

UNIVERSITE CATHOLIQUE DE BUKAVU
« U.C.B. »
B.P. 285 BUKAVU

Faculté des Sciences Agronomiques

COURS DE VULGARISATION AGRICOLE

*Destiné aux étudiants de troisième année de graduat en Sciences
Agronomiques*

Elaboré et dispensé par le

Prof. Dr. Ir. BUGEME MUGISHO David

Docteur en Sciences Agronomiques

E-mail: davidbugeme@yahoo.fr , dbugeme@gmail.com

Juin 2011

Chapitre I : INTRODUCTION

I.1. Background

I.2. Différentes pratiques de la vulgarisation

I.3. Vulgarisation: une question d'actualité

I.4. Objectif du cours

Chapitre II : NOTIONS GENERALES ET DEFINITIONS DES QUELQUES CONCEPTS

II.1. Définitions des Quelques Concepts de Base

II.1.1. Petit paysan

II.1.2. Pauvreté

II.1.3. Vulgarisation

II.1.4. Développement agricole

II.1.5. Développement rural

II.1.6. Développement intégré

II.1.7 Stratégie de Vulgarisation

II.1.8. Animation

II.2. Composantes de la vulgarisation

Chapitre III : PRINCIPES ET THEMES DE VULGARISATION

III.1. Communication

III.2. Démonstration

III.3. Participation

Chapitre IV : METHODES ET TECHNIQUES DE VULGARISATION

IV.1. Méthodes de vulgarisation

IV.1.1. Conseil individuel

IV.1.2. Conseil de groupe

IV.1.3. Vulgarisation de masse

IV.1.4. Vulgarisation dans les écoles rurales

IV.1.5. Dynamique des groupes restreints

IV.2. Techniques de vulgarisation

IV.3. Moyens auxiliaires de la vulgarisation

IV.3.1. Expression orale et écrite

IV.3.2. Représentations imagées

IV.3.3. Diapositives et films

IV.3.4. Représentations en relief

IV 3.5. Représentations animées

Chapitre V : PLANIFICATION ET SYSTEMES DE VULGARISATION

V.1. Planification de la vulgarisation

V.1.1. Mécanismes de la planification

V.1.2. Définitions des objectifs et des politiques

V.1.3. Planification au niveau du vulgarisateur

V.1.4. Planification générale de la vulgarisation

V.1.5. Etablissements des coûts

V.2. Principaux systèmes de vulgarisation

V.2.1. Système de formation et visite

V.2.2. Systèmes basés sur une culture de rente

V.2.3. Systèmes de vulgarisations basées sur la recherche-système

V.2.4. Systèmes de vulgarisations basées sur les groupements de producteur ou associations villageoises

Chapitre I. INTRODUCTION

I.1. Background

Depuis quelques années, les idées sur le développement rural ont connu une évolution importante.

L'Agriculteur doit produire plus et mieux, tout en préservant les ressources naturelles, mais la vulgarisation ne peut se limiter à la transmission de recettes et de consignes, venues d'ailleurs.

- L'Agriculteur doit comprendre le pourquoi des conseils qui lui sont prodigués. Avant d'adopter une innovation, il doit savoir tout ce que celle-ci va changer dans sa manière de travailler et de vivre
- La modernisation de l'agriculture impose à l'Agriculteur de calculer ses dépenses en fonction de ses recettes, elles-mêmes tributaires des rendements et des prix, il devra investir, acheter et vendre, en un mot « gérer son exploitation
- Les efforts à mener en faveur du Développement Rural sont les efforts de toute la population concernée. La vulgarisation doit donc s'adresser non seulement aux individus, mais également aux groupements de producteurs et aux associations villageoises
- Enfin, il faut susciter la participation de l'homme à son développement. Pour cela, il faut l'impliquer dans la détermination des objectifs, dans la mise au point des innovations et dans le suivi et l'évaluation des programmes. L'agriculteur et les structures qui le présentent doivent devenir des partenaires de la vulgarisation.

Malheureusement, trop souvent, ces principes n'ont pu engendrer que l'usage abusif d'une terminologie nouvelle, vite dévalorisée par manque d'application réelle.

Il est donc nécessaire de montrer comment passer concrètement des principes à la pratique et, pour cela, quelles compétences et quelles motivations nouvelles devaient acquérir les agents de terrain.

I.2. Différentes pratiques de la vulgarisation

Il s'agit dans cette introduction de semer le rôle et les pratiques de la vulgarisation dans le développement rural et de voir l'évolution. Note analyse portera sur les points suivants :

- utilité de la vulgarisation
- diversité de conception
- notions de développement
- stratégies de vulgarisation

I.3. La vulgarisation: une question d'actualité

Aujourd'hui, la priorité, souvent consacrée dans le passé aux opérations de vulgarisation, est souvent remise en cause. Son intérêt même est parfois nié.

Les arguments contre la vulgarisation ne manquent pas :

- La vulgarisation agricole coûte cher. On ne sait pas très bien ce qu'elle rapporte car son rapport coût efficacité est particulièrement difficile à calculer. L'Etat a de plus en plus de mal à la prendre financièrement en charge car les bénéfices qu'elle permet de réaliser avec l'augmentation de la production, lui échappent le plus souvent, notamment dans le cas du vivrier
- La plupart des thèmes de vulgarisation ne sont pas nouveaux pour les paysans. Ceux-ci les connaissent. La vulgarisation ne répond pas à leurs besoins prioritaires. Leurs points de blocage sont ailleurs
- Il y a peu de nouveaux thèmes. Les efforts financiers doivent se porter d'abord sur la recherche
- S'il existait des thèmes nouveaux et efficaces, leur diffusion s'effectuerait d'elle-même et très rapidement dans le milieu, sans qu'il soit nécessaire de mettre en place un dispositif permanent et lourd de vulgarisation.
- Certains vulgarisateurs n'ont rien ou presque à apporter aux paysans et sont plus nuisibles qu'utiles par les informations inadaptées qu'ils diffusent et par la mauvaise image qu'ils donnent de l'administration
- La vulgarisation crée des problèmes, difficilement maîtrisables par la suite (accroissement de la demande en intrants sans possibilité de la satisfaire, surplus de

production invendables, diffusion de techniques non rentables pour le paysan qui voit augmenter son niveau d'endettement, etc...)

- Certains thèmes d'utilité publique mais pour lesquels les paysans n'ont pas d'intérêts immédiats (ex: lutte contre l'érosion) passent mieux los que les autorités politico-administratives se chargent de les faire respecter par la population.

Cependant, il existe aussi des arguments en faveur de la vulgarisation:

- Les agents de vulgarisation existent. Le problème, c'est donc de les utiliser de la manière la plus utile et non d'augmenter le chômage en les licenciant.
- Un système permanent de vulgarisation est nécessaire pour faire remonter les informations (besoins, priorités, potentiels existants, savoir-faire, etc.) du milieu vers la recherche et autres intervenants.
- Ce système est également nécessaire pour confirmer les résultats de la recherche et adapter les thèmes au milieu.
- Pour répondre aux problèmes des paysans, il faut faire un diagnostic permanent de la situation et des problèmes, ce qui implique une imprégnation dans le milieu. Connaître le milieu et de s'en faire accepter, qui est impossible pour un agent non permanent dans le milieu.
- La constitution de communautés rurales organisées, seul moyen permettant une responsabilisation effective des paysans, suppose un temps d'animation suffisant.
- Certaines méthodes, démonstrations et autres nécessitent des agents permanents sur le terrain pour leur mise en œuvre.
- Les paysans ont des besoins en formation permanente qui nécessitent une présence continue.
- La diffusion naturelle du progrès technique se fait mal auprès des petits paysans pauvres qui n'ont pas accès à l'information et qui se montrent réticents vis-à-vis de tout ce qui pourrait rompre l'équilibre précaire qu'ils ont tant de mal à maintenir.

Les arguments en faveur du maintien ou du renforcement de la vulgarisation ne se justifient que si on cherche à améliorer les méthodes ainsi que le niveau des vulgarisateurs.

Ces arguments introduisent de nouvelles exigences pour le système de vulgarisation et l'amènent à évoluer par rapport au schéma classique. Cette conception nouvelle de la vulgarisation implique une gamme de tâches beaucoup plus large que précédemment.

1.4. Objectif du cours

L'objectif fondamental du développement économique et social a cédé le pas à celui du rétablissement des équilibres économiques et financiers. Le développement renvoie prioritairement à l'objectif de satisfaction des besoins alimentaires des individus. Les individus ne peuvent participer véritablement au processus du développement global que s'ils parviennent en tout premier lieu à assurer le développement de leurs capacités physiques et intellectuelles à partir d'apports nutritionnel adéquat.

La situation du secteur agricole et alimentaire se caractérise par la stagnation voire la régression de la production. L'agriculture africaine se caractérise par la dimension réduite des exploitations, par la faiblesse des techniques culturales et des rendements. La faible mécanisation et l'utilisation limitée des engrais entraînent des rendements médiocres.

La fragilité des sols résulte à la fois des conditions naturelles et des modes de culture employés. Les conditions historiques de sous peuplement n'ont pas conduit la paysannerie à rechercher une plus grande productivité à l'hectare.

Le mode culture extensif ne conduit pas à l'accroissement des rendements et à la baisse des coûts de production. L'agriculteur-type consacre l'essentiel de son activité à nourrir sa famille à partir d'un petit nombre de cultures vivrières de base.

