", d'une part, et d'autre part les réponses des villageois camerounais subissant la baisse du cours du cacao au début des années 90.

En Basse-Normandie, seuls 9 % des agriculteurs étaient prêts à changer leur façon de mener leur exploitation, les autres ont préféré éviter les risques liés à l'emprunt et à l'endettement; ils ont évité les investissements auxquels ils n'étaient pas contraints et forcés. Au Cameroun, 2 % ont accepté d'innover en prenant des risques, les autres ont adopté différentes stratégies pour compenser la chute de leurs recettes : endettement, solidarité clanique, émigration, etc.

Mais, paradoxalement, le même souci de sécurité conduit aussi les paysans à innover dans certains cas, la visée étant toujours de survivre face à un environnement défavorable ou hostile, et de

minimiser les risques quand ils ne peuvent les éviter complètement. C'est ainsi que, d'après P. JANIN (1996), en vue d'atténuer les risques de leur trop grande dépendance d'un marché imprévisible de café et de cacao, les planteurs camerounais ont réorienté et diversifié leurs activités.

2.1.3. La "routine paysanne"

L'inertie des agriculteurs et leur résistance aux innovations ont été expliquées aussi par la *routine paysanne* que M. BLOCH (1948) avait définie comme ce fait incontestable de mentalité collective selon lequel, dans une société donnée, le groupe paysan est généralement plus attaché à ses traditions que les autres groupes. Cet auteur a expliqué qu'il s'agissait du poids de la tradition : Le paysan "traditionnel" ne peut mettre en question la tradition héritée du père et acceptée des voisins. Celle-ci lui paraît aller de soi, comme la façon normale dont il faut vivre et travailler.

Mais il s'agit aussi du poids du système social qui fait que l'essai d'une nouveauté par un paysan crée un scandale :

"Son acte est en quelque sorte une injure pour les autres qui ne manquent pas d'y répondre par la moquerie, la malveillance et toutes les armes dont dispose la contrainte sociale pour faire respecter les normes traditionnelles dans une société d'interconnaissance : 'Il se croit donc plus habile que ses pères, plus malin que ses voisins, plus instruit que les notables ?' Tous escomptent un échec pour que l'imprudent soit guéri de ses imaginations, que tout rentre dans l'ordre et que chacun soit rassuré sur la valeur indiscutée de la tradition, préférable à tout progrès" (H. MENDRAS, 1993).

Cette pression sociale est attestée aussi dans le sud du Tchad où J.-Cl. DEVÈZE (1996) rapporte de nombreux témoignages illustrant le fait qu'il ne fait pas bon récolter plus que les autres, car on risque alors d'être accusé de sorcellerie et de tout perdre.

J.-P. DARRÉ (1996) a observé aussi la même pression au sein des groupes professionnels locaux, dans des études qu'il a menées dans une soixantaine de communes en France. Il a constaté qu'il n'est pas possible – à moins d'accepter d'en payer le prix – de passer outre aux normes locales qui se créent au sein du groupe local où les agriculteurs discutent et échangent des idées, des informations, des expériences et une coopération matérielle.

La routine paysanne n'est cependant pas absolue car, comme le reconnaît M. BLOCH (1948), les attitudes des sociétés rurales vis-à-vis des améliorations techniques sont variables : "Des techniques nouvelles ont été adoptées facilement par ces sociétés, alors que d'autres qui ne nous semblent pas avoir été moins capables de séduire les paysans ont été refusées".

En Afrique en particulier, les paysans ont adopté, au cours des siècles précédents, des cultures étrangères qui sont devenues coutumières. Ils ont mis au point des associations originales entre ces cultures. F. RUF, (1995) rapporte ainsi que les agriculteurs cultivent le haricot, le maïs et la patate douce dans les caféicultures en Afrique de l'Est, l'igname, le manioc, le taro et la banane plantain dans les cacaoyères en Afrique de l'Ouest.

2.1.4. Des logiques différentes

De nombreux auteurs, conscients des résistances que les agriculteurs opposent aux innovations, ont voulu rendre justice aux logiques paysannes. Ph. JOUVE (1997), par exemple, s'est insurgé contre le postulat d'ignorance qui considère que si les paysans n'appliquent pas les solutions qui leur sont proposées, c'est qu'ils les ignorent. D'après lui, cela vient du fait que leurs logiques sont différentes, et celles-ci peuvent être révélées par l'analyse interne de leurs pratiques. Cet auteur propose de prendre au sérieux l'affirmation que "*les agriculteurs ont de bonnes raisons de faire ce qu'ils font.*"

Si, comme nous venons de le voir, on peut identifier chez les agriculteurs des raisons variées qui les poussent à répondre négativement aux messages de vulgarisation, les causes de ce refus des innovations ne sont pas seulement chez les agriculteurs, mais aussi dans les autres niveaux du système de communication, en l'occurrence l'émetteur du message, le message et son canal de transmission. C'est donc à tous ces niveaux que les vulgarisateurs doivent faire attention pour que réussisse leur communication.

2.2. Les facteurs d'efficacité de la vulgarisation

Les facteurs qui garantissent l'efficacité de la communication sont les conditions pour être écouté. Ce sont les mêmes conditions qui permettent de briser cette incrédulité attestée dans la bible (« Tu

auras beau leur répéter ces paroles, ils ne t'écouteront pas davantage... »; Jér 7, 23-28) et dans la sagesse populaire (« il n'y a pas de pire sourd que celui qui ne veut pas entendre »). Nous devons donc connaître ces modalités qui font qu'un message passe 5/5, en essayant de répondre aux questions suivantes : Comment soumettre une innovation aux paysans ? A quelles conditions peut-elle être adoptée ? (*Grain de Sel*, n° 8, décembre 1997).

Les conditions de réussite de la vulgarisation portent sur les différents éléments du système de communication, à savoir, l'émetteur, le message, le canal de transmission et le récepteur.

2.2.1. Le vulgarisateur

Parmi les messagers ou les porteurs du message, on écouterait plus facilement un vulgarisateur expérimenté et un spécialiste cultivé qu'un homme vulgaire. Il faut donc veiller à avoir des vulgarisateurs bien formés, ayant reçu une formation spécifique en ce qui concerne la manière d'aborder le paysan, de connaître ses besoins, ses aspirations, ses attitudes, en un mot, de connaître sa vie psychosociologique telle qu'elle est influencée par son milieu et sa culture.

C'est ce qu'explique MANGONI MINOS, Technicien en développement rural à Action chrétienne pour le développement rural, à Luanda, en Angola. Il témoigne dans Grain de Sel, n° 8 (décembre 1997, pp 29-30) : «Il est clair que certains échecs sont dus, au moins partiellement, à l'innovateur. Plus d'un qui s'improvise innovateur est en fait incapable d'aborder le milieu rural. Incapables de s'affranchir de leurs préjugés, certains innovateurs sont aveuglés et ne voient pas les problèmes réels et, pour cette raison, ne tirent que des conclusions irréalistes qui n'expliquent rien.

Il faut connaître le milieu et, en cela, la personnalité même de l'innovateur peut faciliter ou, au contraire, être un frein à la réceptivité d'une innovation en milieu rural. Et il est très important, quand il s'agit d'introduire cette innovation, de chercher à savoir pourquoi ces sociétés préfèrent, dans telle ou telle circonstance, s'en tenir à leur technique routinière plutôt que d'adopter des techniques modernes.

Pour réussir à introduire un changement chez les paysans, la première condition est donc d'avoir des innovateurs bien formés.

Et *MANGONI MINOS*, de conclure que la réussite d'une innovation dans les milieux ruraux dépend de la culture de l'innovateur, c'est à dire de son « savoir-être » et de son savoir-faire. Le milieu rural étant un milieu très complexe, le technicien doit avoir une connaissance polyvalente en matière de développement rural. Cette connaissance fera de lui un catalyseur. Cela me fait penser à ce prêtre jésuite qui s'est initié à la divination pour être capable de régler des palabres de sorcellerie, cf. exorcisme de De Rosny....

La science de la communication explique aussi qu'on écoute plus facilement un ami chez qui on suppose l'amour et la confiance qu'un ennemi ou un détracteur dont on se méfie. Les vulgarisateurs doivent donc veiller à susciter et entretenir de bonnes relations avec les auditeurs, et à gagner leur confiance.

La confiance est tellement importante dans les relations entre les hommes, de manière générale, que la sagesse de chez nous raconte le conte suivant sur la manière dont un chasseur très réputé a voulu vérifier dans quelle mesure il pouvait vraiment faire confiance à ses épouses. Au retour d'une chasse qui avait été particulièrement fructueuse, il s'est enduit du sang des bêtes et s'est prétendu à ses épouses à tour de rôle en prétendant avoir tué un homme accidentellement. L'une après l'autre, ses compagnes qui jouissaient de sa richesse et lui juraient amour et fidélité plièrent bagages pour retourner dans leurs familles plutôt que de courir le risque de le protéger et de se faire condamner avec lui. Une seule, fidèle, voulut braver tous les dangers et accepta de le cacher dans sa case.

Comme les agriculteurs qui évitent la collision frontale avec les services publics chargés de la vulgarisation, les vulgarisateurs doivent aussi avoir une bonne connaissance de la population et faire montre de souplesse pour partir de ce que les gens savent déjà et ainsi éviter un affrontement sur ce qui ne leur plaît pas. Pour y parvenir, le vulgarisateur a besoin d'établir de nombreux contacts avec les gens du milieu concerné afin de créer un climat de confiance réciproque. De ce point de vue, la réussite de la vulgarisation d'une innovation dans un milieu rural dépend de la culture de l'innovateur, c'est à dire de son « savoir-être » et de son savoir-faire.

D'où l'exigence, pour le vulgarisateur qui doit aborder le milieu rural, de s'affranchir de ses préjugés afin de voir les problèmes réels et tirer des conclusions réalistes, à l'opposé de ces réponses justes

mais qui n'aident nullement les agriculteurs à résoudre leurs problèmes, comme l'illustre la blague du parachutiste déporté par le vent sur le sommet d'un arbre et du simple d'esprit qui, à la question « pouvez-vous me dire où je suis » répond « vous êtes sur un arbre. » **2.2.2. Le message ou la technique à vulgariser**

L'adoption d'une nouvelle technique dépend de la technique elle-même : sa facilité d'application, ses résultats, son harmonie avec la culture séculaire, etc. Une nouvelle technique agricole ne sera adoptée par les agriculteurs que quand ils auront eu le temps de l'observer, de la juger et de l'expérimenter, et ils la rejeteront forcément s'ils ne constatent pas son utilité.

C'est ainsi qu'on explique que le message à vulgariser passe aisément quand il plaît au destinataire. D'où l'expression « caresser dans le sens des poils », c'est-à-dire ce qui plaît. Un message présageant une augmentation des salaires est plus susceptible de recevoir une suite favorable qu'un autre qui parle d'augmentation des impôts.

On doit avoir expérimenté le contenu, le message ou la technique que l'on veut introduire, et être certain qu'elle donnera bien les résultats annoncés. Le message ne doit donc pas porter sur une technique venue d'ailleurs et inadaptée au milieu où on veut l'introduire.

Les thèmes de vulgarisation passent mieux quand celle-ci est élaborée et que ses thèmes sont définis, non seulement par les organisateurs de la vulgarisation, mais plutôt en commun avec la population et les vulgarisateurs, en fonction des contraintes qui ont été remontées par ces deux derniers groupes.

Pour transmettre le contenu de son thème, le vulgarisateur utilise un **instrument** précieux, la **fiche technique**. L'on définit celle-ci comme un document permettant la réalisation d'une action par une personne. C'est en fait un document d'une ou deux pages, synthétisant les informations essentielles sur le thème à vulgariser. Il existe de telles fiches, déjà élaborées, que le vulgarisateur peut utiliser directement. Mais il peut aussi élaborer ses propres fiches techniques, surtout s'il n'en existe pas sur le thème à vulgariser. Nous donnons en annexe des exemples de telles fiches. Pour la vulgarisation sur le réchauffement climatique, par exemple, auprès des étudiants de G3 de la faculté des sciences agronomiques à l'UPN, la fiche technique comprendra les points suivants :

- Les problèmes : Augmentation de la température atmosphérique depuis les années 90.
- Les causes : Rayons IR du soleil, GES, carburants fossiles, feux, etc.
- Les conséquences : sécheresse et incendies, chute des rendements agricoles, fonte des glaciers, inondations, disparition des espèces animales et végétales.
- Les solutions : Solution drastique (réduction des GES), solution de compromis (Crédit carbone, reboisement), et recherche des énergies alternatives (biocarburants, énergie éolienne, hydroélectrique et solaire).

2.2.3. Les canaux de transmission

Quant aux canaux, à la forme ou à la manière de passer le message, celles qui sont ludiques sont plus efficaces. Il en est ainsi de la musique, des jeux, du théâtre, de l'image, des films, des bandes dessinées, projections et PowerPoint, etc.

Dans nos milieux de tradition orale, le bouche à oreille est la manière par excellence de faire passer les messages de vulgarisation. Pour allier l'audition à la vue ((gare 29 aux étudiants suivant un cours de manière passive!), le vulgarisateur peut utilement mettre en place des unités d'expérimentation en appliquant les techniques à vulgariser sur des parcelles des paysans leaders, et en utilisant comme témoin les parcelles d'un paysan voisin qui utilise les méthodes habituelles. Plus que n'importe quel discours ou méthode, les visites sur ces parcelles offrent l'occasion de faire voir concrètement les réalisations résultant des techniques proposées, et elles ont une influence positive sur les producteurs quand elles sont ciblées sur des thèmes précis à maîtriser. On rapporte comment cette méthode a permis, dans le Fouta-Djalou, en Guinée, à introduire de nouvelles variétés d'oignons, battant en brèche le monopole d'une variété ancienne et inversant une tendance vieille de 25 ans.

Dans la formation des adultes, on recommande de diviser son message en plusieurs étapes simples et faciles à comprendre. Il faut utiliser différentes méthodes pour cela : des méthodes individuelles (visites à l'exploitation), des méthodes de groupe (conférences) et des méthodes de masse appelées mass media (radio, journal).

2.2.4. L'agriculteur destinataire

L'efficacité de la vulgarisation dépend aussi de l'état et des dispositions du destinataire qui reçoit le message, en l'occurrence l'agriculteur. C'est à ses dispositions que renvoie le dicton « ventre affamé n'a point d'oreille ». Qu'on pense alors au problème que cela pose d'annoncer à distance et au téléphone une mauvaise nouvelle, tel qu'un décès, sans être capable d'évaluer l'état présent du destinataire.

Aussi le sens commun demande-t-il que le messenger d'une nouvelle de décès attende que le destinataire revenant des champs prenne son repas avant de lui annoncer la triste nouvelle. Les conditions du destinataire dont il faut tenir compte comprennent aussi ses expériences antérieures car, comme dit la sagesse populaire, un chat échaudé redoute même l'eau froide. Il faut donc prendre des précautions et redoubler de tact pour aborder quelqu'un qui a vécu des traumatismes et des déceptions antérieures avec la vulgarisation.

On explique aussi que l'analphabétisme est une contrainte majeure à la vulgarisation, tandis que l'enseignement apporte au pays une masse critique de personnes sachant lire et comprendre les applications technologiques. L'alphabétisation des adultes en milieu rural s'avère donc indispensable pour permettre aux producteurs de se familiariser avec des concepts nouveaux qui amélioreront leurs productions.

D'après la disposition des auditeurs, un message peut subir des sorts variés en fonction de **trois types de réactions** suivants.

□ Il y a d'abord l'admiration facile dont il faut se méfier car elle peut venir des crédules influençables et manipulables dont l'opinion est changeante.

□ Il y a ensuite les sceptiques exigeants et critiques. Ils exigent des preuves de ce qu'on affirme et nous obligent à maîtriser notre sujet et à veiller à sa pertinence.

□ Il y a enfin les sceptiques de mauvaise foi qui sont callés sur leurs propres positions et ont leur propre alternative à ce qu'on leur propose.

2.2.5. La rencontre de plusieurs éléments

Outre les conditions que nous venons de passer en revue et qui concernent tel ou tel élément du système de communication, certaines conditions à réunir pour introduire avec succès des innovations dans le milieu rural embrassent à la fois plusieurs de ces éléments. Il en est ainsi, entre le vulgarisateur et la technique à vulgariser, de la bonne connaissance que le premier doit avoir de la seconde. Le vulgarisateur doit connaître à fond la nouveauté, c'est-à-dire le contenu, le message ou la technique qu'il veut introduire. Il doit l'avoir expérimentée et être certain qu'elle donnera des résultats tangibles.

Entre le vulgarisateur et les gens du milieu concerné, l'existence de nombreux contacts crée un climat de confiance réciproque qui favorise la vulgarisation des techniques.

Entre la technique proposée et les destinataires, on explique que ces derniers n'accepteront une innovation que lorsque leur milieu aura eu le temps de l'observer, de la juger et de l'expérimenter. Si on ne constate pas l'utilité d'un changement, celui-ci sera forcément rejeté.

L'environnement extérieur dans lequel se fait la vulgarisation embrasse l'ensemble des éléments du système de communication. Il influence le succès de la vulgarisation et doit donc être pris en compte. Quand il pleut dehors, par exemple, ou dans un environnement brouillant, l'auditeur perdra la moitié de ce qui est dit, et le message ne passera pas bien. De même, on ne peut espérer avoir toute l'attention des participants dans une réunion tenue en plein air dans un lieu où circulent beaucoup de gens.

Parmi les facteurs où se rencontrent plusieurs éléments, citons de manière particulière la notion de référentiel. Dans cette conception,

on explique que la réussite ou l'échec dépend de l'adéquation entre le milieu d'origine de la méthode (la référence) et le milieu d'accueil. En RDC, on a ainsi connu le système de vulgarisation agricole appelée la méthode Formation et Visite qui a porté beaucoup de fruit dans un milieu d'adoption qui est devenu comme son milieu d'origine, en l'occurrence l'Inde. Elle a aussi connu son temps de gloire dans certaines régions de la RDC dont les conditions étaient proches de celles de l'Inde, mais elle a échoué dans d'autres régions. On a identifié, par exemple, les éléments suivants du contexte environnemental qui influencent considérablement la production agricole : Les ressources humaines, la technologie, le crédit, la terre, l'outillage, l'encadrement et les facteurs liés à la commercialisation, tel que les routes et les prix.

Ces sept facteurs sont les éléments du contexte environnemental et constituent aussi les besoins auxquels des agriculteurs aspirent pour pouvoir améliorer leur production. En les classant par ordre de priorité, on obtient des indications sur l'intérêt des paysans pour ces éléments et donc leurs prédispositions à les adopter. On a constaté que dans les sites où les facteurs liés à la production (technologie, outillage, encadrement) constituent les premières préoccupations des agriculteurs, ceux-ci manifesteront des prédispositions positives à participer au processus de la vulgarisation consistant à leur apporter la technologie pour la production. Par contre, là où les préoccupations sont les moyens de commercialisation, la vulgarisation sur les techniques de production échoue.

aux étudiants suivant un cours de manière passive!), le vulgarisateur peut utilement mettre en place des unités d'expérimentation en appliquant les techniques à vulgariser sur des parcelles des paysans leaders, et en utilisant comme témoin les parcelles d'un paysan voisin qui utilise les méthodes habituelles. Plus que n'importe quel discours ou méthode, les visites sur ces parcelles offrent l'occasion de faire voir concrètement les réalisations résultant des techniques proposées, et elles ont une influence positive sur les producteurs quand elles sont ciblées sur des thèmes précis à maîtriser. On rapporte comment cette méthode a permis, dans le Fouta-Djalou, en Guinée, à introduire de nouvelles variétés d'oignons, battant en brèche le monopole d'une variété ancienne et inversant une tendance vieille de 25 ans.

Dans la formation des adultes, on recommande de diviser son message en plusieurs étapes simples et faciles à comprendre. Il faut utiliser différentes méthodes pour cela : des méthodes individuelles (visites à l'exploitation), des méthodes de groupe (conférences) et des méthodes de masse appelées mass media (radio, journal).

2.2.4. L'agriculteur destinataire

L'efficacité de la vulgarisation dépend aussi de l'état et des dispositions du destinataire qui reçoit le message, en l'occurrence l'agriculteur. C'est à ses dispositions que renvoie le dicton « ventre affamé n'a point d'oreille ». Qu'on pense alors au problème que cela pose d'annoncer à distance et au téléphone une mauvaise nouvelle, tel qu'un décès, sans être capable d'évaluer l'état présent du destinataire.

Aussi le sens commun demande-t-il que le messenger d'une nouvelle de décès attende que le destinataire revenant des champs prenne son repas avant de lui annoncer la triste nouvelle. Les conditions du destinataire dont il faut tenir compte comprennent aussi ses expériences antérieures car, comme dit la sagesse populaire, un chat échaudé redoute même l'eau froide. Il faut donc prendre des précautions et redoubler de tact pour aborder quelqu'un qui a vécu des traumatismes et des déceptions antérieures avec la vulgarisation.

On explique aussi que l'analphabétisme est une contrainte majeure à la vulgarisation, tandis que l'enseignement apporte au pays une masse critique de personnes sachant lire et comprendre les

applications technologiques. L'alphabétisation des adultes en milieu rural s'avère donc indispensable pour permettre aux producteurs de se familiariser avec des concepts nouveaux qui amélioreront leurs productions.

D'après la disposition des auditeurs, un message peut subir des sorts variés en fonction de **trois types de réactions** suivants.

□ Il y a d'abord l'admiration facile dont il faut se méfier car elle peut venir des crédules influençables et manipulables dont l'opinion est changeante.

□ Il y a ensuite les sceptiques exigeants et critiques. Ils exigent des preuves de ce qu'on affirme et nous obligent à maîtriser notre sujet et à veiller à sa pertinence.

□ Il y a enfin les sceptiques de mauvaise foi qui sont callés sur leurs propres positions et

De toutes ces considérations sur les facteurs de réussite et d'échec de la communication en général et de la vulgarisation agricole en particulier, nous allons dégager à présent des conseils pratiques pour la réussite d'une bonne communication : Les fautes à éviter, les points clés à respecter, les conditions à réunir, etc.

2.3. Des astuces de la communication

Les facteurs d'inefficacité et de réussite de la vulgarisation que nous venons d'examiner nous permettent d'épingler quelques points concrets auxquels l'émetteur du message doit veiller pour la réussite d'une communication.

2.3.1. Principales fautes commises au cours d'un exposé

Dans le contenu des exposés, on commet souvent les fautes suivantes : Des expressions abstraites et vagues, sans cohérence claire; l'absence de fil conducteur vers l'objectif principal; des informations trop approfondies et déversées en masse au lieu de procéder par étapes; le manque d'arguments aptes à susciter ou à soutenir l'attention de celui qui écoute; le manque de préambule explicatif pour cadrer le sujet; le manque d'un résumé final; le manque de feed-back permettant une communication à double sens pour vérifier si l'auditoire a tout compris.

Dans l'expression du message, les principales fautes sont le volume de voix constamment trop bas ou trop haut, l'élocution trop rapide, le manque d'intensité de la voix, la présence de tics de langage et le mauvais emploi des pauses.

2.3.2. Points clés pour une communication correcte

Celui qui fait un exposé doit bien savoir ce qu'il doit dire et comment il doit le dire. Il doit donc maîtriser son sujet et se préparer un plan d'action claire. Il doit chercher à capter l'attention de celui qui écoute, et maintenir constamment le contact. Il doit être convaincant, tant par le contenu que par la forme de son exposé. Il emploiera des aides visuelles de la façon la plus efficace possible. Il développera et exposera clairement ses idées. Il fera un usage efficace des gestes et de l'expression du visage. Il parlera avec assurance. Il fera une introduction intéressante et une clôture brillante. En fin de compte, il doit se souvenir que ce qui importe dans une communication, c'est ce dont l'interlocuteur se rappellera après.

2.3.3. Les interférences possibles

Les interférences sont les conditions extérieures qui sont de nature à perturber la transmission du message. Elles sont de natures variées et s'exercent sur le présentateur, sur les canaux de transmission et sur les auditeurs. On distingue ainsi des interférences de nature physiologique, technique et sociale.

Comme interférences de nature physiologique l'on peut citer des phénomènes qui réduisent les capacités sensorielles de celui qui écoute, tel que le bruit, les préoccupations, les préjugés et le stress. Pour éviter ce type d'interférences, il faut choisir quand et où rencontrer les auditeurs, et tenir compte de leur niveau d'intelligence.

Les interférences de nature technique comprennent les bruits de l'entourage et le besoin subséquent d'une bonne sonorisation, la mauvaise aération du milieu, etc.

Tandis que les interférences de nature sociale comprennent la différence d'éducation, de milieu et d'habitudes. Il faut tenir compte de tous ces facteurs et bien choisir ses mots pendant un exposé, les qualités requises étant une grande clarté et la simplicité de langage.

2.3.4. Du bon traitement des auditeurs

Celui fait une présentation doit laisser les auditeurs exprimer leur pensée jusqu'au bout, et il doit les encourager à développer celle-ci et à dire davantage. Il s'efforcera aussi de comprendre les sentiments et les pensées qui se cachent derrière les mots de ses auditeurs. Il répétera avec d'autres mots les concepts mal exprimés par eux, en demandant confirmation chaque fois de l'interprétation qu'il en donne. Il doit éviter d'arriver à des conclusions hâtives en interrompant ses interlocuteurs. Il doit aussi résister à la tentation de les manoeuvrer en interprétant unilatéralement, en déformant et en comprenant ce qui l'arrange le plus. Il évitera de même d'avoir des idées préconçues. Au contraire, il sera ouvert à d'autres points de vue, même inattendus, originaux ou contraires. Qu'il sache attendre la réponse à une question et ne pas trahir de signe d'impatience.

2.3.5. Des fautes que l'animateur doit éviter

En résumé, le conférencier doit éviter les écueils suivants :

- Dominer la pensée des participants;
- Déformer ce qui a été dit par eux;
- Condamner pour une faute;
- Imposer son point de vue,
- Forcer à répondre
- Prendre un élan tel que les participants ne réussissent pas à suivre;
- Ridiculiser la position ou les arguments de quelqu'un en les tournant en dérision, même si cela amuse le reste groupe;

- Se ranger du côté de l'un ou de l'autre;
- Décréter en profitant de sa position de force;
- S'écarter du sujet par des bavardages inutiles;
- Tarder au début, et encore moins à la fin d'une séance; il faut au contraire être ponctuel.

2.3.6. Conseils pour la réussite d'une bonne communication

A partir des considérations précédentes, nous allons dégager ci-après des conseils pratiques pour une bonne communication, qu'elle soit orale ou écrite.

1. Savoir clairement ce que l'on veut communiquer, l'avoir analysé systématiquement au préalable. Il faut donc une très bonne préparation;
2. Découvrir le véritable but de chaque communication et se préciser ce que l'on veut obtenir par son message, tel que de se procurer des informations, faire faire quelque chose, modifier des attitudes, etc.
3. Tenir compte du milieu physique et humain dans lequel les destinataires vivent : bruit, aspect technique, physiologique, etc.
4. Se consulter avec les autres en programmant une communication;
5. Soigner attentivement le ton avec lequel nous communiquons un contenu;
6. Découvrir les intérêts et les besoins de celui qui écoute;
7. Contrôler dans quelle mesure une communication a été effectivement reçue, poser des questions à celui qui écoute, lui

donner envie d'exprimer ses réactions en prenant contact après la communication;

8. Chercher non seulement à être compris, mais aussi à comprendre.

3. LES ETAPES DE LA VULGARISATION AGRICOLE

Nous avons vu précédemment que c'est en vue d'aider les agriculteurs à mieux vivre que l'on lance des campagnes de vulgarisation agricole. Celle-ci comprend plusieurs actions qui ne se ressemblent pas, chacune ayant son objectif spécifique. En outre, elles sont réalisées dans un certain ordre, et elles constituent les étapes de la vulgarisation.

3.1. En amont, les politiques agricoles

Au niveau d'un pays, la vulgarisation agricole est un instrument de politique agricole. On a donc, en son amont, l'élaboration de ces politiques agricoles nationales et régionales aux objectifs assez généraux, comme illustré dans le tableau suivant :

Quelques politiques agricoles du Congo-Zaïre

Année	Type de politique	Stratégies	Spécifications/Projets	Régions touchées
1973	Zaïrianisation	Nationalisation de toutes les unités agro-industrielles	Toutes les activités agro-industrielles entre les mains des étrangers	Tout le Zaïre
1980	Programme Agricole Minimum	Relance cultures vivrières par le secteur paysan	Produits vivriers de base : maïs, manioc, riz	Tout le Zaïre
Projet campagne vivrière		Interrégion		
Projet fourniture semences sélectionnées		Interrégion		

Projet fourniture petit matériel agricole		Interrégion	
Projet fourniture charroi automobile pour la commercialisation		Interrégion	
1982	Plan de Relance Agricole	<p>1. Nouvelle stratégie agricole : gestion plus rationnelle du secteur agricole.</p> <p>2. Redéfinition des tâches entre l'Etat et le Secteur privé. Développement rural intégré.</p> <p>3. Libéralisation des prix des produits agricoles.</p>	Projets de développement rural intégré
Centre de Dévelop. Rural de Mweka (CEDERIM)		Kasaï Occidental	
Projet Maïs Kasaï Oriental (PMKO)		Kasaï Oriental	
Projet Nord-Shaba		Shaba	
Projet de Dévelop. Agricole Intégré de Kwango-Kwilu (CODAIK)		Bandundu	

Projet Agricole de la Zone de Mbanza-Ngungu	Bas-Zaïre
Projet Maraîchage et Pisciculture de Ndjili (CECOMAF)	Kinshasa
Projet national Engrais FAO	Interrégion
Programme vivrier des sociétés agro-industrielles	
Compagnie sucrière de Kwilu-Ngongo	Bas-Zaïre
Bralima et Unibra	Kinshasa
Minoterie de Matadi	Bas-Zaïre
Sodimiza et Renault-Zaïre	Kinshasa
SNCZ	Shaba

Source : MOKILI (1998)

Les politiques agricoles comportent fondamentalement les trois éléments suivants (CASTELLANET et DURAND, 2006) :

- Des objectifs clairs et précis au regard de la stratégie nationale de développement économique;
- Un ensemble de moyens humains, financiers et techniques pour atteindre ces objectifs;
- Un ensemble d'institutions et de mécanismes destinés à stimuler les acteurs de l'agriculture et à réguler leur action et leurs rapports mutuels.

Nous pouvons illustrer cela par les objectifs suivants du pouvoir colonial pour lesquels étaient organisées les actions et mobilisés les moyens humains, financiers et techniques :

- Approvisionner l'industrie de la métropole en quelques matières premières bien déterminées,

□ Approvisionner les villes en quelques produits vivriers déterminés aussi.

C'est aussi en vertu de tels objectifs que le gouvernement peut définir la vocation de production des différentes régions, compte-tenu de leurs potentialités.

Dans la définition des politiques aussi bien nationales que régionales, on tient compte des potentialités, des ressources ou des atouts. On peut ainsi mettre en évidence plusieurs types de potentialités que recèlent les environnements internes et externes des territoires, tels que les suivants :

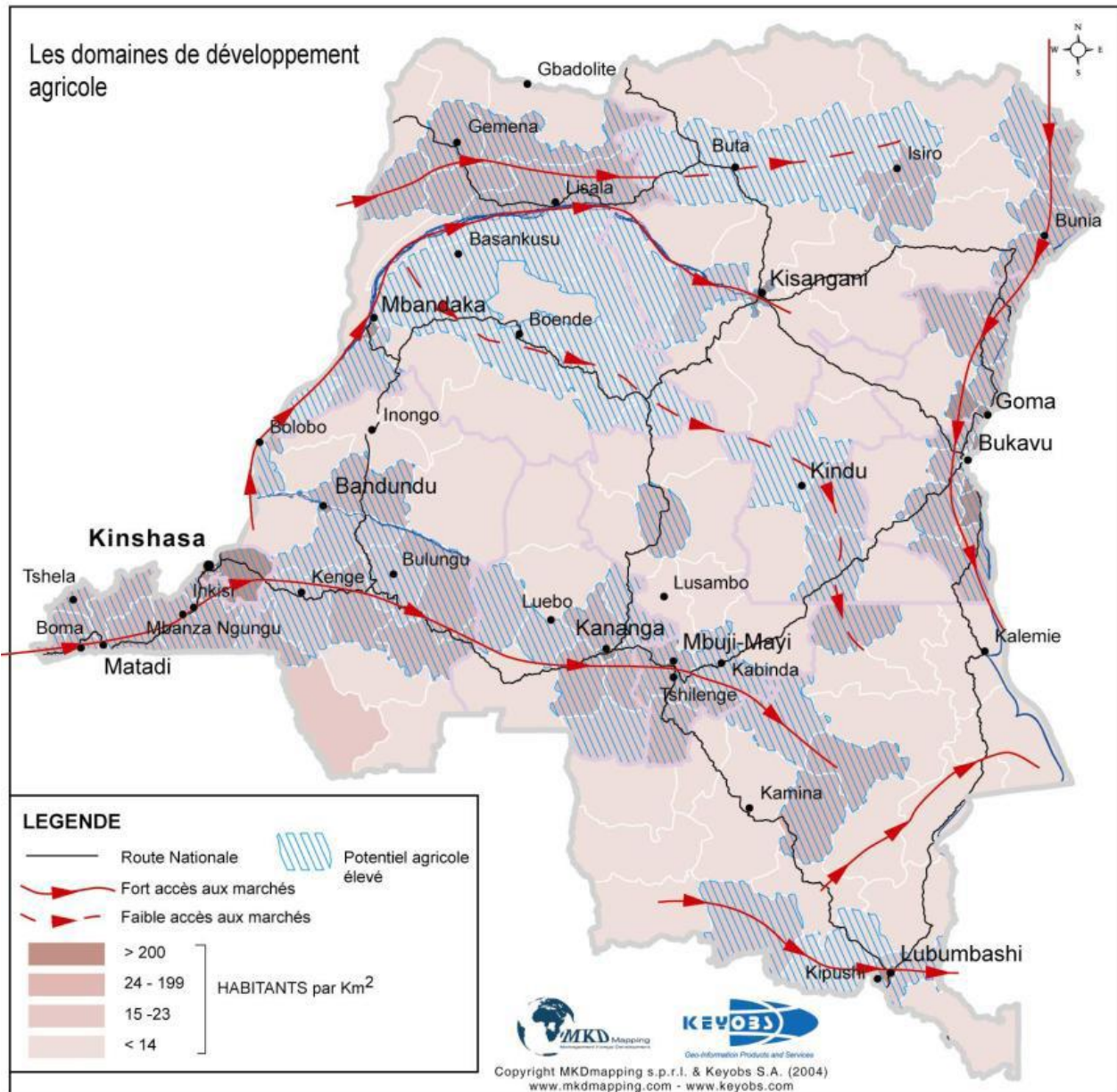
□ Les potentialités naturelles : les conditions climatiques, la disponibilité, la nature et la fertilité des sols, le degré d'hétérogénéité des terres, le relief, etc.