La plupart des agriculteurs opèrent dans le secteur de subsistance. Mais les surplus alimentaires dégagés parfois même s'ils sont faibles sont alors commercialisés vers la ville. L'augmentation des familles et la diminution des terres arables et l'absence de possibilité de dégager des ressources suffisantes de la production agricole contraignent les jeunes à émigrer en ville. Les agronomes dominent généralement bien les procédés de production des biens de consommation. Mais ils sont souvent moins ouverts aux problèmes humains, sociaux ainsi qu'aux méthodes de gestion, d'organisation et de prise de décision.

Ce cours vise à pallier à cette carence dans la formation des agronomes. Il propose un cadre méthodologique pour observer, analyser, diagnostiquer, résoudre les problèmes ou transmettre son savoir et son savoir-faire au monde rural dans lequel il peut être amené à exercer. Le monde rural est en mutation parce que ouvert. Les problèmes et les thèmes d'hier ne sont plus exactement les mêmes aujourd'hui. Ce cours pose les bases permettant de suivre ses pas et d'anticiper.

Il devra répondre devant le vulgarisé et l'organisme de vulgarisation de la qualité de son enseignement autant sur le plan des contenus techniques que sur celui de la méthodologie appliquée.

Il devra donc prendre en cons considération les éléments suivants :

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

Chapitre II : NOTIONS GENERALES ET DEFINITIONS DES QUELQUES CONCEPTS

II.1. Définitions des Quelques Concepts de Base

II.1.1. Petits paysans

Ce sont les plus défavorisés parmi la population rurale.

Caractéristiques:

1. Ils sont propriétaires ou fermiers d'exploitations familiales ; le ménage et l'exploitation constitue une unité
2. Ils pratiquent essentiellement l'agriculture et l'élevage à des fins de subsistance
3. Ils sont en marge du circuit monétaire.
4. Leurs ressources (travail, terre, capital, information) sont en général limitées et à long terme tendent à se rare fier encore davantage.
5. Aux prises avec le mature, il leur est impossible de se couvrir contre sous les risques ; ils sont souvent à la merci des coups du sort.
6. Dans leurs contacts avec le monde extérieur et avec les personnes les plus aisées ou les mieux instruites, ils ont souvent le sentiment (qui leur vient d'une longue expérience et tradition) qu'ils sont en position d'infériorité.
7. Dans leurs rapports avec les autorités, ils ont rarement l'occasion de pouvoir s'exprimer ouvertement et d'être écoutés.
8. Dans la communauté, ce sentiment d'impuissance face à la nature et à l'arbitraire est atténué par le fait d'appartenir à un groupe, de se sentir solidaire et reconnu comme individu.

II.1.2. Pauvreté

Elle se définit à 3 degrés :

- *La pauvreté primitive stationnaire* : se rencontrer dans les rares endroits qui n'ont pas encore atteint le marché mondial. Le groupe vivant dans cet espace rural survit en employant des techniques élémentaires, dans une région en général peu hospitalière.
- *La pauperisation et la misère* sont l'expression d'un abaissement sensible du niveau de vie d'un individu ou d'un groupe.
 - La *pauperisation* évolue en genre de pair avec une perte de contrôle induite par des forces internes ou externes sur les conditions d'existence du groupe et celle de ses descendants, sur le maintien et le renouvellement de l'intégrité culturelle, sociale et économique du groupe et sur la préservation de l'équilibre écologique.
 - La *misère* est l'état dans lequel une extrême pauvreté met en péril la survie des individus ou de groupes de population tout entiers. Elle menace ou fait perdre l'identité et l'auto-détermination des populations concernées.

II.1.3. Vulgarisation

En fonction du but poursuivi, le mot vulgarisation peut rendre plusieurs significations.

Définition liée à la transmission des messages techniques généralement sus de la recherche

Vulgariser c'est présenter, sous une forme assimilable pour les paysans, les solutions mises au point par la recherche pour résoudre les problèmes de production agricole. C'est une formation technique et très pratique pour produire plus et/ou mieux.

Définition liée aux changements de comportements des paysans

Vulgariser c'est amener les paysans à changer certains comportements vis-à-vis des méthodes de production.

Définition liée à l'étude du milieu pour son amélioration

Vulgariser, c'est écouter les paysans pour adapter les innovations, émanant de l'extérieur, aux conditions socio-économiques du milieu (contraintes et potentialités) et ce, dans le but d'améliorer leur niveau de vie.

Définition liée à la dynamisation du milieu et à sa prise en charge par lui-même.

Vulgariser, c'est responsabiliser le milieu rural en l'aidant à s'organiser et à capitaliser ses connaissances et ses expériences, afin qu'il recherche lui-même, avec l'appui extérieur disponible, tout ce qui peut améliorer sa situation.

Définition liée à la notion de communication

Vulgariser, c'est faciliter la communication du monde paysan avec l'extérieur, communication avec la recherche, mais aussi avec l'ensemble des autres services détenteurs d'informations susceptibles d'intéresser la production ou le développement.

Ces définitions montrent la diversité qui existe dans la conception de la vulgarisation (Cfr tableau n°1). Nous retiendrons que :

Tableau 1 : Les ambiguïtés de la vulgarisation

Les ambiguïtés de la vulgarisation	
Des conceptions très diverses	Vulgarisation technique
	Vulgarisation pour l'homme
	Vulgarisation formative
	Vulgarisation contraignante
Liées à la notion de développement	Développement agricole
	Développement rural
	Développement intégré
Mobilisation d'un champ d'informations plus ou moins vaste	Techniques isolées
	Suite cohérente de technique visant une même production
	Système de culture
	Gestion de l'exploitation
	Développement socio-culturel des hommes
	Gestion du terroir

On pourrait ainsi retenir que la vulgarisation vise un changement de comportement du producteur vis-à-vis de l'innovation technique dont l'adoption implique la transmission de savoir et de savoir-faire au paysan, mais dépend aussi, pour ce dernier de :

- son audace personnelle par rapport aux risques que représente tout changement
- son attitude vis-à-vis de l'initiative

Du sens des responsabilités et du bien commun qu'il possède

- La vulgarisation est généralement liée à la notion de savoir ou de savoir-faire. C'est donc un processus de formation ;

- Elle vise le produit (la production agricole qu'il s'agit d'augmenter en quantité comme en qualité) ou l'exploitation (le système de culture) ou encore l'homme (le paysan et sa famille)
- La source de savoir est trouvée soit à l'extérieur (recherche par exemple) soit dans le milieu rural
- La vulgarisation est également liée à la mise en communication du milieu rural avec l'extérieur et à sa responsabilisation
- Enfin, l'information ne suffit pas pour amener des changements de comportement

(Voir tableau ci-haut)

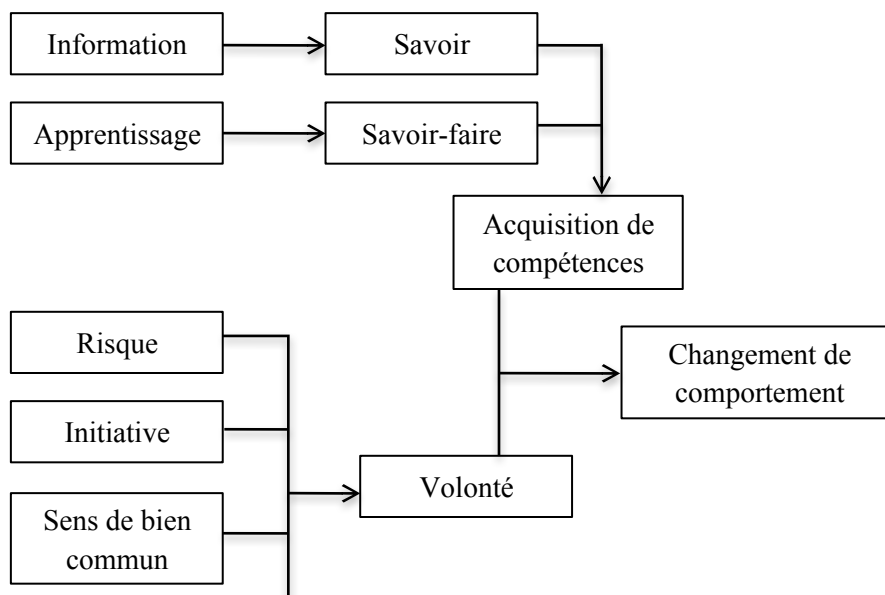
II.1.4. Développement agricole

Le développement agricole consiste essentiellement à augmenter le volume des récoltes, globalement ou pour certains produits seulement. Cette augmentation se fait en améliorant les rendements, par une meilleure utilisation des terres ou des autres facteurs limitant (main d'œuvre par exemple).

Le développement agricole vise aussi la qualité de la production, par exemple pour améliorer le régime alimentaire des populations ou pour s'adapter aux contraintes du marché.

Le développement agricole passe donc par l'introduction de nouvelles productions (végétales ou animales) par l'amélioration des techniques de production dans un but d'augmentation des rendements, de rentabilité économique ou de meilleure utilisation de facteurs de production (main d'œuvre potentiel foncier, etc.).

L'agriculteur est considéré comme un agent de service de la production et non, le bénéficiaire principal de la vulgarisation.



II.1.5. Développement rural

Schéma 1 : La vulgarisation

Le développement rural consiste à améliorer tout l'environnement de l'agriculteur considéré cette fois comme le principal bénéficiaire. Il porte à la fois sur les routes, les villages, la santé, l'éducation et sur tous les services économiques et sociaux susceptibles d'améliorer non seulement la fonction productive, mais aussi le bien-être social.