□ Les potentialités économiques : les débouchés commerciaux, le niveau des prix, l'infrastructure économique, les disponibilités en capitaux, etc.

□ Les potentialités humaines : le degré d'instruction des agriculteurs, leur dynamisme et leur réceptivité au progrès technique, l'organisation des collectivités, etc.

C'est à partir de ces potentialités que l'on trace des cartes « stratégiques » comme celle de la R.D.Congo ci-dessous, utilisées pour le choix des zones d'intervention et l'élaboration des priorités régionales. On y voit représentées, d'une manière qui se passe de commentaires, les potentialités que recèlent les différentes régions et les provinces du point de vue agricole, économique et humain.

République Démocratique du Congo



Lien entre le potentiel agricole, l'accès au marché et la densité de population

Source : *La voix du Congo profond*, juin 2010, p. 42)

C'est le lien entre le potentiel agricole, l'accès au marché et la densité de population qu'exprime la carte du Congo ci-dessus, ainsi que le commentaire de la revue *La voix du Congo profond* (juin 2010, p. 42), à propos de zone qui relie l'océan et la province du Kongo Central au Katanga :

« C'est dans cette zone que se trouvent six des principales villes du pays et c'est là que résident plus de la moitié des Congolais.

La politique agricole se décline généralement en composantes sectorielles et en actions transversales :

□ Les premières s'appliquent aux différentes productions ou familles de productions, aux filières d'exportation, aux productions vivrières, à l'élevage et la santé animale, aux ressources naturelles : forêt, eau...;

□ Les secondes s'attachent aux principaux moyens d'action qui permettent d'intervenir sur l'évolution du secteur, ce qu'on appelait auparavant, « l'encadrement de l'agriculture » : la formation professionnelle, la vulgarisation et le conseil technique, l'information des agriculteurs et des organisations de producteurs, la recherche agronomique.

Même si elle a des composantes sectorielles, la politique agricole est elle-même une politique sectorielle, à côté d'autres secteurs, tels que la santé, l'éducation, les mines, etc. Elle est spécifique et bénéficie d'une certaine autonomie dans sa définition comme dans son application, mais elle doit être cohérente avec la politique économique globale du pays et avec sa stratégie de développement à long terme, dont elle est une des composantes. Cela lui impose un certain nombre de contraintes. Elle ne peut non plus être totalement déconnectée des autres politiques sectorielles, dans le domaine social ou dans celui de l'aménagement du territoire par exemple.

L'élaboration d'une politique agricole représente un enjeu démocratique. Elle doit permettre aux représentants des producteurs d'exprimer leurs points de vue et leurs attentes, et s'accompagner d'un débat public sur le rôle de l'agriculture dans le développement économique. Ce débat doit être décentralisé, avec la participation des agriculteurs aux échelons locaux, régionaux et nationaux. Il fut donc veiller à une bonne articulation entre la politique agricole nationale et les initiatives de terrain.

Les relations entre la politique agricole et les interventions auprès des producteurs consistent dans les aspects suivants :

1. Influence de la politique agricole sur les interventions de terrain

Cela s'oppose au manque de cohérence qu'on observe régulièrement dans les interventions de terrain où des projets similaires peuvent être conduits sans coordination dans une même zone, simplement juxtaposés à d'autres projets ou à des structures nationales ((et parfois carrément en conflit avec elles)). D'autres interventions se concentrent sur une région ou une localité sans articulation avec des processus de réflexion et de décision régionaux ou nationaux. Sur le terrain, les intervenants sont ignorants et considèrent souvent qu'il n'existe pas de politique agricole. Or il existe un minimum de documents de nature politique, fixant les orientations et certaines règles ou qui précisent par exemple le cadre juridique ou fiscal des actions menées : droit associatif, fiscalité locale, etc. ((Pour l'agriculture au plateau des Bateke, il y a une réglementation tel que les exploitations de plus de 50 ha requièrent l'enregistrement à la commune et au droit foncier, avec les taxes liées... nous a informé un chef de terre.)) Les projets de développement, en particulier, ne doivent pas seulement être focalisés sur leurs objectifs et leurs propres activités, mais prendre aussi en compte les orientations fixées par l'État dans sa politique agricole ((cf. Code agricole en RDC).

2. L'implication des producteurs dans la définition des politiques agricoles (CIRAD et GRET. Mémento de l'agronome, p.75).

3. Évolution des politiques agricoles en fonction des réalités de terrain (CIRAD et GRET. Mémento de l'agronome, p.75-76).

3.2. Étape préliminaire : Élaboration des programmes de VA et définition des objectifs.

Que ce soit au niveau d'un pays ou d'une entreprise, l'exécution des politiques agricoles débute par la définition des objectifs spécifiques et plus concrets. Ceux-ci sont des thèmes qu'il faudra ensuite vulgariser et qui deviendront des programmes de vulgarisation. Dans le cas de la politique de sécurité alimentaire que nous avons évoquée précédemment, on pourra ainsi avoir comme thèmes la

vulgarisation d'une variété particulière de manioc ou d'une technique telle que l'emploi des engrais organiques. Ces **thèmes** peuvent changer d'une région du pays à une autre, d'une année à l'autre, voire même d'une campagne agricole à une autre. C'est ainsi qu'on a des années consacrées à tel ou tel thème : Lutte antiérosive, fertilisation organique, etc. Au niveau mondial, l'année 2008 a été déclarée par la FAO « année mondiale de la pomme de terre ».

Les thèmes choisis pour la vulgarisation font l'objet de **fiches techniques**. Utilisées dans tous les domaines de la connaissance et de la technique, les fiches techniques sont rédigées par des spécialistes et donnent une synthèse des savoirs et des savoir-faire sur un thème ou une technique donnée. L'élaboration de telles fiches est un travail très technique dont les étudiants en agronomie doivent acquérir les aptitudes.

En agriculture, on a des fiches techniques sur des plantes particulières, tel que le manioc, l'arachide, le maïs, la pomme de terre, la tomate, etc. On en a aussi pour des techniques particulières, tel que la traction bovine, les engrais minéraux, le greffage, etc. On en a enfin sur des maladies particulières, tel que le mildiou, l'arternariose, etc.

La fiche d'une plante comprendra les renseignements suivants : le nom scientifique, le nom commun, la famille, la classification, la description botanique, les exigences écologiques (climat et sol), le mode de multiplication, les soins cultureux, la production des plants et la plantation ou le semis, la récolte, les maladies, les parasites et les moyens de lutte, l'utilisation (transformation et consommation), et les divers (conservation, commercialisation). Nous donnons en annexe des exemples de fiches techniques.

Lorsque de telles fiches existent déjà, l'autorité responsable de la vulgarisation les met à la disposition des vulgarisateurs. Ceux-ci n'ont plus alors qu'à les adapter aux réalités de leur propre milieu et à les étudier afin de se familiariser avec les thèmes qu'elles traitent.

On a donc les niveaux suivants en amont de la vulgarisation sur terrain :

Politiques agricoles : Objectifs Thèmes Fiches techniques

A la fin de cette étape de définition des objectifs spécifiques, le vulgarisateur qui a reçu les thèmes à vulgariser élabore un programme de travail qui organise les étapes suivantes qui ont chacune leur propre objectif :

1. La sensibilisation sur les thèmes à vulgariser : amener les gens à vouloir
2. L'information : Transmettre un savoir
3. L'apprentissage : Transmettre un savoir-faire
4. La mise en place des moyens : Transmettre un pouvoir
5. Le suivi : Encourager et contrôler
6. L'évaluation : Aider à juger et à progresser

Comme les étapes d'un voyage, si l'on en manque une, on n'arrive pas au but. Nous allons passer en revue ci-après ces étapes, chacune ayant son objectif particulier pour lequel le vulgarisateur choisira les méthodes les plus appropriées parmi celles que nous présenterons ultérieurement.

3.3. Première étape : La sensibilisation

Objectifs : *Amener les gens à **vouloir**.*

Dans le contexte de « liberté retrouvée » qui caractérise nos pays indépendants et où la coercition n'est plus de mise, on n'obtient rien des agriculteurs si on les oblige à cultiver ou à appliquer telle ou telle technique. En outre, ils sont fidèles aux coutumes, à la tradition et à leurs habitudes qu'ils ne sont pas disposés à changer facilement au profit de nouvelles techniques que leur propose le vulgarisateur.

Le vulgarisateur doit donc commencer par convaincre les agriculteurs. Il doit vaincre les résistances de toutes sortes qu'ils opposent à l'innovation, comme nous l'avons évoqué dans la section

précédente, afin de les amener à désirer ou à vouloir pratiquer la technique vulgarisée. Tel est l'objectif de la sensibilisation.

Sensibiliser les agriculteurs à une nouveauté, c'est d'abord la leur faire connaître afin de les rendre sensibles à celle-ci. On y arrive notamment en habituant les gens à la nouvelle chose, à la nouvelle culture, à la nouvelle technique ou à de nouveaux produits.

Sensibiliser, c'est aussi faire prendre conscience aux agriculteurs de telle ou telle difficulté qu'ils éprouvent habituellement, tel ou tel problème qu'ils rencontrent, et que le nouveau produit ou la nouvelle technique permet de résoudre. L'objet de la sensibilisation n'est donc pas seulement la nouveauté qu'on veut vulgariser, et le vulgarisateur ne doit pas être uniquement préoccupé par le thème de sa vulgarisation. La sensibilisation vise aussi de rendre les agriculteurs sensibles à leurs vrais besoins et leurs problèmes, même ceux dont ils n'ont peut-être pas conscience, et à qui le thème de vulgarisation vient apporter une solution.

La notion de « problème dans la société » est fondamentale pour toute entreprise de vulgarisation, comme elle l'est pour toute recherche. Pour sensibiliser, il faut donc d'abord l'existence d'un problème chez les agriculteurs ciblés, puis l'apport d'une solution à ce problème. A cause de cela, la sensibilisation n'est pas seulement cet apport d'une nouveauté, fut-elle une solution, mais aussi écoute, découverte et accueil de ce que vivent les agriculteurs.

La sensibilisation intéresse tous ceux qui sont concernés par le problème que le vulgarisateur veut aider à résoudre : les vieux et les jeunes, les hommes et les femmes, les responsables, etc. Il faut donc toucher toutes ces catégories. Mais, sur le plan pratique, on ne sensibilise pas tout le monde en même temps. On rencontre plutôt les gens séparément, au cours de différentes réunions à organiser dans les villages ciblés, en commençant par les chefs, les notables et les personnes influentes de ces villages.

Après la rencontre avec ces responsables, le vulgarisateur leur fera part de son désir de rencontrer les autres villageois dans une deuxième série de réunions qu'il tiendra dans chaque village.

Les rencontres de cette deuxième série sont plus difficiles en raison du grand nombre de personnes et de la dynamique de groupe qui peut s'avérer imprévisible.

Mais les chefs et les notables qui ont été gagnés à la cause lors de la première réunion peuvent être d'une grande aide.

3.4. Deuxième étape : L'information

Objectifs : *Transmettre un savoir.*

L'information consiste à faire connaître aux agriculteurs des choses nouvelles aptes à résoudre leurs problèmes. Ce faisant, elle joue un rôle dans la sensibilisation, et la démarcation entre ces deux démarches n'est pas toujours tranchée.

C'est ainsi que les réunions avec les villageois sont à la fois de sensibilisation et d'information. Pour que la nouveauté apportée par le vulgarisateur soit bien accueillie, les villageois doivent comprendre. Ils poseront généralement des questions sur la nouvelle variété de patate douce qu'on veut introduire, ce qui est signe de leur intérêt : Quels avantages par rapport aux variétés traditionnelles, quels risques, où trouver les boutures, où est-elle cultivée, n'amène-t-elle pas un surcroît de travail, supporte-t-elle l'association avec d'autres cultures, etc.

Informé, c'est répondre à ces questions. Le vulgarisateur donne les renseignements qu'il connaît sur la nouvelle variété dont il a étudié la fiche technique. Ce faisant, il donne l'information qui a comme objectif de transmettre un savoir.

S'il y a des objets à montrer pour illustrer l'information donnée, tel que des boutures, des semences, du matériel, etc., les agriculteurs écouteront mieux et comprendront mieux. De même, les moyens visuels tels que des affiches, des images, des photos ou un tableau aideront énormément. On peut de même faire visiter une réalisation existante ou inviter un paysan à venir parler de ce qu'il a réalisé chez lui.

A la fin d'une réunion, si le vulgarisateur sent qu'il y a encore beaucoup de questions et que les gens restent sur leur soif, il peut proposer d'organiser une autre réunion d'information quelques semaines plus tard. Cette deuxième réunion rassemble habituellement moins de monde que la première. Le vulgarisateur peut alors répondre à des questions plus précises et plus techniques. Il peut apporter des boutures, montrer comment il faut les planter, expliquer les conditions de réussite, tel que la fertilisation.

A la fin des réunions d'information, le vulgarisateur propose d'organiser un apprentissage au cours d'une autre réunion. Les agriculteurs intéressés par le thème vulgarisé et l'apprentissage s'inscrivent.

3.5. Troisième étape : L'apprentissage

Objectif : *Transmettre un savoir-faire.*

Au-delà de la simple information livrée à tout le monde, le vulgarisateur apprend aux agriculteurs intéressés, de manière plus précise, les techniques de culture de la nouvelle variété de patate douce, ainsi que les traitements contre ses parasites.

Comme nous l'avons évoqué à propos des facteurs d'échec de la vulgarisation, les paysans ne croient qu'à ce qu'ils voient. Aussi l'apprentissage qui est une formation technique s'accompagnera-t-elle utilement de matériels didactiques, tel que pour la mesure des longueurs et des écartements, permettant d'illustrer et de visualiser les thèmes vulgarisés.

A cet effet, l'on fait des « démonstrations » pendant lesquelles les agriculteurs pourront voir et toucher les choses nouvelles. Celles-ci pourront être un nouveau matériel (charrues, engrais, etc.), une nouvelle méthode de culture (semis en ligne, culture en terrasse, etc.), nouvelles cultures ou nouvelles variétés (soja, riz, patate douce, etc.).

Si, par exemple, le vulgarisateur a simplement parlé du semis de la patate douce en ligne dans l'étape de l'information, il montrera ici une corde de traçage avec ses marques qui indiquent l'écartement de semis, et il insistera sur certains détails, tel que de toujours semer du même côté de la ligne, en penchant la bouture. De même, s'il a parlé de la pulvérisation lors de l'information au grand public, il montrera un pulvérisateur aux agriculteurs intéressés qui suivent l'apprentissage et leur expliquera son fonctionnement.

Les réunions d'apprentissage et les démonstrations doivent être préparées avec soin, en rassemblant le matériel nécessaire. Le vulgarisateur doit être capable de faire sa démonstration sans hésiter. S'il se trompe, ou s'il doit recommencer plusieurs fois l'opération, les paysans n'auront plus confiance en lui.

Le vulgarisateur écrira l'objectif de la démonstration, comme suit : « Après la réunion, les paysans seront capables de bien semer en ligne ». Le lieu de démonstration sera fixé, et on n'y convoquera pas

trop de monde à la fois. Si les apprenants sont très nombreux, on les répartira en de petits groupes et la démonstration sera répétée pour chaque groupe. On prendra soin de faire faire la manipulation par chaque participant à tour de rôle : se servir du nouveau matériel, appliquer une nouvelle façon de cultiver, etc.

Cette étape est très importante pour l'adoption des nouveautés, car l'agriculteur adoptera facilement ce qu'il a réussi à bien faire, ses mains et son intelligence l'ayant déjà accepté. C'est ainsi qu'on conseille aux étudiants d'étudier avec tous leurs sens, pas seulement l'ouïe, ni seulement la vue, ni seulement le toucher ou l'écriture.

Le savoir-faire à transmettre fait de l'apprentissage une formation pratique qui, comme les stages effectués par les étudiants, va au-delà des illustrations à faire, doit trouver son prolongement et ses applications dans l'étape suivante qui est la mise en pratique concrète de la nouvelle technique ou de la nouvelle culture dans la situation réelle d'un champ, par exemple.