II.1.6. Développement intégré

Le développement intégré est un développement logique et rationnel, visant, dans un but de croissance, tous les aspects qui dépendent les uns des autres, de manière à n'oublier aucune des conditions nécessaires à ce développement. La vulgarisation ne correspond alors qu'à un ensemble de tâches parmi d'autres ensembles, (on parle de fonctions), tous nécessaires au développement et constituant soit des préalables, soit des compléments à la vulgarisation.

Ces différentes conceptions du développement ont cependant des points communs:

- Nécessité d'évoluer dans le temps et de s'adapter dans l'espace
- Nécessité de prendre en compte les domaines économique et social dans le diagnostic (Causes et conséquences)

II.1.7. Stratégie de Vulgarisation

La stratégie de vulgarisation est la combinaison, dans le temps et dans l'espace, des méthodes, des techniques et des moyens différents et d'intérêts complémentaires, qui seront choisis en fonction des ressources disponibles, du public et des problèmes à résoudre pour parvenir, à travers un certain nombre d'étapes et selon un processus répétitif et évolutif, à une nouvelle situation, aussi proche que possible de l'objectif principal (d'assurer le développement rural).

Types de fonctions nécessaires au développement rural

Elaboration des plans de développement ; Recherche appliquée; Réglementation foncière ; Crédit agricole ; Approvisionnement ; Maintenance du matériel agricole ; Production des semences et pépinières ; Vulgarisation ; formation ; alphabétisation ; Développement communautaire et structuration da milieu ; Aménagement et lutte antiérosive ; Maintenance et gestion des infrastructures : route, barrage, etc. ; Exploitation de l'eau ; Protection des végétaux ; Santé humaine ; Santé animale ; Commercialisation des produits et marchés.

Définir une stratégie de vulgarisation, c'est préciser où on va et comment on y va. On justifie ainsi les activités menées par les différentes structures de vulgarisation. On en déduit les tâches du vulgarisateur.

La stratégie de vulgarisation est spécifique à chaque projet et à chaque thème de vulgarisation : Elle se conçoit par rapport aux objectifs, identifiés à partir des problèmes à résoudre. Ces objectifs sont décomposés en sous-objectifs avec des relations de contribution, des uns vers les autres.

Définir une stratégie, c'est aussi prendre en compte les opportunités qui existent sur le terrain et qui serviront de point de départ pour l'action envisagée :

- Motivation particulière de la population pour un thème spécifique
- Existence d'une catégorie de population déjà motivée
- Mise en évidence d'un problème urgent à résoudre
- Etc...

II.1.8. Animation

Est toute action sur un groupe ou une collectivité ou un milieu visant à développer les communications (participation) et à structurer la vie sociale en recourant à des méthodes non directives.

11.2. Composantes de la vulgarisation

Il a paru nécessaire d'élargir la conception de la vulgarisation en lui donnant un rôle important d'information, de formation et d'animation. Cette ouverture se concrétise progressivement en

améliorant les compétences et capacités des agents à partir de l'expérience qu'ils pourront acquérir sur le terrain.

La vulgarisation sera caractérisée à travers sa finalité et ses objectifs, son contenu, son public, ses moyens, le dispositif mis en place, les méthodes mises en œuvre et le système de suivi-évaluation.

La finalité et les objectifs

La vulgarisation doit contribuer au développement rural et pas seulement à l'augmentation quantitative et qualitative de la production agricole.

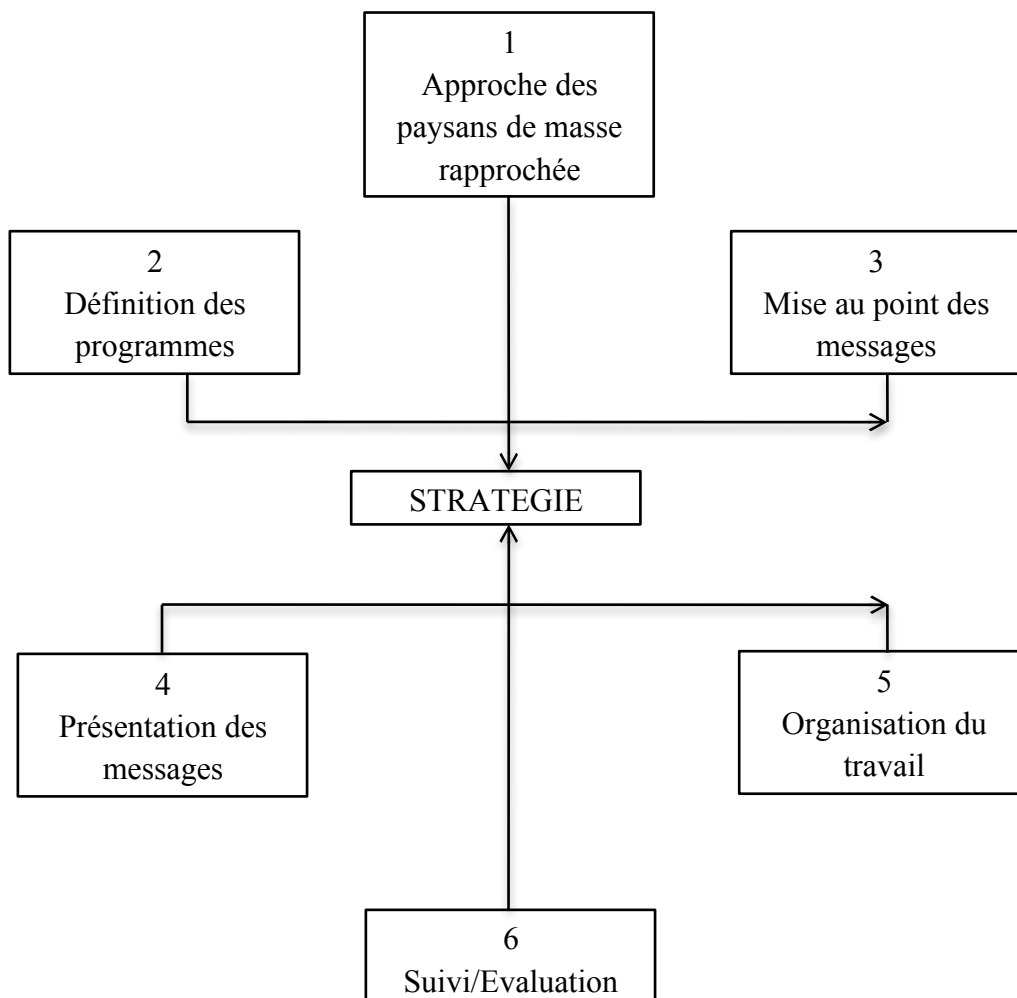


Schéma 2 : Stratégie = combinaison des méthodes

La prise en compte du développement rural tel que défini précédemment permet d'éliminer certaines méthodes ou certains objectifs qui, tout en contribuant à l'objectif de production, pourraient aller à l'encontre des intérêts des paysans en dégradant leur cadre de vie.

(Exemple : un encadrement directif qui mettrait le paysan en situation de dépendance vis-à-vis des techniciens ; l'introduction abusive et forcée de certaines cultures qui détruiraient les systèmes et les équilibres traditionnels peuvent être éliminés).

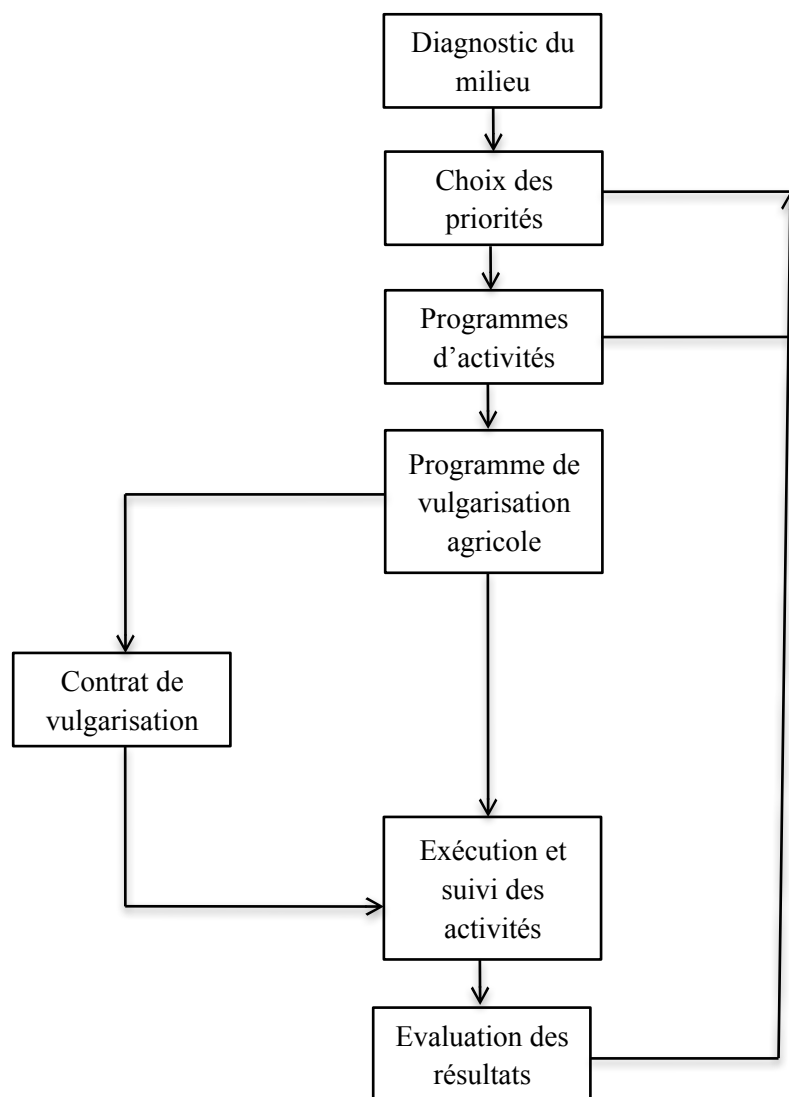


Schéma 3: Principes d'une stratégie de vulgarisation

Avant tout, la vulgarisation est un procédé éducatif et formatif permettant :

- de permettre à la population rurale de communiquer avec l'extérieur, en particulier avec les fournisseurs de services qu'ils soient nationaux ou privés, et la sortir de son isolement
- de provoquer des changements d'attitude et de comportement, non seulement par rapport aux techniques nouvelles, mais aussi par rapport au mode de vie en tant qu'élément de son développement.

Le contenu

Le « contenu de la vulgarisation » correspond à l'ensemble des messages permettant d'atteindre les objectifs de la vulgarisation (Ainsi tout message aidant la population à se prendre en charge). Le contenu de la vulgarisation porte sur des aspects à la fois techniques, économiques organisationnels. Son extension en dehors de son champ traditionnel peut imposer le recours à des spécialistes ou la mise en place de structures spécifiques (Alphabétisation).

Le public

Le public de la vulgarisation est la population impliquée, à un titre ou à un autre, dans le développement rural, en privilégiant les catégories concernées par la production agricole et par les fonctions qui y contribuent directement :

- Les chefs d'exploitations comme principaux décideurs
- Les responsables d'association et de groupement
- Les femmes, particulièrement actives mais peu touchées par les actions développement
- Les jeunes ruraux tentés par l'exode vers les villes
- Les commerçants privés vendeurs d'inputs et acheteurs de la production, etc.

Les moyens

La vulgarisation fait de plus en plus souvent appel aux médias pour faciliter la diffusion de messages, sous une forme adaptée et pour un public difficilement accessible aux vulgarisateurs. Il faut donc savoir les produire et les utiliser.

Le dispositif de vulgarisation

Le dispositif de vulgarisation est constitué par l'ensemble du personnel chargé de la vulgarisation. Il doit se caractériser par son dynamisme et sa capacité à évoluer en fonction des changements qu'il aura lui-même entraînés dans les situations de départ. Il doit assurer une

fonction permanente d'appui et de formation au profit des vulgarisateurs pour leur permettre de devenir de plus en plus responsables et capables d'initiatives.

La structure de vulgarisation peut appartenir à différents secteurs public, privé ou professionnel.

Les méthodes

Le vulgarisateur dispose de nombreuses méthodes de sensibilisation, d'information, de formation, de communication, de programmation d'organisation et d'évaluation.

Un système de vulgarisation doit être évolutif de manière à s'adapter aux changements qu'il aura lui-même provoqué dans la situation prise en compte.

Chapitre III : PRINCIPE SET THEMES DE VULGARISATION

III.1. Communication

La communication est un échange de messages entre 2 ou plus interlocuteurs. C'est la transmission de l'information au sein d'un groupe. C'est la transmission de l'information au sein d'un groupe. Elle a comme base la perception et la transmission de l'information.

La perception

Nous n'enregistrerons pas tout ce qui se produit autour de nous. Nous faisons un choix et nous ordonnons ce choix immédiatement et le modifions tout au long du processus de perception.

Deux éléments influencent la manière de transformer et d'enregistrer les invitations de perception, à savoir les facteurs structurels qui proviennent de l'organisation physiologique des organes des sens et leurs fonctions ainsi que les facteurs fonctionnels qui proviennent de la situation psychique du percevant (par exemple, l'humeur du moment, les besoins et les expériences antérieures, conditionnent la réception et l'assimilation des stimulations, et cela en interaction est avec la mémoire et le monde intérieur propre à chaque personne).

La perception est donc sélective, elle projette, ordonne, donne un sens et une forme aux objets perçus.

Par sélection, on entend le choix que nous faisons parmi la quantité infinie de stimulant possibles. La projection est le mécanisme qui nous fait inclure quelque chose de nous-même- nos

sentiments, nos désirs ou nos angoisses-dans nos déclarations (ce qui prouve que le désir n'engendre pas seulement les idées mais aussi la perception).

L'ordre, le sens et la forme sont des principes qui proviennent de notre besoin d'orientation et que nous devons appliquer à tout nouvel objet perçu pour pouvoir l'enregistrer dans notre mémoire. Les stimulants fragmentaires sont mis en rapport, ce qui manque est inconsciemment complété et le tout enregistré par la mémoire comme une unité signifiante.

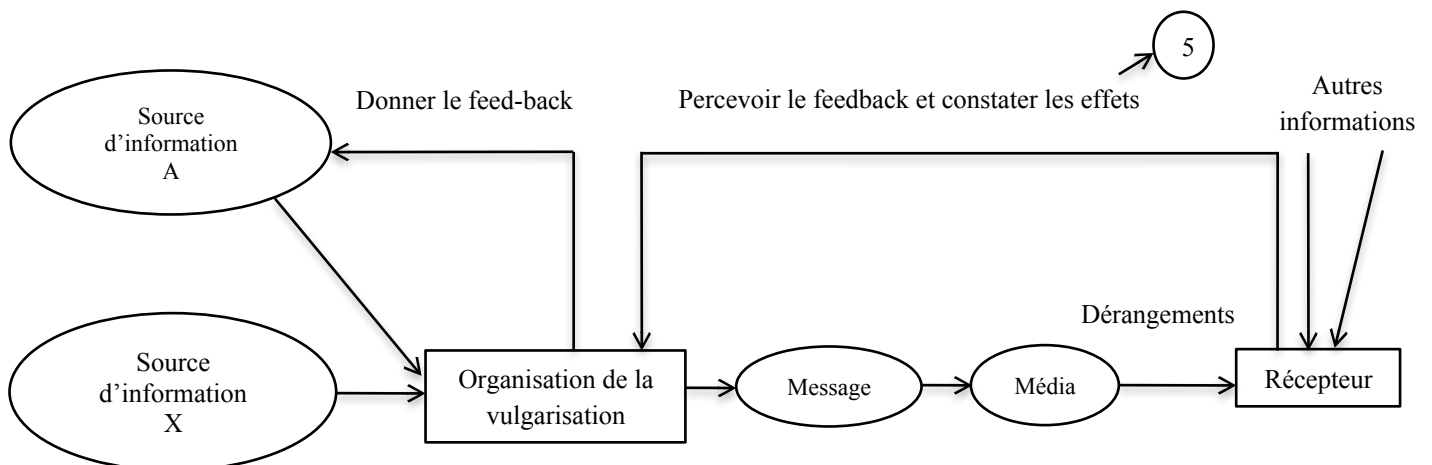
La transmission de l'information

Chaque information comporte toujours 4 aspects simultanés que l'informateur transmet au destinataire. Ce sont le message factuel ou contenu, la révélation de soi (impression voulu et le dévoilement non voulu du messager), la relation à l'autre (rapport avec l'interlocuteur) et l'appel (le but, l'incitation qui pousse l'interlocuteur à agir).

Ainsi, l'émetteur doit bien concevoir et bien définir son message, puis le coder, c'est-à-dire le présenter sous une forme accessible au récepteur, utiliser le langage de celui-ci sans dénaturer le message, choisir les moyens et les méthodes de transmission, de contrôler l'intégrité de la transmission par le feed-back ou rétraction

Le récepteur, lui doit avoir envie de recevoir le message, le décoder selon ses propres normes, sélectionne et comprend selon ses propres critères.

Entre l'émetteur et le récepteur, il y a des pertes qui sont croissantes avec le nombre de relais.



Introduction de la culture attelée :

Exemple :

- Centre d'expérimentation du machinisme agricole : Fiche technique de réglage du semoir,
- Responsable de la vulgarisation : Fiche pédagogique de vulgarisation
- Chef de secteur : Réunion de formation des chefs de secteur

Premier relais :

- Chef de secteur : Préparation de la réunion des vulgarisateurs
- Vulgarisateurs (Réunion) de formation des vulgarisateurs

Deuxième relais :

- Vulgarisateur: Préparation du thème (réglage du semoir) en langue vernaculaire et
Démonstration (au village, apprentissage au champ,...)
- Agriculteur (Réglage du semoir)