3.6. Quatrième étape : La mise en place des moyens

Objectif : *Transmettre un **pouvoir**.*

Quand le moment est venu, le vulgarisateur passe à cette étape qui a lieu dans les champs des agriculteurs. Pour ceux-ci, il ne suffit pas de **savoir-faire** la technique apprise, il faut aussi **pouvoir** la faire, selon le dicton suivant :

« Quand un mari ne peut pas acheter de pagne à sa femme, il ne lui dit pas qu'elle est mal habillée! »

Les agriculteurs doivent donc disposer du matériel nécessaire au bon moment, sinon la campagne risque d'échouer. Le vulgarisateur d'une nouvelle variété de patate douce doit veiller à ce que les boutures soient fournies aux agriculteurs. Dans un milieu paysan où les gens n'achètent pas les semences habituellement, cette fourniture des boutures devrait être gratuite sous peine de handicaper sérieusement la vulgarisation.

Si le vulgarisateur doit commander du matériel et des produits, il doit veiller à le faire assez tôt et à avoir ce matériel et ces produits en quantité suffisante pour tous les agriculteurs encadrés. Il conservera ces produits convenablement et organisera leur distribution au bon moment. Il préviendra les paysans à temps et évitera de faire de fausses promesses ou de favoriser certains.

Le vulgarisateur assistera au semis de la patate douce dans les champs des agriculteurs. Avant cela, il aura pris soin de visiter ces champs et de vérifier le bon déroulement des travaux de préparation du sol. Les agriculteurs mettront alors en pratique, dans leurs champs, les techniques expliquées dans l'étape de l'information et montrées dans l'apprentissage. Le semis en ligne de la patate douce, par exemple, est une technique complexe qui doit être effectuée avec une corde de traçage (que les paysans n'utilisent jamais et qu'ils n'ont donc pas!), en respectant les marques des écartements (autre nouveauté pour des paysans qui ne mesurent jamais et pour laquelle il faut des marques de longueurs!), et en semant toujours du même côté de la ligne.

Là où le vulgarisateur ne peut visiter les champs, suite à leur éloignement par exemple, il mettra en place un champ de démonstration. Sous sa conduite, chaque agriculteur y apprendra à effectuer de manière précise et rigoureuse les différentes activités : préparer les billons, enfoncer les boutures en laissant 5 cm de tige au-dessus du sol, une seule feuille sur la bouture et 30 cm entre les boutures, etc.

3.7. Cinquième étape : Le suivi

Objectif : Encourager et contrôler

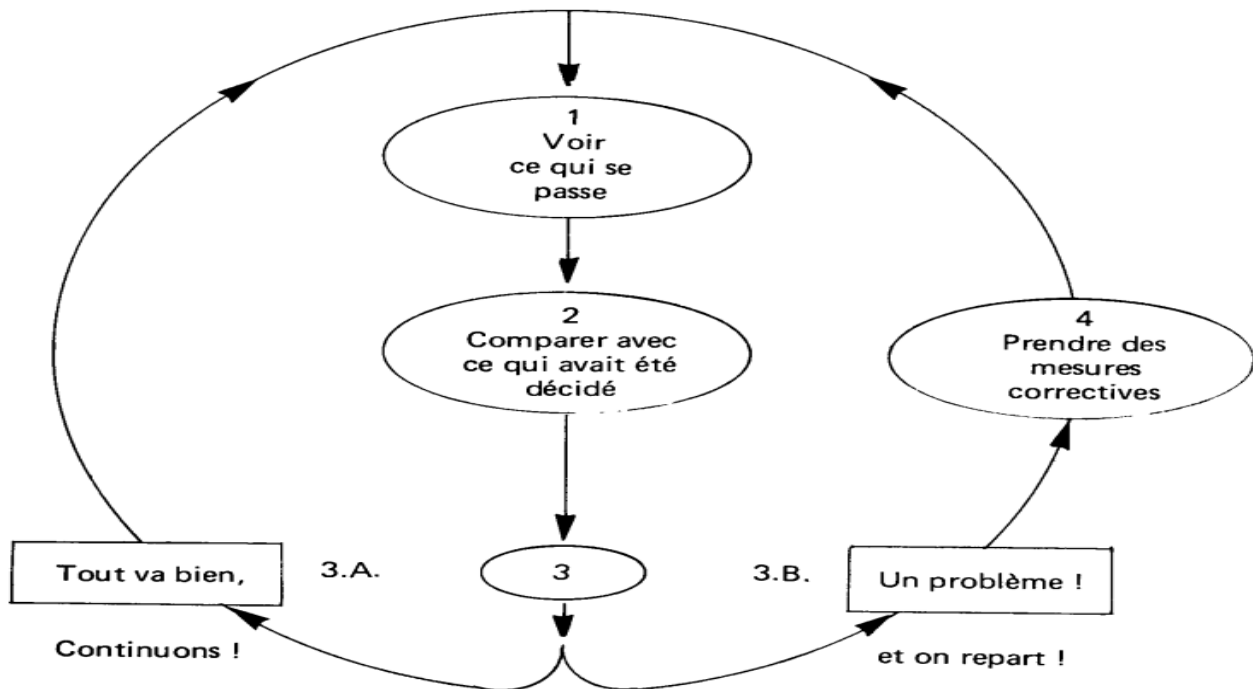
Malgré un bon apprentissage, les nouvelles techniques peuvent ne pas être bien appliquées. Des difficultés imprévues peuvent avoir surgi, tel qu'une maladie des cultures, la sécheresse, etc. Penser à l'ivraie jetée par l'ennemi dans le champ de blé! Les agriculteurs ne savent pas alors comment réagir. Ils peuvent hésiter, douter, voire même reculer. Le vulgarisateur doit donc visiter les champs des agriculteurs afin de constater les problèmes éventuels. Il contrôle, encourage et conseille.

Le contrôle consiste à vérifier si ce qui avait été prévu en vue des objectifs a été fait, et bien fait. La première étape du contrôle est de voir la situation, c'est-à-dire ce qui se passe ou ce qui a été exécuté.

Ensuite, on compare l'exécution constatée avec les objectifs qui avaient été décidés ou prévus. Enfin, on prend des mesures pour résoudre les problèmes éventuels et corriger les écarts.

Le schéma suivant illustre et explique ces étapes du contrôle :

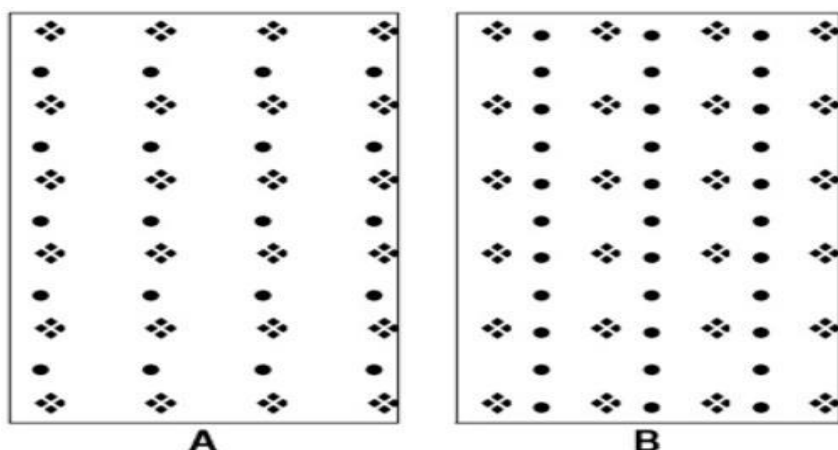
Les étapes du contrôle



Ce schéma est un cercle car le contrôle est un processus sans fin. Dans cette étape du suivi, le contrôle porte sur un travail en cours d'exécution. Il permet de se rendre compte si l'agriculteur rencontre des difficultés, et le vulgarisateur peut intervenir efficacement pour résoudre les problèmes. Ce contrôle pendant l'exécution du travail est très important car si on attend la fin du travail, on risque d'avoir le désagrément de constater sa mauvaise exécution et, souvent, l'impossibilité d'apporter des corrections.

J'ai appris cela à mes dépens, avec des employés à qui j'avais demandé de semer en ligne des graines de *Mucuna*, une légumineuse, entre les plants de manioc. Plus tard, je me suis aperçu qu'ils avaient bien semé le *Mucuna* en ligne, mais « entre les lignes » de manioc plutôt que « entre les plants » de manioc. En fait, mon ordre contenait des subtilités agronomiques qui échappaient aux employés et qui conduisaient à un résultat tel que les travaux d'entretien entre les lignes des plantes devenaient malaisés, comme l'illustre la figure suivante :

Un champ de manioc avec du *Mucuna* semé entre les plants de manioc (A) et entre les lignes de manioc (B)



Légende

Comme les autres étapes de la vulgarisation, les visites de suivi doivent être bien

1. Préparation :

Le vulgarisateur doit avoir un cahier de suivi. Il consultera d'abord le calendrier cultural pour voir ce que les agriculteurs devraient être en train de faire.

Ensuite, afin d'éviter la dispersion pendant ses visites et l'oubli des points importants au profit des détails moins urgents, le vulgarisateur notera dans son cahier de suivi les points sur lesquels il mettra l'accent avec les agriculteurs.

Troisièmement, il vérifiera s'il y a du matériel à livrer pour les agriculteurs à l'occasion de ses visites. Enfin, il doit prévenir les gens à temps du jour de sa visite.

2. Pendant la visite :

Il faut regarder ce que l'agriculteur a déjà fait, avec une attention particulière pour les points importants prévus dans le cahier de suivi. Il faut féliciter pour ce qui est correct, corriger les erreurs, et encourager l'agriculteur à progresser. Il faut laisser à l'agriculteur le temps de poser des questions, et lui répondre avec respect.

Il faut éviter les longues conversations sur d'autres sujets que le suivi, et laissez au paysan des consignes précises avant de partir et, si possible, fixer un nouveau rendez-vous.

3. A la fin d'une tournée :

Compter les paysans qui ont suivi vos conseils sur leurs champs. S'il y a plusieurs fois les mêmes erreurs, proposer une réunion de suivi pour les agriculteurs du secteur. Il faut écrire ses observations dans le cahier de suivi. Cela permet au vulgarisateur de faire connaître à ses chefs les réactions des paysans et d'améliorer les campagnes ultérieures.

Sixième étape : L'évaluation

Objectif : Aider à **juger** et à **progresser**

L'évaluation de la vulgarisation consiste à analyser et comparer l'objectif de celle-ci, les investissements consentis ou les moyens mis en oeuvre, la méthode utilisée et les résultats obtenus. Le triangle de l'évaluation de la vulgarisation représenté ci-dessous rassemble ces **différents éléments de l'évaluation** :

Objectifs Méthode Utilisée pour atteindre les objectifs avec les moyens disponibles = Efficacité Moyens = Coût Résultats La comparaison des résultats avec les objectifs donne l'efficacité

Figure : Triangle de l'évaluation de la vulgarisation

La comparaison des résultats avec les objectifs donne l'efficacité de la vulgarisation. La comparaison des résultats avec les moyens mis en oeuvre donne le coût de la vulgarisation. Nous allons décrire ces différents éléments en les illustrant par l'exemple de la vulgarisation d'une nouvelle variété de maïs.

a) Les objectifs :

L'autorité responsable de la vulgarisation qui a lancé la campagne de vulgarisation d'une nouvelle variété de maïs avait un objectif assez général, tel que l'augmentation de la production de cette denrée afin d'aider les habitants de la région à mieux se nourrir. Cet objectif assez général peut se décomposer en de nombreux autres objectifs plus spécifiques, plus concrets et plus précis. Il en

est ainsi d'un nombre donné d'agriculteurs que l'on voudrait voir cultiver la nouvelle variété, d'un niveau des rendements et d'une quantité de production totale que l'on voudrait obtenir pour cette variété dans la région, etc. La production visée peut, par exemple, être estimée grâce aux données telles que la taille de la population cible, la superficie des champs, les rendements de la variété de maïs vulgarisée, etc.

Mais chaque étape de la vulgarisation a aussi un objectif précis : sensibiliser, informer, apprendre, mettre les moyens en place, suivre, etc. On arrive ainsi à un éventail assez large d'objectifs dont l'évaluation doit déterminer dans quelle mesure ils ont été atteints.

b) Les moyens et le coût :

Les résultats escomptés ont un coût constitué par tous les investissements consentis par le responsable de la vulgarisation pour doter la campagne de vulgarisation des moyens humains, matériels, financiers et pédagogiques afin de produire la quantité de maïs prévue.

Les moyens humains sont les experts et les techniciens qui ont élaboré le programme de vulgarisation et les fiches techniques, ainsi que les vulgarisateurs qui iront sur le terrain.

Les moyens matériels comprennent les équipements mis à la disposition des techniciens, les fiches techniques mis à la disposition des vulgarisateurs, la logistique qui comprend le matériel didactique et les moyens de déplacement pour le travail des vulgarisateurs sur le terrain, les semences de la nouvelle variété de maïs à fournir aux agriculteurs, etc.

Les moyens financiers sont les fonds utilisés pour obtenir les moyens matériels et rémunérer les ressources humaines.

Les moyens pédagogiques sont, par exemple, l'organisation des séminaires de formation pour les vulgarisateurs et des différentes méthodes de vulgarisation pour les agriculteurs, telles que les réunions, les démonstrations, les apprentissages, les visites, etc.

c) La méthode :

Les méthodes de vulgarisation utilisées s'évaluent par rapport aux moyens disponibles, à l'étape de la vulgarisation où elles ont été utilisées et aux objectifs visés. En fonction de ces éléments, on évalue si telle ou telle méthode a été appropriée et adéquate.

Par rapport aux moyens, par exemple, on expliquera aisément que l'utilisation d'une méthode de communication de masse comme la télévision est inappropriée si les fonds disponibles sont réduits.

Par rapport aux étapes de la vulgarisation, on estime que les entretiens individuels, les démonstrations et les visites d'exploitation sont moins appropriés que les réunions pour la sensibilisation d'une population élevée.

Par rapport aux objectifs, on examine les méthodes d'abord de manière globale, pour juger si elles ont permis d'atteindre l'objectif global de production de maïs. On examine ensuite chaque méthode, telle qu'une réunion, une visite, etc. et on demande qu'est-ce qui a bien marché ou n'a pas bien marché, et pourquoi.

d) Les résultats et l'efficacité :

A la fin de la campagne de vulgarisation, quand les agriculteurs ont récolté le maïs, on mesure les résultats réalisés en termes de nombre d'agriculteurs ayant adopté la nouvelle variété de maïs, des rendements et de la production totale obtenue, etc. La comparaison de ces résultats avec les objectifs que l'on avait assignés à la vulgarisation par rapport aux mêmes paramètres de nombre d'adoptants, de rendement, de production, etc. permet de déterminer l'efficacité de la vulgarisation.

Nous illustrons tous ces éléments sur l'évaluation de la vulgarisation par l'exemple de calcul suivant :

Problème : La nouvelle variété de maïs vulgarisée par le Ministère provincial de l'agriculture est semée à raison de 20 kg/ha, et a des rendements de 2.000 kg/ha. Le Ministère a mis à la disposition des vulgarisateurs 40.000 kg de semences pour cette campagne. A la fin de la campagne, la récolte de toute la province s'élève à 3.000 t. Quelle a été l'efficacité de la campagne par rapport à l'objectif de la production ?

Solution :

Avec la densité de semis de 20 kg/ha, les 40.000 kg de semences du Ministère auraient couvert 2.000 ha. Avec des rendements de 2.000 kg/ha, cette superficie devrait produire 4.000.000 kg de maïs. La vulgarisation qui a permis de produire 3.000.000 kg a donc eu une efficacité de 3/4, soit 75%. On peut ainsi calculer l'efficacité de la vulgarisation par rapport aux autres objectifs visés par cette vulgarisation.

Contrairement au contrôle qui se fait dans l'étape du suivi, l'évaluation a lieu à la fin d'un programme de vulgarisation. Pour la vulgarisation d'une culture, par exemple, l'évaluation interviendra à la récolte. Les agriculteurs peuvent alors observer entre eux des différences de quantité selon qu'ils avaient mis beaucoup ou peu de fumier, qu'ils avaient sarclé une ou plusieurs fois, etc. Quand la récolte est finie, le vulgarisateur réfléchit avec les agriculteurs sur ces observations et sur l'ensemble de la campagne. Les résultats obtenus, en comparaison avec ceux des variétés traditionnelles, permettent de juger de la supériorité de la nouvelle variété vulgarisée.

Il y a aussi des résultats inattendus, tel que l'attaque par des maladies et des insectes. On analyse ici les difficultés rencontrées et les solutions adoptées. Pour la prochaine campagne, les agriculteurs et le vulgarisateur seront mieux préparés. Capitalisant sur les expériences vécues pendant cette saison, ils pourront progresser et faire mieux.

Souvent aussi, le vulgarisateur doit faire une autre évaluation, plus formelle, pour son employeur. Cela peut consister en un questionnaire à remplir pour donner les renseignements suivants sur le déroulement de la campagne : étapes suivies avec leurs objectifs, moyens mis en place, méthodes choisies pour atteindre chaque objectif, résultats obtenus, attendus ou inattendus, etc.

Ici aussi, l'autorité responsable de la vulgarisation pourra progresser et faire mieux. Capitalisant sur les résultats obtenus pendant cette campagne, il pourra améliorer le choix des thèmes et le contenu des fiches techniques.