Feed-back

- Suivi

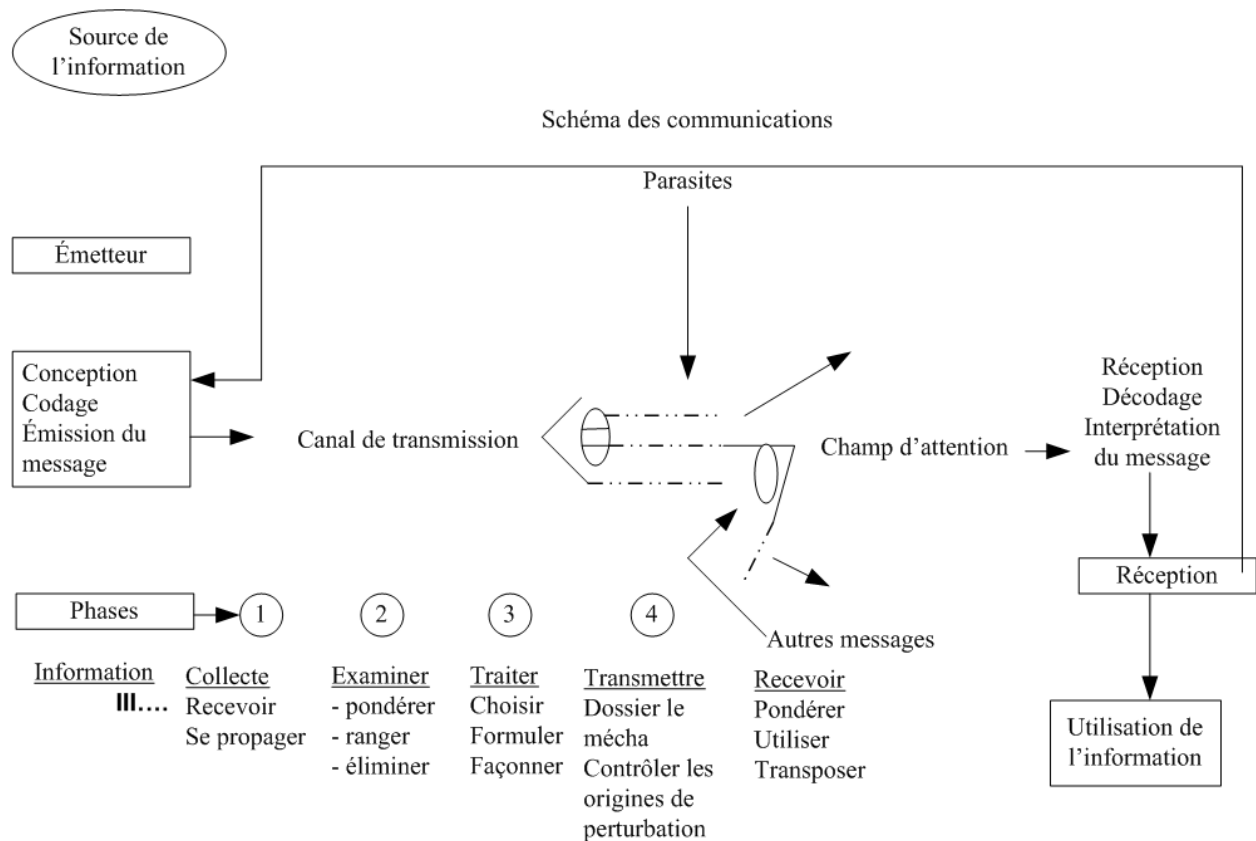
L'émetteur doit utiliser de façon intensive et systématique toutes les possibilités de la rétroaction pour contrôler si l'information a été bien comprise. Ainsi, il peut corriger aussitôt les erreurs d'interprétation. Le vulgarisateur doit connaître parfaitement le milieu rural, en adoptant le langage (gestes, mimiques) et pas seulement la langue, utiliser les mêmes modes de pensée, les mêmes cadres de référence, reste en état de vigilance constante en face des réactions qu'il provoque, apporte dans le dialogue des informations et des connaissances sûres et éprouvées et soit lui-même authentique-avec ses qualités et ses défauts, en rejetant tout rôle à caractère technocratique ou paternaliste.

Sa démarche dialectique doit être « essentiellement progrès et épuration une connaissance sous la pression d'une expérience avec laquelle elle se confronte ». Il a donc à attendre autant de l'agriculteur qu'il peut apporter lui-même. C'est au cours du processus de la communication que le vulgarisateur est définitivement jugé.

Par la transmission d'une information, on peut en général faire connaître une innovation, mais on n'arrivera pas à la faire adopter ni à la diffuser. Pour en arriver là, on mettra en œuvre d'autres

moyens tels que la démonstration, l'enseignement pratique ou la vulgarisation individuelle. On pourra ainsi arriver à l'objectif ultime de la communication, la modification du comportement alliée à l'adoption de l'innovation.

Schéma des communications



III.2. Démonstration

Définition

C'est l'action de rendre évidente, de prouver par l'expérience, la vérité d'un fait, d'une donnée scientifique ou l'action de montrer au public le fonctionnement d'un appareil ou l'usage d'un produit ou une nouvelle façon culturale: une nouvelle technique et faire apparaître ses avantages ou corriger la mauvaise utilisation d'une technique connue.

Critères d'une bonne démonstration.

- La démonstration doit être suffisamment simple pour être à la portée des techniciens vulgarisateurs et accessible aux agriculteurs.
- La démonstration doit être conduite dans les champs d'un agriculteur suffisamment représentatif de la communauté ; ce choix constitue souvent un des points les plus délicats de la démonstration.
- Les champs de démonstration doivent être très régulièrement contrôlés afin d'éliminer ceux où un événement extérieur viendrait en fausser les résultats ou leur enlever leur caractère démonstratif.
- La démonstration doit être facilement accessible et visible par le plus grand nombre d'agriculteurs.
- La mise en évidence des résultats doit correspondre aux normes des agriculteurs (ex.: production en sacs d'arachides non décortiqués).

La vulgarisation préconise aux agriculteurs de n'adopter une nouvelle technique que sur une partie de leur champ, parcelle d'adoption ≥ 1 are. Cette option répond à un double objectif :

- aux yeux de l'agriculteur, le risque que présente l'innovation est minimisé en cas d'échec ;
- il peut constater lui-même le bien-fondé et les avantages qui découlent de l'innovation car l'objectif de démonstration est d'inciter ou de sensibiliser.

Les restrictions de la démonstration

- Les résultats convaincants d'une démonstration ne suffisent pas à faire accepter une innovation. Soit l'innovation ne correspond pas à un besoin réel, soit les agriculteurs ne disposent pas des moyens pour mettre en œuvre l'innovation.
- Les avantages d'une innovation ne se démontrent pas toujours par un simple essai dans la mesure où ses effets ne sont pas qualifiables à court terme (par exemple, la lutte contre l'érosion, les méthodes de maintien de la fertilité des sols,...)

- Les innovations apparaissent parfois au niveau des exploitations agricoles sans que les avantages en aient été démontrés. Ex.: approvisionnement de nouvelles spéculations dans l'assolement, effet des cultures mixtes,...

On distingue 4 formes de démonstration :

- La démonstration des résultats
- La démonstration de pré-vulgarisation
- Les démonstrations mixtes et
- La démonstration technique.

La démonstration des résultats

La présentation des résultats a l'avantage de prouver le bénéfice qui résulte de l'utilisation d'une méthode de culture améliorée, de faire voir le bénéfice de l'application des procédés scientifiques aux problèmes quotidiens. Les démonstrations n'auront lieu que sur base d'essais confirmés.

Préparation de la démonstration

- Définir de façon précise les résultats que l'on veut obtenir, la méthode choisie, les précautions à prendre pour que la démonstration réussisse.
- Choisir parmi les agriculteurs ceux qui semblent présenter les garanties requises (être représentatif du milieu, consciencieux, convaincu, adroit, intelligent, bénévole et loyal (pas de truquage).
- Demander un volontaire.

Déroulement de la démonstration

Préparation

- Préparer l'agriculteur minutieusement et complètement, tant sur le plan technique que psychologique (objectif et méthodes)
- Choisir avec lui l'emplacement (facilement accessible et visible), les moyens,....

Remarques : un seul facteur technique sera mis en observation ou en comparaison, les autres conditions de culture étant identiques.

Information

Informez le village et les villages avoisinants c'est-à-dire le groupe cible en indiquant :

- le lieu de la démonstration;
- les dates des travaux intéressants;
- les dates des récoltes.....

Exécution

- Seul l'agriculteur exécute et commente ce qu'il fait
- Le contrôle du résultat doit être effectué par le plus grand nombre possible d'agriculteurs qui doivent voir le facteur testé et pourront ensuite témoigner.

La démonstration de pré-vulgarisation

Elle présente les mêmes caractères que la démonstration des résultats mais est exécutée, soit par le vulgarisateur seul, soit par un organisme de recherche. Elle est moins motivante que lorsqu'un agriculteur s'en charge.

Les démonstrations mixtes

Elles sont exécutées par le vulgarisateur, mais sur le champ d'un exploitant, avec ou sans l'aide de celui-ci.

La démonstration technique***Préparation***

- Prévenir les personnes influentes de l'objet de la démonstration. En discuter avec elles:
- Inviter l'auditoire en le prévenant du sujet, du lieu, de la date, de l'heure.
- Vérifier le parfait état de marche du matériel. Préparer les outils et les pièces de rechange nécessaires en cas d'imprévu.
- Rédiger la fiche d'analyse du travail.
- L'apprendre par cœur.
- S'exercer
- Prévoir et noter les questions et les objections.
- Rédiger le plan de la démonstration.

Déroulement

- Préparation matérielle :
 - arriver à l'avance
 - vérifier le matériel
 - préparer les lieux
 - convoquer les participants.
- Ouverture :
 - faire présenter la démonstration par une personnalité
 - se faire présenter si l'on n'est pas connu
 - salutation
 - éveiller l'intérêt (montrer l'appareil, le décrire,...)
 - se placer face au public, l'appareil (c) le public et le démonstrateur
 - dire que l'on répondra aux questions après la démonstration.
- Démonstration:
 - exécuter complètement et lentement le travail en expliquant en même temps
 - ce qu'on a fait
 - pourquoi on le fait
 - suivre les jeux de physionomie (attention, ni compréhension, scepticisme, intérêt) et écouter les commentaires des noter dès que possible)
 - reprendre éventuellement les phases qui ont été mal vues ou mal comprises.
Au besoin s'aider avec des aides visuels
 - ne jamais montrer ce qu'il ne faut pas faire.

Essais :

Si la technique est simple et facile à comprendre et dans ce cas seulement on peut faire procéder à un ou plusieurs essais par des volontaires.

Au cours de l'essai, expliquer ou mieux faire expliquer par celui qui essaie ce qu'il fait et pourquoi.

Discussion – formation :

- répondre aux questions
- indiquer les inconvénients et les avantages
- donner les renseignements qui n'ont pu être fournis au cours de la démonstration (fournisseur, prix, délai de livraison,...)

Conclusion :

- résumer
- indiquer les dates où l'on pourra se mettre à la disposition des agriculteurs pour un apprentissage
- laisser afficher échantillons, spécimens.
- laisser éventuellement le matériel à la garde d'un volontaire pour que tout le monde puisse le voir, mais avec interdiction de s'en servir
- remercier
- lever ou faire lever la séance par une personnalité
- remercier ensuite, personnellement les personnes influentes
- répondre aux questions particulières

Contrôle :

- repasser quelques jours après et écouter les commentaires
- prendre la liste des candidats à l'apprentissage et confirmer les dates.

III.3. Participation

Définition

- participer c'est prendre part à....
- la participation est l'engagement personnel des membres d'un groupe dans le groupe ou dans l'organisation sociale. Le niveau de participation est directement proportionnel au degré de cohésion affective du groupe, et au degré d'adhésion du groupe. La participation multiplie les interactions.

Les comportements face à l'innovation

La connaissance des comportements face à l'innovation est fondamentale pour le vulgarisateur car elle permet d'appréhender l'aptitude des agriculteurs à accepter une innovation donc à participer.

Pour modifier le comportement, il y a deux principes fondamentaux:

– **Premier principe**

Un individu ou une collectivité n'adoptera une attitude positive face à l'innovation que si celle-ci répond à un besoin ressenti ou que l'individu ou la collectivité découvre dans des circonstances particulières.

En général, il y a systématiquement une réticence à l'innovation et au changement. Celle-ci est vaincue si les avantages attendus qu'entraîne le changement sont perçus comme suffisamment importants par rapport aux risques qu'il comporte. Le changement de comportement peut être rendu impossible si celui-ci va à l'encontre des valeurs ou d'attitudes profondes (ex. interdits religieux ou sociaux) car chaque système culturel développe des modes de perception et de pensée. Les conceptions des rapports de cause à effet, des échelles de valeur et des règles de comportement envers les êtres humains, les autres organismes et les choses. Ex. : chèvre laitière au Bushi.

– **Second principe**

Une innovation peut être acceptée ou refusée au niveau individuel ou collectif pour des causes très variées. Différents comportements se rencontrent au sein d'une collectivité l'attitude face à l'innovation est loin d'être homogène. On répartit généralement les agriculteurs en cinq catégories:

- a) *les novateurs* représentent 2,5 % de la communauté. Ils sont prêts à accepter et à adopter une innovation, même avant qu'elle soit vulgarisée. Parmi eux on retrouve les paysans pilotes. Parfois, ces novateurs s'excluent eux-mêmes de la communauté et vivent généralement à l'extérieur du village. Leur attitude positive vis-à-vis de l'innovation n'a aucune influence sur l'ensemble du groupe.
- b) *Les chefs d'opinion* qui représentent 13,5 % de la communauté. Ils ont une attitude positive mais prudente face à l'innovation et au changement. Ils adopteront une

innovation si elle est compatible avec leurs systèmes de valeurs, s'ils croient être capables de le mettre en œuvre, s'ils pensent être suivis par les autres dans un délai plus ou moins rapide c'est-à-dire si la communauté les autorise implicitement à tenter l'expérience.

Ils ont une autorité morale informelle qui vient du crédit que les autres membres de la communauté leur accordent Ils jouent un grand rôle dans la diffusion à grande échelle

c) *les suiveurs ou agriculteurs ouverts* représentent 34 % de la communauté. Ils sont enclins à s'aligner sur les chefs d'opinion. Ils assurent la diffusion progressive de l'innovation.

d) Les agriculteurs attentistes constituent aussi 34 % de la communauté.

Certains d'entre eux sont contre l'innovation et en souhaitent même l'échec. Ils n'adopteront l'innovation que sur la pression du nombre. Quand dans leur majorité ceux-ci ont adopté l'innovation, on peut considérer qu'elle est passée dans les mœurs.

e) Les réfractaires 15% de la communauté.

Par leur position particulière, marginale ils sont systématiquement opposés à tout changement Parmi eux se retrouvent les personnes âgées, malades, sans enfants, et infirmes.

Les leaders sont des personnes qui ont une certaine influence due par leur position sociale dans la collectivité ou dans la famille. Ils ont souvent la possibilité de devenir des chefs d'opinion, mais l'inverse n'est pas fréquent

Les étapes de l'adoption de l'innovation

Une innovation n'est adoptée que suite à un processus psychologique ou sociologique qui conduit l'individu ou le groupe à franchir un certain nombre d'étapes.

Il existe deux approches : l'approche individuelle et la pédagogie de l'approche du groupe qui est plus conforme à la vision du monde des sociétés africaines traditionnelles.

a) l'approche individuelle

Elle considère l'agriculteur comme un homme libre, autonome et indépendant. Il n'acceptera une innovation que s'il le désire. Il faut provoquer *son vouloir* par la démonstration des avantages, ensuite mettre à sa disposition un certain nombre de connaissances et de capacités : *le savoir et le*

savoir-faire par la formation et l'information. En fin, mettre à sa disposition des moyens pour mettre en œuvre la nouveauté (intrants agricoles, outillage), c'est le pouvoir. Ici, il est question des novateurs et des chefs d'opinion.

b) l'approche participative

Elle se base sur l'engagement d'un réel dialogue avec les communautés existantes (le groupe ou la population-cible) pour leur proposer un développement rural qui assure la survie du groupe. Cette pédagogie du groupe se subdivise en trois phases :

- *l'auto-analyse* qui permet de donner la parole aux populations afin qu'elles fassent une analyse de leur propre situation, qu'elles expriment leurs idées quant aux solutions à y apporter et qu'elles exposent leurs conceptions des choses.
- *La phase d'auto-programmation* : elle permet aux techniciens de montrer les solutions aux problèmes soulevés ; qui expérimentera en premier les nouvelles techniques proposées ? Par quelle séquence cohérente de techniques complémentaires va-t-on commencer ? A cette étape, le groupe désigne des délégués à l'innovation qui vont tester des séquences de la stratégie globale.
- *La phase d'auto-évaluation* : est celle qui permet aux délégués à l'innovation de rendre compte des résultats qu'ils ont obtenus. Cette phase peut déboucher sur une nouvelle auto-programmation et le processus s'enclenche de façon continue. La démarche participative exige un savoir-faire de la part du technicien. Elle suppose qu'il dispose de réponses techniques aux problèmes soulevés et dès le départ elle requiert une confiance réciproque entre les agriculteurs et les techniciens.

Le champ de la participation

La participation peut se situer à 6 niveaux différents :

- au niveau de la définition des objectifs de vulgarisation. Ici nous distinguons la participation – contribution (chefs d'opinion) et la participation – intégration (suiveurs ou agriculteurs-ouverts)
- au niveau de la définition des politiques de vulgarisation
- au niveau de l'élaboration des plans d'action

- au niveau de la décision. La décision est toujours prise au sommet. Mais si la progression de la participation est mise en œuvre clairement et loyalement, elle posera le dilemme un jour ou l'autre
- au niveau de l'action, de l'exécution du plan ;
- au niveau du contrôle, de l'évaluation. La participation ici c'est l'étude en commun des problèmes. Elle suppose une observation, des mesures, des comparaisons et une analyse.

Les limites de la participation

Les deux premiers actes de la difficulté de la participation sont :

- l'incitation à la participation – intégration
- la mise à disposition des instruments de participation.

Car, pour la définition des objectifs, des politiques et l'élaboration des plans l'agriculteur a besoin des instruments de réflexion – apport de connaissances.

Pour l'action, il a besoin des instruments de travail et pour l'évaluation, il a besoin des instruments de mesure et d'interprétation. Quant à la participation à la décision, elle est aisée dans un groupe de travail. Elle est difficile dans la gestion d'une entreprise et elle est pratiquement impossible dans la détermination de la politique d'une nation.

Toute participation qui dépasse la simple intégration par exemple la participation :

- contribution représente un partage du pouvoir. Généralement, consciemment ou non, le vulgarisateur se croit supérieur à l'exploitant parce que ses connaissances sont plus étendues. Il tient à garder cette distance qui le valorise à ses propres yeux. D'où l'on conçoit fort bien la résistance des classes du vulgarisateur.

En conclusion, nous pouvons dire que toute tension interne est traumatisante et la responsabilité crée la tension. Or, la participation, c'est l'acceptation des responsabilités. De ce fait, il serait naïf de penser que le petit paysan est disposé à participer. Car les expériences vécues dans le passé l'ont conduit à adopter des attitudes passives, à obéir aveuglément aux instructions, à ne plus réagir que sous la pression et à accueillir avec confiance les actions entreprises par les pouvoirs publics.