4. LES METHODES DE LA VULGARISATION

Pour cette section, nous nous sommes largement inspiré des conseils de INADES Formation. 1986. « *Les méthodes de la vulgarisation* ».

Dans le triangle de la figure précédente, nous venons de voir qu'une méthode est un chemin, une façon de faire, pour arriver à un but et atteindre un objectif avec les moyens disponibles. Pour atteindre l'objectif d'apprendre aux agriculteurs de nouvelles techniques, le vulgarisateur peut ainsi utiliser plusieurs méthodes.

Nous allons examiner ces méthodes parmi lesquelles le vulgarisateur choisira celles qui sont les plus appropriées pour son travail. Pour la plupart de ces méthodes, nous allons examiner les préalables (ce qu'il faut faire avant la méthode), ce qu'on fait pendant, et ce qui vient après la méthode. Nous présenterons aussi les avantages et les limites de ces méthodes. Nous verrons plus tard les considérations et les critères sur la base desquels le vulgarisateur doit faire ce choix. L'autorité qui organise la vulgarisation et les spécialistes qui élaborent les fiches techniques peuvent aussi indiquer des méthodes et des moyens à utiliser pour la vulgarisation de tel ou tel thème.

4.1. La conversation individuelle

La conversation individuelle est une méthode très utile pour sensibiliser les personnes influentes et informer des responsables. On comprend l'importance de cette méthode quand on considère que la sensibilisation est la première étape de la vulgarisation. La sensibilisation et la conversation individuelle sont donc l'étape et la méthode par lesquelles le vulgarisateur doit commencer en arrivant dans un endroit, tandis que les chefs, les notables et les personnes influentes et les responsables en général sont les premières cibles.

Tout comme la première étape et la première méthode, ces premières cibles sont très importantes car, comme nous avons vu précédemment, les chefs et les notables qui ont été gagnés à la cause pourront être d'une grande aide pour la sensibilisation des autres agriculteurs. Ils vont leur rapporter ce qu'ils ont eux-mêmes appris du vulgarisateur et les influencer d'après leurs propres sentiments. On voit alors combien peut être important le petit cadeau au chef que le vulgarisateur a intérêt à ne pas oublier.

A ce propos, l'on doit se rappeler que, dans pratiquement toutes les cultures, le chef doit avoir la primeur de l'information. Il ne doit donc pas apprendre les choses importantes pour sa population dans une réunion destinée à tout le monde. C'est ainsi que les discours politiques sont communiqués d'avance aux hôtes importants, tel que le roi, le pape, etc. On mesure alors le crime de lèse-majesté et

l'offense de Lumumba qui, à l'indépendance du Congo, a lu devant le Roi des Belges un discours différent du discours officiel.

La conversation dont il s'agit ici n'est pas ces propos oiseux entre personnes fatiguées. Ce sont plutôt des entretiens semi-directifs ayant leur but et leur plan. Toutefois, selon le conseil de J.-P.

OLIVIER DE SARDAN (1995), il faut rapprocher au maximum ces entretiens guidés de la situation d'une conversation banale quotidienne, afin de réduire au minimum l'artificialité de la situation d'entretien et les normes que le vulgarisateur impose mais qui peuvent être perturbantes pour l'agriculteur, tel que le fait de prendre continuellement des notes.

Cet auteur recommande aussi de "rapprocher le plus possible l'entretien d'un mode de communication reconnu dans la culture locale." C'est ainsi que, dans des enquêtes que nous avons menées dans une région du Congo (ISANGU, 2003), nous nous efforcions souvent de nous entretenir avec des agriculteurs en groupe. Il n'était du reste pas possible de nous isoler avec quelqu'un pour un entretien. Quand nous essayions de le faire avec un villageois, pour remplir un questionnaire, par exemple, les autres habitants du village, curieux, se rapprochaient systématiquement. Se tenant d'abord en retrait et nous observant en silence, ils se mêlaient rapidement à la conversation.

De même, un entretien consistant à s'enfermer avec la femme d'autrui ou même à s'entretenir avec elle à l'écart des autres, irait à l'encontre de cette recommandation d'Olivier de Sardan. En Occident, après de nombreux cas de pédophilie, c'est le fait, pour les prêtres en particulier, de recevoir un enfant du catéchisme seul et la porte close qui n'est pas « un mode de communication reconnu dans la culture locale. »

La conversation est aussi utilisée dans les autres étapes qui suivent la sensibilisation et l'information. C'est ainsi que le vulgarisateur l'utilise pendant le suivi, pour vérifier que les paysans ont bien compris et qu'ils appliquent ce qu'on leur a appris.

a. Avant la conversation

Comme tout ce qui touche à la vulgarisation, les conversations doivent être préparées. Pour cela, il faut réfléchir et se demander qui

est le paysan que l'on va rencontrer, qu'est-ce qu'il cultive, quelles sont ses difficultés, quelles sont ses responsabilités dans le village, de quoi va-t-on lui parler, etc. ? En plus, pour ne pas oublier des points importants au cours d'une conversation, il faut préparer un plan de la conversation dans son cahier. Il faut aussi prendre rendez-vous avec l'agriculteur, en lui disant le jour et le moment où on ira le voir.

b. Pendant la conversation

Pour la tenue de la conversation, il faut choisir comme cadre un endroit calme où on ne sera pas dérangé. Le vulgarisateur veillera aussi à ce cadre particulier constitué par sa personne, tel que son habillement, sa toilette, son équipement, un téléphone impressionnant, etc. Le souci doit être de se rapprocher le plus possible du cadre normal habituel de l'agriculteur. A cet effet, il choisira la langue non pas en fonction de lui, mais d'après ce qui met l'agriculteur à l'aise. Il vaut mieux que l'inconfort et le complexe liés à l'ignorance de la langue soient portés par le vulgarisateur, qui les portera facilement à cause de ses autres atouts, plutôt que par l'agriculteur.

Le vulgarisateur commencera par socialiser pour décrire l'agriculteur et détendre l'atmosphère, en parlant de sujets très faciles, en particulier ceux qui n'engagent en rien. Les nouvelles, le climat, le sol, la végétation, etc. Après cette mise en train, l'entrée en matière consistera à expliquer le but de la visite. Il veillera à être clair, simple et précis, sans employer de grands mots. Gare aux termes techniques. En particulier, il s'efforcera d'écouter le paysan avec attention et intérêt, car l'agriculteur écoute lui-même avec plus d'attention s'il voit qu'on s'intéresse à ses difficultés.

Il faut éviter d'imposer ses propres idées, mais présenter au contraire les avantages et les inconvénients des différentes solutions. Par exemple, si quelqu'un dit des choses avec lesquelles on n'est pas d'accord, on évitera de lui dire qu'il a tort. On lui montrera plutôt qu'on peut voir les choses autrement, et on lui donnera son avis avec respect.

Dans un entretien, il ne faut pas aller trop vite. Il faut se rappeler que la sensibilisation vise d'amener l'agriculteur à vouloir, et que ce

dernier a besoin de temps pour bien comprendre et pour se décider à faire des choses nouvelles. Même si la conversation a pour but d'obtenir une décision, il ne faut pas demander une réponse tout de suite. Il faut plutôt laisser l'agriculteur prendre sa décision quand il voudra, quitte à lui fixer un autre rendez-vous.

On veillera aussi à ne pas critiquer les autres devant les paysans, qu'il s'agisse des autres vulgarisateurs, des chefs ou d'autres paysans. Si l'agriculteur trouve que vous parlez « comme les femmes », c'est sans arrêt, avec beaucoup de médisance et des indiscretions, l'accueil qu'il réservera à votre message s'en ressentira.

c. Après la conversation.

Après une conversation, il doit y avoir une suite. S'il s'agissait d'une décision à prendre, il faudra aller plus tard chez le paysan et lui demander ce qu'il a décidé. S'il s'agissait d'une sensibilisation, il faudra reparler du sujet avec lui. Il a peut-être des idées nouvelles, aussi le vulgarisateur doit-il écrire dans son cahier ce qu'ils auront dit ensemble.

d. Les avantages et les inconvénients de la conversation individuelle

La conversation individuelle permet un contact direct et immédiat avec le destinataire du message. Le vulgarisateur peut donc facilement adapter son message aux préoccupations et aux réactions de son interlocuteur, selon que celui-ci fronce les sourcils, ouvre de grands yeux d'étonnement, reste bouche bée de surprise, hoche la tête en approbation, détourne les yeux en désaccord, etc. Il est plus facile de noter ces réactions et de s'y ajuster avec un interlocuteur plutôt qu'avec 10 ou 20 personnes à la fois. Cf. ce candidat député qui, après avoir joué sa propre carte, a senti ensuite la volonté de la population pour le poste présidentiel, et a plaidé pour un candidat différent du chef de son parti.

Les conversations aident aussi le vulgarisateur et les paysans à mieux se comprendre mutuellement. Grâce à ce contact direct, les agriculteurs peuvent mieux percevoir combien le vulgarisateur s'intéresse à eux, et ils l'en écouteront mieux.

Mais, les conversations prennent beaucoup de temps et requièrent beaucoup de vulgarisateurs. En outre, le fait de rencontrer habituellement un seul paysan peut susciter de la jalousie et de la

méfiance chez les autres de qui le vulgarisateur risque d'être coupé. Cf. un évêque qui ne peut pas assister aux matches de football entre les paroisses, aux prêtres qui ne peuvent pas s'engager en politique, etc. a plus forte raison quand il y a de l'animosité et des rivalités entre des personnes ou des groupes dans le milieu, on peut se demander qui voir et ne pas voir et, surtout, par qui commencer. Par ailleurs, alors que le paysan est toujours soumis à la force du groupe ou du village, et qu'il ne veut pas faire autrement que les autres, les conversations individuelles n'ont pas d'influence sur ces ensembles. D'où cette méthode est plus indiquée pour les hommes influents du village qu'il faut convaincre en premier.

4.2. La réunion

INADES Formation définit une réunion avec trois caractéristiques :

- Un groupe de personnes
- Rassemblées dans un même endroit
- Pour un but précis. Du point de vue du but ou de l'objectif, les réunions servent à sensibiliser les agriculteurs, à les informer, à décider une action avec eux, à organiser l'action, et à l'évaluer.

Cependant, si le groupe et le but demeurent des caractéristiques permanentes de toute réunion, l'espace ou l'endroit où se tient la réunion est relativisé par deux techniques modernes, en l'occurrence la vidéoconférence et la conférence téléphonique. Ces techniques permettent, en effet, des réunions entre des personnes situées à des endroits différents mais communiquant par le téléphone, la vidéo et l'Internet.

Aux caractéristiques précédentes, l'on doit ajouter d'autres pour bien définir une réunion :

- Le caractère discursif ou oral
- Le caractère interactif. A l'opposé d'un groupe de personnes rassemblées en silence dans une salle de lecture, pour assister à un spectacle, regarder la TV, suivre un cours ou écouter une

conférence, la réunion implique un échange verbal, une discussion ou un débat.

□ Durée limitée dans le temps. Elle durera normalement quelques heures, et ne s'étendra qu'exceptionnellement au-delà d'une journée.

Nous pouvons donc retenir de ces considérations les éléments ou les caractéristiques suivantes d'une réunion auxquels doit veiller le vulgarisateur : Un groupe de personnes, un but, un lieu, une date, et la discussion.

a. Les types de réunions

On distingue en vulgarisation 5 types de réunions utiles qui se succèdent dans un ordre chronologique, comme les étapes de la vulgarisation, de la manière suivante : Réunion de sensibilisation, d'information, de décision, d'organisation et d'évaluation.

Les réunions de sensibilisation :

Elles sont destinées à réveiller les gens et les amener à voir leurs problèmes afin qu'on cherche avec eux les moyens de les résoudre. Pendant ces réunions, il faut poser beaucoup de questions et faire parler les participants sur les difficultés qu'ils rencontrent. Mais on peut aussi donner des informations pour aider la sensibilisation. A la fin de ces réunions, on ne prend pas de décision. On laisse plutôt les gens réfléchir.

Les réunions d'information :

Elles ont lieu quand la sensibilisation a été faite et que les gens désirent en savoir davantage. La réunion vise alors de leur donner les renseignements nouveaux sur le problème qui les intéresse. Cette réunion prépare les participants à prendre des décisions qui seront bonnes pour eux et pour le village.

Dans la réunion de décision :

quelque chose ensemble. Le vulgarisateur ne prend pas de décision, il aide simplement les agriculteurs à se décider, à comprendre ce qu'ils font, et à voir avec précision ce à quoi ils s'engagent.

La réunion d'organisation :

Elle vise d'amener les agriculteurs à s'organiser pour réaliser les actions qu'ils ont décidées. Cf. la mise en place des moyens, comme étape de la vulgarisation. Les agriculteurs voient le travail à faire, se mettent d'accord sur toutes les activités et cherchent les responsables pour les réaliser. Le vulgarisateur parle des qualités que doivent avoir les responsables, mais il ne les choisit pas. Il ira les voir après la réunion, là où ils sont entrain de faire le travail, pour les aider, sans prendre leur place.

La réunion d'évaluation :

Elle se fait avec les agriculteurs pour savoir quels sont les résultats de l'action qu'on avait entreprise et les comparer avec ce qui avait été décidé avant de lancer cette action. Cette évaluation est faite par les agriculteurs eux-mêmes plutôt que par le vulgarisateur. Ce dernier les aide en posant trois groupes de questions :

- Avant l'action : Qu'est-ce que vous vouliez faire, pourquoi et avec quels moyens ?
- Pendant l'action : Qui fait quelque chose, quels moyens sont utilisés, quelles difficultés sont rencontrées, quelle méthode est employée, et quels sont les résultats ?
- Après l'action : Qu'est-ce qu'on peut faire pour continuer, que faire pour que le résultat dure longtemps, qu'est-ce qu'on peut changer pour que cela aille mieux ?

b. Avant la réunion

Une réunion se prépare. Son but doit être bien précisé et figurer dans l'invitation qui sera lancée aux agriculteurs verbalement ou par écrit. Afin de ne pas oublier des choses importantes pour arriver au but fixé, le vulgarisateur écrira dans son cahier tous les points qu'il veut traiter. Il les mettra en ordre pour obtenir le plan ou l'ordre du jour de la réunion. Il ne rédige pas un papier à lire, mais un plan qui servira de guide ou de canevas à regarder seulement de temps en temps pendant la réunion.

Il faut fixer le jour, l'heure et le lieu de la réunion de manière à ce que cela convienne aux gens et à la tenue de la réunion.

Le lieu de la réunion doit être préparé, avec des sièges pour tout le monde, disposés de manière à ce que tout le monde puisse se voir et s'entendre (cf. échange verbal comme caractéristique de la réunion). Dans une salle, par exemple, on entend mieux celui qui parle et il y a moins de distraction que lors d'une réunion en plein air.

Les personnes invitées doivent être averties assez tôt à l'avance du but, du lieu, de la date et de l'heure de la réunion. Il ne faut pas avertir à la dernière minute, car la nouvelle peut être longue à parvenir aux invités.

Dans certaines réunions, on prévoit de servir une collation et de remettre un per diem aux participants. Cela constitue une bonne motivation, mais qui exige une préparation et une logistique spéciales : de l'argent à préparer avec de la monnaie suffisante, des listes à signer à la réception de l'argent; des provisions à acheter; une équipe pour préparer la collation, différente des participations à la réunion; le couvert pour le service, les poubelles et le service de nettoyage après la collation, etc.

c. Pendant la réunion

L'animation d'une réunion est un art particulier qu'il faut moduler en fonction du but de la réunion et des participants.

L'approfondissement de cet art déborde le cadre de ce cours. Qu'il nous suffise ici de rappeler quelques règles qui valent pour toutes les réunions :

Pas plus de 35 personnes, sinon on ne peut plus faire parler les gens.

Diviser les gens en groupes de 10 personnes.

Pour aider les gens à réfléchir dans ces groupes, le vulgarisateur posera 1 ou 2 questions sur un sujet précis.

Un animateur dans chaque groupe fera parler les gens

□ Un porte-parole du groupe à choisir au début rapportera à tous, en plénière, ce que son groupe a dit.

L'on commencera une réunion par les civilités tel que la salutation et les présentations des participants si leur nombre le permet. Mais avant cela, on peut commencer par un échange informel pendant un temps permettant aux retardataires d'arriver. On échange les nouvelles, on commente sur les derniers événements, on raconte quelques blagues, question de détendre l'atmosphère et de dédramatiser la réunion qui va avoir lieu.

Dans une réunion, il faut présenter le but et l'ordre du jour, puis suivre celui-ci point par point. Il faut veiller à faire parler les paysans, à donner des exemples concrets, à évoquer les techniques des anciens connues par les participants, à parler avec des mots simples avec des comparaisons et des proverbes, toujours viser le but de la réunion et ramener au sujet ceux qui s'en écartent, résumer ce qui a été dit toutes les 5 ou 10 minutes, faire participer tout le monde en donnant la parole aux timides et en faisant taire les bavards, reformuler les idées peu claires, poser des questions, etc.