Mais il faut négocier, exiger la participation des groupes - cible à la planification et à la réalisation des actions d'encouragement et de vulgarisation. Car sans la participation, le succès de toute intervention quelle qu'elle soit est compromis. Toutefois, la participation demande de la part de toutes les parties en présence du temps, de la patience, de la persévérance et l'accumulation des ressources au-delà des réalisations matérielles (appelée fonds de commerce).

Chapitre IV : METHODES ET TECHNIQUES DE VULGARISATION

IV.1. Méthodes de vulgarisation

Ce sont des techniques de communication établies entre les vulgarisateurs et les groupes cibles. Selon la méthode employée, la communication peut être réciproque ou unilatérale. En fonction du nombre de personnes à toucher on distingue : le conseil individuel, le conseil de groupe et la vulgarisation de masse. Il y a aussi la possibilité de vulgariser par l'intermédiaire des écoles rurales.

IV.1.1. Le conseil individuel

C'est la forme de communication la plus intensive entre l'encadreur et l'agriculteur. Il est surtout utile pour la formation d'agriculteurs de contact et des porte-parole des groupes-cibles organisés. Il complète le conseil de groupe et de masse. On distingue deux sortes d'entretien : l'entretien formel et l'entretien informel.

- *l'entretien formel* qui a lieu en général sur l'exploitation familiale de l'agriculteur ou dans le bureau du vulgarisateur ; et

- *l'entretien informel* qui se présente à l'occasion des fêtes locales, les jours débranchés, lors des expositions permet de connaître les désirs et les problèmes des groupes cibles et de nouer des contacts avec eux.

Dans les deux cas, ces entretiens visent à rendre tangibles, les problèmes existants ainsi que leurs causes et rechercher en commun des solutions éventuelles. Le vulgarisateur ne doit pas imposer une solution à son interlocuteur même si ses connaissances et son éloquence le lui permettent. Quoique les agriculteurs éprouvent des difficultés à exprimer leurs problèmes, l'encadreur doit les considérer comme des interlocuteurs à part entière pour éviter de provoquer des attitudes de défense qui nuisent au dialogue authentique.

Dans le premier cas, l'entretien mené sur l'exploitation familiale permet au petit paysan d'être ouvert car il se sent en sécurité dans son environnement habituel ; d'examiner les problèmes sur-le-champ, de comprendre plus rapidement une nouveauté dans le cadre habituel de l'interlocuteur, de valider la validité de ses arguments et de remettre à jour les thèmes et les méthodes utilisés.

IV.1.2. Le conseil de groupe

Il permet de contacter, d'encourager et de conseiller un grand nombre d'agriculteurs à la fois. Ceux-ci pourront mieux faire valoir leurs intérêts.

On distingue trois formes : l'entretien en groupe, la journée « portes ouvertes » et la vulgarisation dans les centres de formation.

L'entretien de groupe

Le succès ou l'échec de discussions collectives dépend considérablement du travail de préparation préliminaire. Le groupe ne dépassera pas 21 personnes. Les entretiens se dérouleront dans un site central calme où les participants auront la possibilité de s'asseoir et éventuellement d'écrire. Les paysans seront informés à temps sur les thèmes qui seront traités. Le groupe sera homogène au niveau des noyaux matériels, des problèmes et des intérêts.

Le programme d'une discussion de groupe sera préparé minutieusement avec les représentants du groupe au cours d'une réunion préparatoire.

Le vulgarisateur préparera la présentation de son exposé, répétera les démonstrations pratiques avant de les présenter et se renseignera auprès des spécialistes pour les questions techniques non maîtrisées.

La journée « portes ouvertes » ou visite-excursion

Elle consiste à montrer à un groupe de petits paysans les méthodes de production améliorées mises en pratique sur d'autres fermes ayant le même mode d'exploitation que celui des participants, sur des parcelles modèles dans les stations d'essais agricoles et de superficies de démonstration. Cette visite se fera en fin de période de culture afin de présenter le plus grand nombre possible de résultat des récoltes.

La vulgarisation dans les centres de formation

On dispense des cours aux agriculteurs dans des centres ruraux de formation. Ces centres peuvent parfois être aménagés au sein des villages pour limiter les coûts de déplacement.

Ces cours se focaliseront sur les personnes qui peuvent influencer directement ou indirectement le succès des programmes de vulgarisation. Ces réunions ne dépasseront pas une demi-journée. Les enseignants auront une bonne formation pédagogique puis que son auditoire est surtout analphabète.

Le nombre de participants est fonction de la capacité d'accueil du centre.

IV.1.3. La vulgarisation de masse

Elle vise à atteindre un très grand nombre de personnes qui n'ont pas de contact entre elles. Cette méthode utilise les mass media. On distingue la campagne de vulgarisation et la foire agricole.

La campagne de vulgarisation

Elle peut avoir lieu à l'échelon national ou régional. Elle a un thème central à diffuser. Elle utilise les grands rassemblements et tous les médias disponibles (radio, affiches, journaux,...) Elle s'appuie sur toutes les personnes et les institutions intervenants dans le milieu rural: les coopératives, les organisations de commercialisation, les partis politiques, les groupes cibles, les

ONGD. Les orateurs, les intervenants appartiendront à des organismes établis dans la région. Elle vise à sensibiliser les agriculteurs à certains problèmes et leur indiquer les solutions.

- *Préparation d'une campagne*

- Les groupes cibles seront mis au courant et incités à participer activement. Il faudra inviter toutes les couches sociales (femmes et enfants).
- Il faudra s'assurer du concours et de la participation de toutes les personnes et institutions intervenant dans le milieu rural. Inviter les personnalités politiques appréciées par le public.
- Il faudra proposer un programme très varié.
- Au cours d'une réunion regroupant toutes les parties intéressées, il faudra établir les objectifs et les thèmes de la campagne, les tâches de chacun, les dates des rassemblements, et convenir si possible de la forme et du contenu des discours des orateurs (dans ce cas des personnalités hauts placées cela est difficile. Il faut les renseigner sur situation locale au cours des entretiens d'avant campagne).
- Les associations locales prépareront les lieux de rassemblement, convoqueront les groupes de base locaux, placeront un service d'ordre, et prendront en charge (les orateurs) les personnes de l'extérieur.

- Réalisation d'une campagne

Les différentes phases éventuelles sont les suivantes :

- arrivée des participants et distribution des programmes
- danses traditionnelles, musique, prière
- ouverture de la campagne par le chef de l'administration locale
- discours de l'invité d'honneur (ministre, personnalité politique....)
- discours du représentant des agriculteurs
- discours des représentants des organisateurs et éventuellement démonstration du service de vulgarisation
- tombola avec distribution des lots
- présentation de films, danses, musique et manifestation sportive.

- Mesure d'accompagnement et de suivi

- La radio et la presse informeront régulièrement sur les thèmes et le déroulement des campagnes.
- Les activités de vulgarisation qui suivront, s’efforceront de donner des précisions, des détails sur les sujets présentés pendant la campagne au moyen de démonstration, de journées « portes ouvertes », et des entretiens de groupe en vue d’amener à l’adoption des innovations.

Exposition agricole

Une foire agricole est une manifestation de portée nationale (c’est-à-dire destinée à toute la population rurale) qui se tient une fois par an et qui sert à faire connaître les résultats des programmes en cours, à éveiller l’émulation parmi les agriculteurs en présentant et en récompensant les meilleurs produits agricoles des groupes-cibles, à renforcer l’intérêt porté aux possibilités de développement par la démonstration d’outils et de moyens de productions agricoles et à créer un forum d’échange d’expérience ; occasion pour les organismes de promotion du secteur agricole de se faire connaître par des stands d’information et autres activités.

IV.1.4. La vulgarisation dans les écoles rurales

L’école est un moyen de diffuser des nouveautés et des informations dans le milieu rural. L’école est un appui à la vulgarisation du fait que les élèves peuvent eux-mêmes mettre à profit les informations reçues, ils peuvent les propager et sont plus sensibles aux thèmes du service de vulgarisation.

Pour que l’école encourage de façon palpable les opérations de développement mises en œuvre dans le secteur agricole et prépare les élèves à leur entrée dans la vie agricole, il sera nécessaire d’adapter les programmes d’enseignement des écoles primaires et donner aux enseignants la possibilité de travailler en accord avec les objectifs de vulgarisation. L’enseignement agricole formulera des solutions aux problèmes importants du milieu. Au cours théorique seront associés les exercices pratiques dans les jardins d’école en insistant sur l’aspect pratique.

Dans les jeux, les chansons, les danses, les pièces de théâtre, les cours de peinture et de dessin, les compositions écrites on introduira les thèmes sur les travaux agricoles.

Lors des campagnes agricoles, des journées « portes-ouvertes », on peut sensibiliser davantage les parents en faisant participer les écoliers dans la distribution des prospectus, des affiches et des invitations.

IV.1.5. La dynamique des groupes restreints

Définition et caractères

Un groupe est un nombre déterminé d'individus qui entrent régulièrement en contact pour essayer de réaliser des objectifs communs. L'appartenance à un groupe lie chaque individu dans une certaine mesure et le contraint à l'adaptation, au développement d'un sentiment communautaire et à la présentation extérieure. Le groupe donne aussi à l'individu la possibilité de satisfaire ses aspirations personnelles et de participer aux avantages qu'apporte un groupe.

Car, une plus grande efficacité peut résulter de la conjugaison des forces individuelles quand la tâche dépasse l'effort d'un seul. Elle peut résulter aussi de la compensation des erreurs et des déficiences quand les erreurs individuelles peuvent être minimisées, corrigées ou évitées par l'activité des autres membres du groupe. Dans des circonstances favorables, l'esprit d'émulation incite chaque membre à déployer plus de dynamisme dans la poursuite de l'objectif commun.