S'il survient des difficultés ou un conflit entre les agriculteurs, le vulgarisateur arrêtera la discussion et expliquera ce qui pose problème. A la fin de la réunion, il résume ce qui a été dit et fixe éventuellement la date de la prochaine rencontre.

d. Après la réunion

Après une réunion, il faut en rédiger le compte-rendu, en indiquant le jour, l'heure, la durée et le nombre de participants, en joignant éventuellement une liste avec leurs noms.

Le plus important est d'écrire ce qui s'est passé, en répondant aux questions suivantes :

□ Qu'est-ce qui a été fait dans la réunion ?

□ Que peut-on faire maintenant pour continuer l'action commencée ?

Après la réunion, il faut aller voir les agriculteurs pour arriver à réaliser ce qui a été décidé. On rappelle à cette occasion ce qui a été décidé et on encourage ceux qui n'ont rien fait. Ces visites permettent au vulgarisateur de juger où en sont les agriculteurs, et si une autre réunion est nécessaire.

e. Les avantages et les inconvénients des réunions

Une réunion permet de rencontrer, sensibiliser et informer plusieurs personnes à la fois, ce qui prend moins de temps que les conversations personnelles. Elle permet aussi à tout le monde de réfléchir et de parler ensemble, chacun donnant son idée. Ceux qui hésitent peuvent être influencés par ceux qui sont décidés, la dynamique de groupe donnant du courage et des idées à ceux qui sont décidés à agir.

Cependant, les timides n'oseront pas parler dans une réunion, mais plutôt dans une conversation individuelle. En outre, dans un groupe, on a de la peine à vérifier si tout le monde a compris, et si l'adhésion ou le rejet exprimé par quelques personnes est bien partagé par tous.

4.3. Le champ d'essai

L'innovation est entièrement réalisée par l'agriculteur sur une petite parcelle à l'intérieur ou à côté de son exploitation habituelle sous la supervision de l'agent local du service national de vulgarisation
--

Un champ d'essai est très indiqué pour sensibiliser les paysans à une nouvelle technique, telle qu'une nouvelle façon de cultiver, un semis à la bonne densité, l'installation des planches pour des cultures maraîchères, etc. Le champ d'essai est particulièrement indiqué pour la démonstration et la mise en pratique d'une nouvelle technique pour un petit groupe de paysans.

Il est donc tout indiqué dans l'étape de sensibilisation où il faut convaincre les paysans et les amener à vouloir la technique proposée. Le champ d'essai vise ainsi de prouver la qualité et la

supériorité de la nouvelle technique par rapport aux techniques habituelles.

En Guinée, *IBRAHIMA BAH*, de la *Fédération des paysans du FOUTA Djallon*, témoigne (*Grain de Sel*, n°8, décembre 1997, pp 29-30) : une autre méthode repose sur la mise en place « d'unités d'expérimentation paysanne ». Elle implique le choix de paysans leaders, ou du moins de paysans qui ont une certaine prédisposition à accepter des innovations. L'innovation est entièrement réalisée par l'agriculteur sur une petite parcelle à l'intérieur ou à côté de son exploitation habituelle sous la supervision de l'agent local du service national de vulgarisation.

Les voisins du paysan expérimentateur utilisent les méthodes habituelles. Le paysan expérimentateur observe des différences sur son champ par rapport à ce qu'il a toujours pratiqué ou à ce qu'obtiennent ses voisins. Il tire alors lui-même les conclusions qu'il fait généralement partager à son entourage. De bouche à oreille les paysans sont ainsi sensibilisés et adoptent pour la prochaine campagne la méthode ou l'innovation sur une partie de leur exploitation, dans un premier temps, avant l'adoption totale. Les plus curieux se déplacent pour constater.

Pour réussir un essai, il faut veiller à plusieurs choses, les plus importantes étant les conditions suivantes qui demeurent toujours les mêmes, quelles que soient les techniques qu'on veut montrer :

a. Choisir toujours deux parcelles de même surface

Pour l'importance de la dimension des parcelles à comparer, penser aux deux paramètres (la plante à cultiver et la superficie) qu'il suffit de déterminer en agriculture (l'animal à élever et le nombre, en élevage), pour prévoir toutes les activités, toutes les dépenses et les recettes, et jusqu'au résultat financier. Il faut donc une parcelle témoin cultivée comme d'habitude, et une parcelle d'essai sur laquelle on applique la nouvelle méthode à vulgariser. Les limites ou les coins de chaque parcelle seront bien marqués, avec des piquets, par exemple, afin que les villageois les distinguent facilement. On fera remarquer et on expliquera ensuite aux villageois les différences observées entre les deux parcelles quand les plantes pousseront. En voyant les bons résultats de la nouvelle technique, ils concluront

eux-mêmes de son intérêt, et ensuite, ils voudront peut-être l'appliquer sur leurs champs.

b. Faire l'essai dans le champ d'un paysan

Pour éviter la jalousie, il faut demander aux gens de choisir quelqu'un qui accepte de faire l'essai sur son champ. Si le village a un champ collectif bien cultivé, tel que les «unités d'expérimentation paysanne » en Guinée que nous avons évoquées précédemment, l'essai peut se faire sur ce champ.

c. Choisir un seul élément de comparaison et faire l'essai pour une seule culture

Les paysans comprendront mieux ce qu'on leur explique et le risque de confusion est réduit avec un seul élément de comparaison et une seule culture. On peut ainsi comparer le semis en lignes et le semis en désordre, la culture sur planches et la culture à plat, une nouvelle variété de maïs à tiges longues et une autre à tiges courtes, etc.

d. Comparer des choses dont la différence est forte et visible.

La différence entre un semis de graines désinfectées et un semis de graines non désinfectées ne sera visible que si la fonte des semis est forte. Si elle est très faible, l'essai sera inutile car il ne montrera pas assez la différence entre ces deux types de semis. Le développement végétatif très différent entre deux variétés, le nombre et la grosseur des épis ou des fruits, etc. sont des caractères dont la différence entre deux parcelle peut être très nette et impressionnante.

e. Faire l'essai près du village.

La facilité d'accès facilitera l'observation. Si l'essai est installé au bord de la route, par exemple, il sera vu même par les simples passants qui pourront voir la différence entre les 2 parcelles et poser des questions à leur sujet. Le responsable d'un projet m'a ainsi expliqué qu'ils avaient utilisé aussi, comme critère pour

sélectionner les sites d'installation des parcs à bois pour le manioc, l'accessibilité pour les visiteurs venant de la part du bailleur.

f. Faire des réunions.

On fera d'abord une réunion préparatoire avec tous les villageois intéressés. C'est à cette réunion que les paysans choisissent celui chez qui on fera l'essai. La deuxième réunion se fera sur le champ d'essai, juste au moment de commencer l'essai : au moment des semis pour un essai sur la densité de semis, au moment de la préparation du terrain pour un essai sur la réalisation des planches, etc.

On peut faire une autre réunion sur le champ quand on commence à voir la différence entre la parcelle témoin et la parcelle d'essai : hauteur et vigueur des plants, grosseur des fruits, largeur et couleur des feuilles, etc. On fera une dernière réunion à la récolte pour montrer la différence entre les résultats de la parcelle témoin et ceux de la parcelle d'essai.

g. Faire soi-même les travaux nouveaux

Les paysans cultiveront la parcelle témoin selon leurs techniques habituelles, tandis que le vulgarisateur doit faire lui-même les travaux nouveaux sur la parcelle d'essai, ou alors il doit les superviser de très près, en expliquant clairement ce qu'il fait et pourquoi il le fait. Il veillera à apporter les outils et les produits nécessaires pour l'essai.

h. Avantages et inconvénients de l'essai

L'essai est fait pour tous les paysans, et il montre les résultats visibles. Mais il présente l'inconvénient de devoir être recommencé dans chaque village et, pour le vulgarisateur, l'exigence de suivre les travaux. D'autre part, les paysans peuvent ne pas être disponibles pour toutes les réunions.

4.4. La démonstration

Le vulgarisateur commence à travailler lui-même. Les agriculteurs, autour de lui, voient ce qu'il fait. Il explique les gestes. Puis il s'arrête et laissera les gens

poser des questions. Un volontaire remplace le vulgarisateur pour continuer le travail, puis un autre.

La démonstration a pour but d'apprendre à un groupe de paysans l'application d'une nouvelle technique agricole ou l'usage d'un nouvel outil.

La démonstration intervient quand les paysans sont déjà sensibilisés et informés sur la nouvelle technique. Cf. étape d'apprentissage. Ils ont alors besoin de faire eux-mêmes pour apprendre et voir ce qui est nouveau. Contrairement au champ d'essai, le rôle du vulgarisateur n'est plus de convaincre, de prouver ou de démontrer quoi que ce soit. Gare donc à l'illusion que le titre « démonstration » peut provoquer. Le rôle du champ de démonstration est d'enseigner quelque chose et de montrer une technique que les agriculteurs seront capables de refaire tout seuls. Les conditions suivantes doivent être respectées pour une démonstration :

a. Enseigner une seule chose à la fois

Pour éviter que les agriculteurs mélangent tout et ne se dispersent, on enseignera une seule chose à la fois. Ainsi, pour enseigner le semis en ligne avec une corde, on évitera d'embrouiller les agriculteurs et d'encombrer leur esprit avec des explications sur la fourche à semer et les semoirs mécaniques, même s'ils posent des questions sur ces techniques. On fera plutôt la démonstration sur la longueur de la corde, les distances à respecter entre les cordes et le long de celles-ci, la nécessité de bien les tendre et de semer toujours du même côté.

Si une technique est difficile, on divisera la démonstration en plusieurs parties pendant la même séance. Pour le semis en ligne du manioc qui comporte le semis proprement dit et le morcellement des tiges en boutures de 25 cm, par exemple, on aura d'abord une démonstration sur le semis tout seul, avec des boutures déjà découpées, puis une autre où on apprendra aux agriculteurs à couper correctement les boutures.

b. Tenir compte de ce que les agriculteurs savent déjà

Il faut se demander s'ils sont scolarisés, jeunes ou vieux, s'ils ont déjà utilisé la nouvelle technique, comment ils font d'habitude, etc. Dans l'exemple précédent du semis du manioc en ligne, on montrera la ressemblance entre la nouvelle technique et le semis traditionnel, par exemple sur le respect de la polarité des boutures à mettre en terre du côté des racines en laissant en l'air le côté des feuilles. On expliquera ensuite les différences, tel que l'alignement et l'écartement uniforme du semis, l'utilisation de la corde, le semis du même côté de celle-ci, etc.

c. Choisir le nombre des participants

Ce nombre dépend de la technique à enseigner, de ce que les gens savent déjà, et de la disponibilité du matériel. Si les agriculteurs sont trop nombreux et le matériel insuffisant, chacun ne pourra pas bien apprendre. En général, le groupe ne doit pas dépasser 20 personnes pour une démonstration.

d. Prévoir et préparer le matériel d'apprentissage

S'il s'agit d'outils individuels simples, tel que des houes, machettes, etc., on peut en prévoir un pour 2 personnes. Pour des outils plus compliqués, tel que les pulvérisateurs, on en prévoira un pour 4 ou 5 personnes. Il faut rappeler aux agriculteurs, avant la démonstration, les outils qu'ils doivent y apporter eux-mêmes : sacs pour la récolte, boîtes pour les mesures, machette, houe, etc. Sans cela, la démonstration sera impossible.

e. Préparer la démonstration avec soin

Le vulgarisateur doit bien connaître tous les gestes et les façons de faire nécessaires pour que la démonstration soit claire. S'il ne connaît pas bien la technique, il se fera aider par quelqu'un qui la connaît, en recommençant plusieurs fois la démonstration avec lui jusqu'à la maîtriser.

Afin de ne rien oublier pendant la démonstration, le vulgarisateur préparera par écrit les explications qui accompagneront les gestes qu'il fera. Il écrira aussi les défauts constatés chez ceux qui font ce

travail pour la première fois afin de les faire remarquer aux agriculteurs d'une manière qui peut être humoristique et détendre la démonstration.

Le vulgarisateur veillera à préparer la démonstration sur le champ ou le terrain où elle se déroulera. Ce lieu sera choisi de manière à bien convenir au thème à démontrer et à être assez proche de l'endroit où habitent les agriculteurs.

f. Le jour de la démonstration

Le vulgarisateur doit arriver le premier pour accueillir les gens. Il apportera le matériel nécessaire et rappellera le but de la réunion en expliquant pourquoi la technique à apprendre est importante.

Le vulgarisateur doit commencer à travailler lui-même, comme s'il était sur son propre champ. Les agriculteurs sont autour de lui, chacun pouvant bien voir ce qu'il fait. Il explique les gestes pendant qu'il les accomplit. En semant le manioc, il faut expliquer pourquoi il faut semer du même côté de la corde, pourquoi il faut respecter la polarité des boutures, etc. Après près d'un quart d'heure de travail, le vulgarisateur s'arrêtera, expliquera clairement le travail qu'il a fait et laissera les gens poser des questions auxquelles il répondra avec patience. Il recommencera ensuite le travail.

Quand les gens ont bien vu le travail et compris les explications, on demande à un volontaire de remplacer le vulgarisateur pour continuer le travail. Le vulgarisateur reste près de lui pour le guider, et il l'encourage quand il arrive à bien faire. Il ne fera pas travailler trop longtemps la même personne, il passera l'outil à un autre participant, puis à un autre, etc. Le vulgarisateur évitera de faire des reproches à quelqu'un devant les autres. Quand 3 ou 4 personnes ont travaillé, il arrête la démonstration, explique ce qui a été bien fait et ce qu'on peut encore améliorer. Puis il laissera les gens poser des questions. Si le groupe est très grand, on organise des équipes de 2 à 3 ou 4 à 5 personnes, en fonction du type de matériel à utiliser en commun. Dans chaque équipe, on place quelqu'un qui a déjà essayé la nouvelle technique, afin qu'il guide les autres. Le vulgarisateur fera travailler les équipes près les unes des autres, et ira de l'une à l'autre pour les encourager. Dans les équipes, chaque membre doit s'exercer à la nouvelle technique. A la

fin de ce travail en groupes et avant de se séparer, le vulgarisateur laisse une dernière fois les participants poser des questions.

g. Après la démonstration

Le vulgarisateur doit écrire dans son cahier les questions posées par les agriculteurs, les réponses qu'il leur a données, les difficultés rencontrées, les gestes appris facilement, les erreurs les plus fréquentes, etc. Cela lui permettra de mieux préparer et de mieux faire la prochaine démonstration.

Dans les semaines qui suivent la démonstration, il faut suivre les paysans et profiter de toute occasion pour les visiter. On les encourage à appliquer ce qu'ils ont appris, on les aide quitte à recommencer ce qu'on avait déjà montré et expliqué. C'est dans ces visites qu'on voit si les gens avaient bien compris la démonstration. Les agriculteurs doivent aussi savoir, pendant ces semaines, où se trouve le vulgarisateur afin qu'ils puissent le joindre en cas de difficulté dans l'application des techniques et se faire aider.

h. Les avantages et inconvénients des démonstrations

Les démonstrations sont le moyen le plus efficace pour apprendre aux agriculteurs de nouvelles techniques, tel que le semis en ligne, la taille des arbres, la culture attelée, etc. Mais le groupe de ceux qui y prennent part ne doit pas être trop nombreux. Comme, par ailleurs, elles prennent beaucoup de temps, elles limitent fortement le nombre d'agriculteurs qu'un vulgarisateur peut atteindre.

4.5. La visite d'exploitation

La visite chez un paysan ou un groupement qui a réussi sur son exploitation est bénéfique pour des gens ou des groupes qui ont déjà fait des choses chez eux, mais rencontrent beaucoup de difficultés dans leur travail et qui risquent de se décourager et d'abandonner, croyant qu'ils sont les seuls à lutter. Mais on peut aussi faire une visite pour sensibiliser ou informer un groupe d'agriculteurs sur une technique nouvelle. Ils voient alors pourquoi cette technique est intéressante. Ils voient aussi comment le paysan visité a fait pour

réussir. Ils vont alors profiter de son expérience, et la visite les encouragera à commencer ou à continuer les efforts.

En Guinée, dans *Grain de Sel*, n°8, décembre 1997 (pp 29-30), *IBRAHIMA BAH*, de la *Fédération des paysans du FOUTA Djallon*, témoigne : nous utilisons couramment la méthode suivante pour faire passer des innovations (qui ne sont pas obligatoirement des « trouvailles » de techniciens) : les visites entre groupements d'agriculteurs. C'est l'occasion de faire voir concrètement à des paysans d'une zone donnée les réalisations de leurs collègues d'une zone voisine. Plus que n'importe quel discours ou méthode, ces actions ont une influence positive sur les producteurs. Toutefois, ce genre de visite doit être ciblé sur un thème précis dont la maîtrise constitue l'objectif général de la visite.

Pour une visite de sensibilisation, les paysans peuvent être entre 30 et 40, tandis qu'ils ne doivent pas être plus de 20 pour une visite d'information.

a. Avant la visite :

L'exploitation à visiter sera choisie de manière à ce que les paysans y retrouvent les mêmes conditions de travail que chez eux. On évitera de ce fait les centres d'essais et les exploitations très modernes dont les agriculteurs peuvent dire : « Ce n'est pas pour nous ».

Sans être un modèle parfait pour toutes ses réalisations, cette exploitation sera choisie pour une chose particulière que le paysan a réussie : un champ bien entretenu, une compostière simple, un poulailler bien construit, etc.

La visite de l'exploitation doit être préparée avec soin, d'abord par une visite préalable du vulgarisateur. Il expliquera au propriétaire de l'exploitation le but de la visite et lui demandera son accord. Il fixera avec lui le jour et l'heure de la visite.

La visite sera ensuite préparée avec le groupe des agriculteurs, par une réunion où le vulgarisateur expliquera le but de la visite et signalera les choses à regarder avec attention : les constructions, les champs, les animaux, les maladies, etc. Il leur parlera de la logistique : du jour et de l'heure de la visite, du transport, de la restauration, etc.

b. Pendant la visite :

Après la présentation du groupe et du propriétaire de l'exploitation, le vulgarisateur laissera la parole à celui-ci qui parlera de son exploitation et guidera la visite tout en répondant aux questions des visiteurs. Le vulgarisateur intervient seulement si une question importante a été oubliée, si une réponse a été mal comprise, ou si un détail important n'a pas été vu ou compris. Les questions des visiteurs peuvent beaucoup aider le propriétaire à réfléchir sur son travail, à s'expliquer bien des choses qu'il fait, et à améliorer sa façon de faire.

c. Les avantages et les inconvénients d'une visite d'exploitation

La visite permet aux gens de voir qu'une réalisation nouvelle est possible. Elle permet de comprendre et de visualiser le thème d'une campagne, et elle encourage les agriculteurs à adopter une technique nouvelle. Elle est donc un bon instrument de sensibilisation et d'information, mais elle a besoin d'étapes ultérieures pour que les agriculteurs adoptent vraiment un pouvoir faire, dans leur travail, à partir du savoir et du savoir-faire que la visite leur a donnés.

d. Après la visite :

Pour que la visite soit vraiment utile, il faut prévoir une réunion après, pour que les agriculteurs réfléchissent sur ce qu'ils ont appris, vu et noté pendant la visite. Dans cette réunion, le vulgarisateur posera des questions sur le paysan visité, sur son exploitation et sur la réalisation de celle-ci.

Le vulgarisateur rédige un rapport de sa visite avec des éléments de réponse à ces questions, et si les agriculteurs sont lettrés, ils peuvent aussi faire un compte-rendu écrit de la visite.

4.6. Les moyens audiovisuels

Les moyens audiovisuels sont de trois types. On a d'abord les moyens audio qui s'adressent uniquement à l'ouïe, tels que la radio, les bandes cassettes et les cd. On a ensuite les moyens visuels qui

sollicitent la vue, tel que les tableaux, les affiches, les boîtes à images, le tableau noir, les projections, etc. On a enfin les moyens audiovisuels au sens strict, qui sollicitent à la fois l'ouïe et la vue. C'est le cas des films, des vidéos, des dvd, etc.

Comme leur nom l'indique, les moyens audiovisuels ne sont pas à proprement parler des méthodes de vulgarisation, mais plutôt des outils qui peuvent aider dans l'application des méthodes que nous avons étudiées. C'est ainsi que, par exemple, lors d'une réunion d'information des agriculteurs sur une technique, on peut leur montrer des images ou leur projeter des diapositives et des films sur cette technique afin d'illustrer celle-ci et de compléter les informations. La réunion est une méthode de vulgarisation, tandis que les images sont des outils d'appoint.

a) Le tableau noir

Le tableau noir est une aide pendant les réunions. Il aide à fixer les idées et à les classer. Dans les réunions de sensibilisation, on écrit au tableau chaque idée nouvelle, tandis que dans les réunions d'information le tableau peut servir pour dessiner, car un bon dessin aide souvent à mieux comprendre. Une autre modalité de cette utilisation du tableau consiste à y afficher, avec des punaises ou du papier collant, un dessin préparé d'avance.

Le tableau permet de résumer plus facilement ce qui a été dit dans la réunion, mais il ne sert que quand les paysans savent lire.

Avant la réunion, il faut penser à la craie et au chiffon pour effacer. Pendant la réunion, il faut veiller à ce que tous les participants puissent le voir. Il faut donc éviter, en écrivant, de rester devant le tableau, et il faut écrire lisiblement.

b) Les affiches et les boîtes à images.

Il s'agit de grandes affiches ayant un ou plusieurs dessins illustrant le thème à vulgariser, tel que l'emploi des semences sélectionnées, une campagne de vaccination, les soins à donner aux animaux, la lutte contre les insectes et les autres ennemis d'une culture, etc. Il faut placer les affiches sur des lieux de réunion ou des lieux très

fréquentés tels que les lieux de passage, les marchés, les magasins, etc.

Tandis que la boîte à images est une série d'affiches portant sur un même thème et attachées ensemble dans un ordre donné pour la présentation du thème. Elles sont utilisées dans des réunions pour sensibiliser ou informer les paysans sur un sujet précis. Elles sont accompagnées de livrets destinés au vulgarisateur et expliquant ce que chaque affiche veut dire.

Avant la réunion, il faut regarder la boîte d'image et préparer la réunion. Pendant la réunion, on montre les affiches les unes après les autres. Sur chaque affiche, on donne les explications nécessaires. On veillera à ne pas parler de choses nouvelles dont on ne pourra pas montrer l'image au moment où on en parlera. On reste sur une affiche le temps nécessaire pour les explications. A la fin de toute la boîte, il faut faire un résumé de ce qu'on a vu et répondre aux questions s'il y en a.

c) Les émissions radio et TV

Les émissions radio peuvent servir pour la sensibilisation et l'information. On ne les écoute pas toujours attentivement, mais on peut organiser leur audition dans des groupes d'écoute où l'on discute sur l'émission après. Les groupes d'écoute ne doivent pas dépasser 20-30 personnes, pour une bonne discussion. Ils doivent avoir un animateur qui guide les discussions, et les membres doivent venir régulièrement.

Les émissions radio rencontrent des limites liées à la logistique, car le vulgarisateur doit entrer dans le créneau et les orientations d'une station radio à qui il soumet ses programmes. La limite est encore plus forte pour les émissions TV où s'ajoutent des facteurs comme la disponibilité et l'accessibilité des téléviseurs et de l'électricité pour les agriculteurs.

4.7. Le choix des méthodes de vulgarisation

Les différentes méthodes que nous venons d'examiner sont à utiliser avec discernement. Par exemple, pour parler d'un outil tel que le rayonneur en agriculture, d'une maladie des plantes ou d'une culture, il faut souvent préférer la présentation des objets réels, tel qu'un vrai rayonneur ou une plante malade, à leurs images. Celles-ci offrent le flanc à l'interprétation, et elles exigent une culture de l'image qui peut manquer totalement aux personnes non

scolarisées. Qu'on pense ici au chapeau du Petit Prince que ce dernier interprète comme un serpent ayant avalé une bête, ou à l'élève qui répond que celui qui tient trois oranges dans une main et quatre dans une autre a de grandes mains, ou celui à qui on montre la lune et qui regarde le doigt...

Par ailleurs, on ne peut pas utiliser toutes ces méthodes en même temps. L'on a au contraire à en choisir seulement une ou deux, en fonction des critères qui dépendent des facteurs que nous avons évoqués dans les principes de la communication : la personne du vulgarisateur lui-même, le type de message à transmettre, les caractéristiques des destinataires, la nature de la méthode concernée, le contexte et l'environnement, ainsi que l'étape de la vulgarisation où l'on se trouve. Nous synthétisons, dans le tableau ci-dessous, les caractéristiques des différentes méthodes que nous venons d'examiner et qui déterminent leur choix.

Les méthodes de vulgarisation et leurs caractéristiques
Les méthodes de vulgarisation et leurs caractéristiques

Méthode	Quoi	Avant	Avantages	Inconvénients	Cibles	Étapes de VA
----------------	-------------	--------------	------------------	----------------------	---------------	---------------------

Conversa tion individue lle	Entretien	Préparation : Qui, quoi lui dire, plan de conversation , fixer rendez-vous, etc.	Contact direct et immédiat, ajustement s possibles;	Beaucoup de temps et de vulgarisate urs requis; néglige la force du groupe	Personn es influent es : chefs et notables	Sensibi lisation
Réunion	Un groupe de personnes, un but, un lieu (sauf vidéoconfér ence et conférence téléphoniqu e), une date et la discussion : 5 types.	Préparation : but, date et lieu à préciser dans une invitation verbale ou écrite; ordre du jour par écrit, avec les points à traiter; préparer l'espace; logistique pour la motivation;	On rencontre plusieurs personnes à la fois : moins de temps; mise en commun des idées; dynamique de groupe	Frein pour les timides; anonymat des grands groupes, problème de logistique pour les vidéoconfér ences et les conférences téléphoniqu es	Tout le monde	Sensibi lisation , inform ation, décisio n, organis ation de l'action , évaluat ion

Métho de	Quoi	Avant	Avantages	Inconvénien ts	Cibles	Étapes de VA
---------------------	-------------	--------------	------------------	---------------------------	---------------	-------------------------

Champ d'essai	L'agriculteur essaie l'innovation sur une petite parcelle, à côté d'une parcelle témoin, sous la supervision du vulgarisateur	Réunion préparatoire avec tous les intéressés; choix du paysan leader;	Les paysans, curieux, voient les résultats et tirent leurs conclusions; effet du bouche à oreille	Choix de l'agriculteur et des parcelles; choix d'un seul élément de comparaison et de différences fortes; proximité du village; besoin de plusieurs réunions; essai à refaire dans chaque village	Petits groupes	Sensibilisation, démonstration
Démonstration	« Montrer » une technique	Choix du site en fonction du thème et accessibilité; préparer avec soin les gestes, le matériel, les explications par écrit, les erreurs à signaler avec humour;	Moyen le plus efficace pour enseigner de nouvelles techniques aux agriculteurs	Enseigner une seule chose à la fois; pas plus de 20 personnes à cause du matériel; prend beaucoup de temps	Paysans déjà sensibilisés et informés	Apprentissage

Méthode	Quoi	Avant	Avantages	Inconvénients	Cibles	Étapes de VA

Visite d'exploitation	Visite de l'exploitation d'un paysan qui a réussi une technique	Choisir une exploitation aux conditions semblables aux autres exploitations; visite préalable du vulgarisateur pour expliquer le but et demander l'accord. Fixer jour et heure de visite. Réunion préparatoire avec les autres agriculteurs : but, choses à observer	On voit une réalisation réelle;	Besoin d'étapes ultérieures pour que les agriculteurs adoptent un pouvoir faire.	Ceux qui ont déjà essayé, mais rencontrent des difficultés	Sensibilisation, information, apprentissage;
-----------------------	---	--	---------------------------------	--	--	--

a) En fonction du message :

Les messages de la vulgarisation agricole sont habituellement des techniques agricoles. Ce sont des thèmes pratiques qui font appel à toutes les méthodes que nous avons examinées : Les réunions et les mass médias pour expliquer aux agriculteurs, en fonction de la taille du public ciblé, les démonstrations pour montrer les techniques, les essais pour les faire exécuter par les agriculteurs, etc.

Toutes les méthodes étudiées peuvent donc être utilisées pour la vulgarisation des thèmes agricoles, elles sont pratiquement toutes égales du point de vue du contenu agricole à vulgariser. Leur choix

dépendra donc surtout des autres facteurs, en l'occurrence les agriculteurs qui sont les récepteurs des messages et les cibles de la vulgarisation, les canaux de transmission, et le vulgarisateur qui est l'émetteur.

b) En fonction du vulgarisateur :

Pour le vulgarisateur, le choix des méthodes dépendra de la connaissance et de la maîtrise qu'il en a.

c) En fonction des agriculteurs :

Du point de vue des agriculteurs qui sont les destinataires du message et les cibles de la vulgarisation, le choix de la méthode dépendra de son efficacité qui est son aptitude à les faire bouger et à produire les résultats escomptés. Ces résultats sont de trois types. Il y a d'abord la réception de l'enseignement ou de l'information. Ce résultat est atteint dès que les agriculteurs sont touchés : Ils ont écouté la radio, vu les images, assisté à la réunion, etc.

Le deuxième type de résultat attendu d'une méthode de vulgarisation est la compréhension du message ou la connaissance théorique de la nouvelle technique vulgarisée. Il s'agit de ce que les agriculteurs ont compris du thème de la réunion, du message contenu dans une affiche, etc.?

Le troisième de résultat est la mise en pratique de la technique vulgarisée. L'action ou la réalisation d'un travail est le but ultime de la vulgarisation sur l'agriculteur.

Le nombre d'agriculteurs ciblés est un autre facteur qui détermine le choix des méthodes. En effet, si une conversation individuelle est indiquée pour communiquer avec un seul paysan, il faut penser à des méthodes de vulgarisation de groupe pour des agriculteurs plus nombreux. Il en est ainsi des réunions, des démonstrations, des émissions radio, des tableaux, des affiches et des boîtes à images pour de petits groupes. Tandis que pour des groupes plus grands on va recourir aux essais. Pour toucher un nombre encore plus grand de personnes, sur toute une région ou un pays, par exemple, il faut faire appel à des méthodes de vulgarisation de masse, comme la radio, les journaux, ou la télévision.

Les caractéristiques des agriculteurs, tel que leur âge, leur scolarisation, leur sexe, etc. peuvent aussi entrer en jeu pour le choix de la méthode de vulgarisation. Pour des agriculteurs analphabètes, par exemple, on exclura les moyens qui font appel à l'écrit et à l'image, au profit des réunions et des démonstrations.

d) En fonction de la méthode :

Les facteurs propres d'une méthode qui influencent son choix sont ceux représentés dans le triangle de l'évaluation de la vulgarisation, à savoir le coût, l'efficacité et la disponibilité des moyens humains, matériels et financiers qu'il faut mettre en oeuvre pour appliquer cette méthode.

Le coût d'une méthode correspond à celui de ces moyens. Il détermine l'accessibilité de ceux-ci et conditionne la faisabilité de la méthode. Qu'on pense aux moyens audiovisuels tels que les films, les boîtes à images, la radio, la télévision, etc.

L'efficacité d'une méthode est sa capacité à produire les résultats escomptés et à conduire aux objectifs visés. Dans une méthode utilisant les moyens de masse, par exemple, l'efficacité est réduite et difficile à évaluer du fait qu'on ne connaît pas les agriculteurs que l'on touche. Faute de feed-back, on ne sait pas ce qu'ils pensent, et on ne peut donc pas obtenir facilement leur confiance qui est pourtant nécessaire pour l'adoption d'une nouvelle technique.

5. LA VULGARISATION AGRICOLE EN R.D. CONGO

5.1. Contexte général

La vulgarisation agricole partage les réalités de l'ensemble du secteur agricole. Les initiateurs du projet PARRSA pour la relance de l'agriculture dans la Province de l'Équateur se sont penchés sur l'arrière-fond de ce secteur et ont essayé de retracer l'historique de la vulgarisation.

D'après ces experts, la corruption et la mauvaise gestion qu'on observe aujourd'hui dans le secteur agricole trouvent leur origine dans un long passé, que l'on peut scinder en quatre périodes, depuis la législation coloniale qui a duré jusqu'en 1960 :

1. Avant et après l'indépendance :

- Appui aux petits fermiers pour les cultures vivrières et les cultures de rente.
- Un système hiérarchisé de vulgarisation, basé sur des milliers de moniteurs agricoles;
- Les moniteurs agricoles distribuaient des techniques améliorées et des messages de vulgarisation aux fermiers dans leurs zones

2. Régime Mobutu :

- Mégestion des grandes plantations, accélérée avec la zaïrianisation dans les années 70 : Les terres et les entreprises agricoles saisies arbitrairement sont remises à des acquéreurs-pilleurs-ruineurs.

3. Avant et après la chute de Mobutu :

- Des décennies de guerre frappèrent durement les institutions de vulgarisation agricole qui étaient déjà faibles et les systèmes clés de commercialisation.
- Les infrastructures agricoles et commerciales étaient détruites ou abandonnées dans toutes les provinces. Les équipements étaient pillés, et les voies de communication détruites.
- Les cadres furent impayés pendant des années, mais beaucoup restèrent en poste, en quête des moyens de survie.

La plupart des cadres qui restèrent en poste étaient et sont encore non formés aux nouvelles approches de transmission des techniques modernes aux agriculteurs, et ils ont dépassé l'âge de la retraite.

- Une grande partie des cadres en agriculture dans les provinces demeurent non informés des changements politiques nationales récentes ou en préparation, tel que le CAGs, la proposition du

nouveau code agricole, et d'autres mesures liées à la décentralisation et à la privatisation.

□ Ceux qui sont encore capables de travailler attendent un nouveau leadership local, un recyclage, et un minimum de ressources pour recommencer à travailler.

4. La fin des conflits armés :

□ Cette période devrait offrir de nouvelles opportunités pour le changement.

□ Une volonté politique adéquate et l'aide internationale sont entrain d'aider le Congo à introduire un plan d'urgence destiné à paver la voie pour un développement agricole durable, équitable et participatif à la fois pour les petits exploitants et pour ceux qui seront impliqués dans la relance des grandes fermes agricoles dans certains endroits.

□ Mais, pour le moment, des études récentes ont montré que l'administration du secteur agricole est remplie d'employés non performants, mal payés, et non motivés, dont près de 65% des fonctionnaires du ministère qui ont dépassé l'âge de la retraite et à propos de qui le ministre de l'agriculture en 2009 s'est demandé « pourquoi fournir des vélos à nos agents s'ils sont trop vieux pour pédaler? »

□ Une étude a montré le nombre très réduit du personnel agricole. Cela donne du personnel du secteur agricole l'image d'un corps très au milieu mais avec une base très réduite et un manque criant de personnel de terrain et de personnel technique.

□ En conséquence, le secteur de l'agriculture souffre de graves faiblesses en termes de capacités organisationnelles, institutionnelles et techniques, surtout au niveau des provinces et des districts. Cela a été le grand obstacle à un service de qualité dans ce secteur.

5.2. Deux schémas de vulgarisation

En matière de vulgarisation, la R.D.C. a vécu l'évolution que le Mémento de l'agronome (CIRAD et GRET, 2006) décrit entre deux modèles de vulgarisation, en l'occurrence les schémas classiques et les dispositifs plus récents.

5.2.1. Les schémas classiques de vulgarisation

Ils sont conçus, gérés et mis en oeuvre directement par les services des Etats, dans le cadre de structures administratives souvent lourdes. Ils sont composés de fonctionnaires qui font une vulgarisation de masse avec un encadrement multifonctionnel rapproché. Les agents de la vulgarisation s'occupent ainsi d'imposer notamment les trois choses suivantes :

- Des cultures dans des dispositifs dits d' « approche intégrée autour d'une culture de rente ».

Les dimensions des champs

- Les techniques éprouvées.

A partir des années 80, ces structures ont cherché à élargir leurs actions à la prise en compte d'autres spéculations de l'exploitation agricole ainsi qu'à un appui à l'organisation du milieu.

La Banque Mondiale a promu, dans les années 70, un système de vulgarisation appartenant à ce système et appelé « T and V » (Training and Visit, ou Formation et Visite). Cf. le Mémoire de Joseph Katenda qui étudie ce système et attribue son échec en RDC au manque de référentiel...

On peut penser aussi au système de vulgarisation « champ-école » : Penser aux champs de démonstration. Fondé sur un réseau très dense de conseillers sur le terrain, il a permis d'obtenir d'importants résultats dans l'adoption par les paysans de techniques de production spécialisées, tel que l'intensification rizicole en contre-saison dans certains pays, en valorisant les acquis de la recherche agronomique.

On rapporte que, dans de nombreux pays où ils ont été appliqués, ces **dispositifs verticaux de vulgarisation** ont montré leur efficacité au sein des filières encadrées, en particulier dans la production cotonnière. Ils ont permis un accroissement des revenus

des producteurs, et ceux-ci ont pris conscience de la nécessité de s'organiser.

Mais ils focalisent de manière exagérée les appuis sur une seule culture et contribuent à une centralisation des pouvoirs de décision et de gestion entre les mains des sociétés d'exploitation. En outre, ce type de vulgarisation avait tendance à faire penser qu'aucune autre formation n'était nécessaire.

Aujourd'hui, les jugements sur ces systèmes sont sans appel, on considère que leurs résultats sont mitigés. On leur reproche, en particulier, d'être coûteux et mal adaptés à la diversité des activités des producteurs. Par leur organisation hiérarchisée, ils sont mal adaptés à la vulgarisation de thèmes complexes telle que la gestion des ressources naturelles, et ils favorisent difficilement l'implication des producteurs :

« **Sans véritable participation paysanne à la définition des objectifs, méthodes et résultats attendus**, ces dispositifs ont montré leur incapacité à générer des dynamismes de développement agricole portés par les paysans. Par ailleurs, le coût important de ce type de montage a rendu impossible sa prise en charge par l'Etat dans la durée » (CIRAD et GRET, 2006).

La figure emblématique de ces systèmes classiques de vulgarisation est l'institution « **Moniteurs agricoles** » que nous allons examiner spécifiquement dans une section ci-dessous.

5.2.2. Les dispositifs plus récents

Il s'agit de dispositifs gérés par les organisations agricoles ou par des prestataires de services privés tel que, en R.D.C., INADES Formation pour les besoins en formation. Au sein de ces organisations, les paysans sont mieux armés pour exprimer leurs attentes et suivre les pistes et les conseils qui leur sont proposés à leur demande et qu'ils contribuent à définir.

Au-delà des conseils sur les techniques culturales, les besoins d'appui se manifestent ici dans de nombreux domaines, selon les besoins exprimés par les paysans : outils de comptabilité-gestion, aide à la commercialisation, systèmes d'information sur les prix et les marchés, connaissance des règlements fonciers, appui juridique pour la gestion de contentieux commerciaux, etc.

5.2.3. Leçons tirées

De ces deux types de vulgarisation, en particulier des schémas classiques, l'on a tiré les leçons qui ont permis l'élaboration des modèles récents. Nous présentons ci-après certaines de ces leçons (CIRAD et GRET, 2006) :

- Concevoir, gérer et réaliser la vulgarisation avec les paysans ;
- Prendre en compte l'environnement socio-économique et politique
- Mettre en place une recherche appliquée adaptée ;
- Ne pas réserver la vulgarisation aux chefs de famille ;
- Former les agents de vulgarisation à la complexité du métier ;
- Centrer les dispositifs de vulgarisation sur leurs fonctions ;
- Laisser place à la diversité des dispositifs ;
- Coordonner l'action des agences de coopération ;
- Savoir qui doit payer quoi ;
- Adapter les dispositifs à la demande et au contexte.

5.3. Les moniteurs agricoles

Au Congo, le succès des innovations agricoles était lié aux moniteurs agricoles, ces agents chargés de la vulgarisation. Traditionnellement, la population autarcique qui jouissait des produits de la cueillette et de la chasse ne cherchait guère à accroître sa production agricole ni son revenu financier. L'on pouvait lui appliquer textuellement les observations faites par certains auteurs dans d'autres pays d'Afrique où les paysans ne cherchent pas d'abord à retirer de leurs activités un revenu financier, mais plutôt des moyens variés de satisfaire leurs besoins de toutes sortes.

René Dumont a ainsi rapporté cette explication d'un propriétaire qui laissait son fumier s'entasser en hauts tumulus au lieu de l'épandre dans ses champs : « Je suis vieux et vais bientôt mourir. Alors quand les passants verront ce monticule, ils penseront à moi et se diront : C'était un grand chef, car il avait un grand troupeau, pour avoir laissé un tel tas de fumier ! » (R. Dumont. 1954. *Economie agricole dans le monde*. Paris, Dalloz, p. 100, cité par H. MENDRAS, 1993).

De même, Alain LEPLAIDEUR (1989, cité par ISANGU, 2003) illustre le raisonnement, en termes de revenu cible, des gens qui ne sont pas mus par la recherche du profit. Il a observé que les agriculteurs ne conduisaient pas la culture de cacao en permanence de manière intensive, mais que le cacaoyer était plutôt soigné pour apporter, selon les besoins, l'argent nécessaire pour la santé, l'alimentation complémentaire, l'impôt, la scolarité, l'habitat, la fête, etc. Il rapporte à ce propos cette explication d'un chef dont la cacaoyère est très bien entretenue sur 50 mètres, et à l'abandon au-delà : "Tu vois, jusque là (la partie bien entretenue) je suis bon planteur. C'est l'argent qu'il me faut chaque année pour mes besoins. De ce côté-ci (la partie à l'abandon), je ne récolte et n'entretiens que quand j'ai besoin d'argent en plus : Payer des tôles pour le toit des cases, pour une fête..."

Il en est de même de ce planteur dont le cacao commercialisé a chuté de 1,5 tonne à 150 kg en un an... Occupé à placer les tôles sur le toit de sa case, tandis que les cabosses non récoltées pourrissent sur les arbres, il explique :

"Avec l'argent du cacao de l'année passée, j'ai pu acheter mes tôles. Maintenant le travail urgent c'est la maison. Qu'irais-je faire avec l'argent du nouveau cacao ?"

Or le gouvernement colonial avait besoin, pour l'exportation et le ravitaillement des villes, de cette production supplémentaire et de ce nouveau cacao que dédaignaient les agriculteurs. Des superficies et des cultures furent donc imposées. Les moniteurs agricoles étaient chargés de l'application de cette politique, sanctionnant par de lourdes amendes les paysans qui ne n'y conformaient pas. DE LAMINNE DE BEX (1963) décrit de la manière suivante les tâches respectives des habitants et des moniteurs agricoles :

"Que les tâches individuelles soient accomplies au moment fixé, de bon ou de mauvais gré, peu importe. Concrètement, il revient aux

moniteurs agricoles, personnel d'exécution, d'assigner à chacun la tâche à exécuter, à en contrôler la bonne exécution et à proposer, si nécessaire, des sanctions contre les récalcitrants, bref, d'encadrer la population rurale à laquelle il est nécessaire d'inculquer une bonne discipline de travail pour la mise en marche des travaux, pour commencer les différentes opérations culturales au moment voulu, pour respecter la durée des jachères, pour grouper les champs, etc." (R. DE LAMINE DE BEX. 1963. *Note concernant les moniteurs agricoles*, inéd. Kisantu).

Plutôt qu'un animateur des milieux ruraux donnant un encadrement technique, le moniteur agricole était surtout perçu par les paysans dans sa fonction de "Moniteur agricole Policier". Il était ce contrôleur ayant le pouvoir d'imposer des amendes. F. DE BOECK (1995) explique comment, pour éviter les sanctions, les habitants du Kwango avaient l'habitude de s'enfuir en forêt ou de l'autre côté de la frontière avec l'Angola à chaque fois que le moniteur agricole venait inspecter les champs.

Cette politique coercitive de vulgarisation a produit des résultats certains, mais elle ne s'est pas enracinée, comme H. NICOLAÏ (1957) l'a constaté avec dépit au Kwango : "Depuis l'intervention européenne l'indigène n'a guère modifié son agriculture ni accru ses champs." C'est ainsi que, après l'indépendance, de nombreux paysans se sont détournés de l'agriculture moderne et de ses travaux accomplis naguère sous la contrainte. L'on rapporte toutefois, en bien des endroits en Afrique et même au Congo, le succès de l'intégration des cultures commerciales tel que le café et le cacao que les paysans se sont appropriés et qu'ils ont adoptés définitivement.

Mais, bien qu'adouci, le système des cultures obligatoires a encore continué après l'indépendance. Tout adulte valide occupé par l'agriculture était tenu de cultiver entre 0,5 et 1 hectare des cultures vivrières parmi les principales. Mais, suite à la crise qui a secoué l'administration et lui a fait perdre son emprise sur la population, les

Fiche technique : Culture du manioc et de la patate douce

NDENGE YA KOSALA BILANGA YA MANIOKO NA MBALA YA SUKALI		
Misala	Biloko	
1. Kobongisa esika	Kokata matiti, banzete	Mbeli, kongo

	na misisa na yango, mpe kolongola yango	
2. Labour	Kobalola mabele	Tracteur
3. Hersage	Kobuka biteni minene ya mabele, kokomisa mabele plat.	Tracteur
4. Kokabola bilanga	Lokola mabele ezali monene mingi, tokokabola yango na bilanga 100, elanga moko na moko ezali na 1 ha (100mx100m). Elanga moko na moko ezali na numero na yango, lokola A1, B1, C5, etc. Bakobanda kolanda ba numero wana mpo na kotinda bino na bilanga.	Basinga, décamètre, bapiquets
5. Mikala	Kosala mikala po mbala ezwa mabele ya kokolisa misisa	Tracteur
6. Kopona ndenge ya manioko mpe mbala	Manioko na mbala ezali ndenge ebele : manioko ya sukali to ya bololo, mosusu ebotaka mingi, mosusu moke, mosusu ebelaka maladi mpe ekufi, mosusu ezwaka maladi mingi te. Mosusu ya pembe, mosusu ya jaune, mbala mosusu ya chocolat. Manioko Butamu, Kinuani, Mbankana, Mvuama, etc. Kopono oyo ebelaka mingi te, ebotaka mingi	
7. Kobongisa banzete ya kolona	Tokobuka banzete ya kolona na manioko ya sanza 8-18, na eteni ya nzete oyo ekomela. tokokata biteni ya 30 cm (lokola latte), ezala na miso 5. Mpo na mbala, tokozwa songe ya singa ekomela mingi	Mbeli, latte

	<p>te. Tokobomba banzete nyonso esika ya malili, pe tokobalola yango te, mitu na yango etala esika moko.</p>	
<p>8. Kolona manioko to mbala</p>	<p>Tokolona na molongo, po tokoka koleka facilement o tango ya misala ya kolongola matiti, mpe po 'te nzete moko na moko ezala na esika na yango ya malamumu, mpe na bilei bikoki (mwana na mwana na sani na ye). Tokolanda molongo ya singa, mpe tokolona nzete nyonso ngambo moko ya singa, loboko la gauche.</p> <p>Manioko : Tokolalisa nzete moke, nse na yango tokundi na mabele, likolo etikali na likolo. Tokotika distance ya 1 m kati ya nzete mibale.</p> <p>Mbala : Tokolalisa yango, pe tokokunda yango mozindo mingi te, tokotika nzete ya 5 cm libanda ya mabele, pe tokotika lokasa moko bakata te na nzete moko moko. Na mokala moko, tokolona milongo 2 ya mbala, mpe tokotika 30 cm o kati ya milongo</p>	<p>Kongo</p>

	mibale mpe o kati ya banzete.	
9. Kobongisa elanga	Tokolongola matiti, tokozongisa mabele zonga zonga ya nzete ya manioko mpo 'te misisa ezwa esika ya kokola malamumu. Tokolongola matiti mbala mibale mpo na mbala.	Kongo
10. Kopikola manioko to mbala	Tokopikola nzete nyonso mbala moko. Tokozela bongo manioko to mbala ekola malamumu, sima ya sanza 8-10 mpo na manioko, sanza 6 mpo na mbala, tango bankasa ekomi motane.	Na maboko to na kongo
11. Kakawisa manioko	Mbala ekotekama mobesu, manioko esengeli kokauka. Tokolongola mposo na yango na mbeli, mpe tokolalisa yango na mayi mikolo mibale mpo na manioko ya sukali mpo na	Mbeli

	kolongola mwa poison ezali na yango. Poison yango epesaka bololo, mpe maladi ya goître. Sima na yango tokotanda manioko na moi mpo ekauka.	
--	--	--

Nous avons ensuite débuté la formation proprement dite avec une séance vivante et interactive, suivant la fiche technique ci-dessous que nous avons élaborée à cet effet. Les 5 groupes de techniques agricoles ont été expliquées : La préparation du sol, le semis, l'entretien des champs, la récolte, et le traitement des produits.

Les participants ont ensuite été repartis en 5 groupes pour le travail en ateliers. Dans ces groupes, sous la conduite des techniciens, ils ont partagé leurs connaissances sur les techniques agricoles traditionnelles. Cela devait les conduire à mettre en évidence les innovations des techniques modernes que nous entendons pratiquer à APAD et sur lesquelles il fallait attirer l'attention : L'utilisation des variétés de manioc améliorées Zizila et Mbankana, le morcellement des tiges de manioc en boutures de 25 cm et 30 cm selon les 2 variétés, le semis en ligne à l'aide d'une corde de traçage et du même côté de celle-ci, l'attention à porter à la polarité des boutures, etc.

En séance plénière, nous avons vérifié que les techniques avaient été bien comprises. Les participants ont eu la possibilité de poser des questions et d'exprimer leurs préoccupations. A la fin de la formation, dans l'après-midi, un repas a été servi aux participants et le pécule leur a été remis.

Quelques considérations sur cette expérience :

- Le fait de commencer par donner des nouvelles décripe l'assistance en permet d'entrer sans brusquerie dans le sujet de la formation.
- Le thème est précis. Il s'agit des techniques agricoles, et cela évite de s'égarer sur d'autres sujets, en particulier quand les participants posent des questions.

- Destinataires : Les agriculteurs membres du projet et les volontaires. Ce sont tous des personnes intéressées et motivées. Leur grand nombre ne convient pas pour des techniques de vulgarisation comme les démonstrations ou les visites. Ces méthodes devront suivre pour renforcer la formation reçue, et il faudra alors répartir les participants en des groupes plus petits.
- Les formateurs : L'expert agronome et les techniciens sont des gens formés et maîtrisant les techniques modernes qu'ils enseignent, même s'ils maîtrisent moins les techniques traditionnelles. Ils seront bien écoutés.
- La participation du chef de groupement et du chef de village donne autorité et légitimité à la formation. Ces autorités qui, comme nous avons déjà vu, doivent avoir la primeur de l'information, auront été sensibilisées avant et « gagnées » par des entretiens individuels et de petites attentions.
- La séance préparatoire entre l'expert agronome et les techniciens permet à tout le monde de bien fixer le contenu de la formation, de bien connaître son rôle et de le jouer correctement.
- La collation et le pécule sont une bonne motivation.
- La langue locale permet aux gens d'être à l'aise et de mieux comprendre la formation.
- Le hangar aéré permet aux participants d'être à l'aise. Mais il s'est posé un problème de chaises pour un si grand public.