Une détermination des normes, une planification commune et une coordination des activités permettent d'atteindre facilement les objectifs.

Enfin, la décision de modifier un comportement de risquer se prend plus facilement en commun. Car, le groupe garantit un soutien suffisant pour venir à bout des difficultés d'exécution dans la phase de transition.

Les formes ponctuelles

Sortes de groupes

On distingue le groupe de travail et le groupe de discussion. Le premier est orienté sur la tâche et le second est orienté sur les personnes et les groupes.

Dans le groupe de discussion, le leader est celui qui tout en poussant le groupe vers ses objectifs (centrés sur la participation et la progression) se montre le plus capable de comprendre les

opinions émises individuellement et d'encourager les participants à s'exprimer. Ces qualités lui assurent la sympathie générale, il est perçu comme un facteur de détente et d'efficacité.

Dans le groupe de travail, le leader potentiel est celui qui tout en poussant le groupe vers ses objectifs (la tâche) se montre le plus capable de mettre de l'ambiance, de créer l'enthousiasme et la bonne humeur. Ses plaisanteries accroissent sa popularité par contre elles sont perçues comme agressives et diminuent la popularité de leur auteur dans le groupe de discussion.

Structure des groupes

Les groupes bien constitués ont une organisation de type bureaucratique avec des présidents, des secrétaires, des trésoriers, des comptables, des commissaires aux comptes, des magasiniers, des responsables de la commercialisation,...

Ces charges parfois ne correspondent pas à des tâches précises. Le fonctionnement réel des associations ou des groupes montre que ces bureaux répondent seulement à une double stratégie : légitimer l'association vis-à-vis de l'extérieur en lui donnant une image d'une organisation moderne et efficace, et, à l'intérieur distribuer le pouvoir parmi les hommes du groupe qui partagent le même statut social.

Les groupes élaborent aussi des règlements d'ordre intérieur autour desquels est censé s'articuler toute la dynamique des groupes : code pour accès aux rôles directifs et leur fonctionnement, calendriers des activités (réunions, travaux) système de contrôle des membres.

Les systèmes d'accès au sommet des associations sont complexes et varient d'un groupe à un autre. Mais ce sont les membres fondateurs qui ont un accès privilégié aux postes de responsabilité.

Généralement les rôles directifs ne sont pas renouvelés périodiquement Car l'identité et le fonctionnement des associations sont liés aux caractéristiques du leader. Si celui-là est malade, s'il voyage, s'il perd confiance, tout fonctionne à une vitesse réduite. S'il abandonne le groupe se morcelle, entre en crise. La légitimité du leader n'est mise en cause que s'il abuse ouvertement de son pouvoir et, surtout, si les résultats attendus des engagements collectifs tardent à reproduire.

Le contrôle dans les groupes se fonde sur un système d'amendes en cas d'absence aux réunions ou aux travaux collectif et de sanctions en cas de fautes plus graves. Parfois, ces règlements ne sont pas appliqués, ce qui génère des conflits ou augmente les conflits latents.

Conduite et observation des réunions-discussions

Fonctions de l'animateur des réunions

Dans le déroulement d'une réunion, le rôle de l'animateur est capital. Son rôle se rapporte au contenu de la réunion, aux participants et au groupe en tant que tel.

Rôle de l'animateur en rapport avec le contenu

Au début, l'animateur intervient pour exposer le sujet, proposer le plan de travail, fixer l'objectif de la réunion.

L'objectif de la réunion est un point capital suivant négligé dans la pratique et confondu avec le sujet. Les objectifs d'une réunion sont généralement :

- échanger des informations, recueillir des opinions, étudier un problème, préparer une décision, prendre une décision,...

Il est souhaitable dans une réunion de se fixer un seul objectif. L'animateur doit éviter les improvisations. Suivant, l'animateur a préparé la réunion mais les participants n'ont pas préparé.

L'instrument principal par l'animateur est le tableau noir. Il y inscrit le sujet, le plan et les objectifs :

- il doit faire respecter le sujet, l'ordre du jour, le plan du travail et les objectifs. Il doit éviter la tyrannie, mais rester ferme ;
- l'animateur doit faire le point par rapport au plan ; il doit signaler au groupe la progression effectuée. Cela est important au point de vue psychologique, il faut que le groupe se rende compte de ce qui se fait et de ce qui reste à faire ;
- il doit formuler les conclusions intermédiaires en résumant les opinions émises, les positions acquises et les décisions prises de façon synthétique ;

- il doit faire le point par rapport à l'objectif général : est-ce que nous sommes encore en train de discuter la décision prise par l'entreprise ou de dégager la méthode de discussion.

Le rôle de l'animateur par rapport aux participants

- Maintenir l'ordre et la discipline de la parole. Il arrive que dans une réunion se vive une véritable lutte par la parole, en fait cela reflète la lutte pour le pouvoir. Le rôle de l'animateur est d'indiquer les bavards et stimuler les silencieux.
- Tenir compte des particularités des uns et des autres. Car il y a des participants qui pensent tout haut et expriment au fur et à mesure leur pensée à l'état brut. Il y a aussi des gens que le silence angoisse et qui ont tendance à parler de n'importe quoi pour échapper au silence.
- Il y a ceux qui ont besoin du silence. Ces types se rencontrent dans toutes les réunions. Le président ou l'animateur doit en tenir compte pour ne pas provoquer l'insatisfaction. L'animateur doit équilibrer le moment de discussion et le moment de réflexion. On trouve un moment de réflexion grâce à l'utilisation du tableau ou la pause. Pendant que l'animateur ou le secrétaire inscrit sur le tableau, il y a généralement un silence qui donne à tous une possibilité de réflexion. Pendant la pause, les bavards peuvent se laisser aller à leur penchant et les silencieux peuvent recevoir des encouragements à parler, à réfléchir.

Rôle de l'animateur par rapport au groupe en tant que tel

L'animateur fonctionne un peu comme la conscience du groupe. Outre ses fonctions qui consistent à faire le point et à formuler les conclusions intermédiaires, il exerce aussi une fonction de maintien du groupe dans des conditions psychologiques optimales quant à sa production et à son fonctionnement. C'est-à-dire fonction de régulation.

Il doit tenter de surmonter les oppositions des clans ou des sous-groupes :

- il faut qu'il puisse débloquent le groupe quand il est bloqué : ce blocage peut provenir soit du fait qu'on est arrivé à un cul-de-sac qui dépasse la compétence du groupe soit qu'il y a un problème des personnes, des rivalités. Il faut une pause pendant laquelle on va analyser la situation et ce n'est qu'après cette analyse que le groupe pourra continuer la séance ou retirer la parole aux personnes antagonistes.

Fonctions et rôles dans un groupe

Il y a :

1° Rôles centrés sur la tâche. Ceux-ci sont des rôles qui participent à la progression du groupe par exemple, stimuler le groupe, apporter de nouvelles idées, apporter des suggestions éclaircir le problème qui se pose, souligner les obstacles à surmonter, rechercher ou donner des informations, donner son opinion personnelle, donner une meilleure formulation des opinions des autres procédés à l'examen critique de ce que le groupe fait par rapport à des normes – régler les questions matérielles. Les questions matérielles : arrangement des chaises, éclairage, repas, distribution des matériels,...

2° Rôle de maintien de la cohésion. Ils encouragent les autres en les complimentant, en adhérant à leur décision, en leur témoignant la cordialité, en acceptant le point de vue d'autrui, en servant de relai.

3° Rôles négatifs

Ce sont les agressifs qui déprécient les autres, qui sont jaloux des propositions des autres. Les freineurs : systématiquement contre tout ce qu'on dit, sans raison. Ils tentent de revenir sur des positions acquises et sur des problèmes dépassés. L'intéressant cherche à attirer l'attention sur lui en se vantant, en parlant de ses propres exploits personnels. Il lutte pour ne pas être placé dans une position inférieure.

- Celui qui prend le groupe par un tribunal, il profite de l'occasion d'avoir un public pour exprimer ses sentiments, ses idées sans rapport avec le groupe.
- Le négateur plaisante sans cesse et fait étalage de son manque d'intérêt par le groupe.
- Le dominateur cherche à avoir le pouvoir ou à exercer une certaine ascendance en manipulant le groupe ou certains de ses membres, cela peut se faire soit par flatterie en interrompant brutalement les autres, en donnant des ordres de façon intempestive.
- Les battus d'avance se déprécient eux-mêmes de façon irraisonnée.

Méthodes de réunions-discussions

La méthode des cas

Les étudiants sont réunis en petits groupes. Le groupe doit commenter un cas écrit étudié à l'avance par chacun. Le cas pose un problème concret dans des domaines qui peuvent être les plus divers: technique, administratif, comptable, problème de production, problème de relations humaines, problème de vente. Les membres du groupe discutent sur le problème et la discussion est animée par x..... La discussion se déroule en deux temps. Il y a d'abord une analyse du cas (quels sont les éléments de la situation, quel est le problème qui se pose).

Au deuxième temps on recherche des solutions et on essaie de retenir la meilleure c'est-à-dire celle qui est plus adaptée que les autres. Cette méthode a le mérite de favoriser la participation active de chaque membre parce que chacun a le devoir de participer à la discussion et de donner son opinion. C'est un entraînement, par ceux qui y participent, à la pratique de la discussion et du travail en groupe.

C'est aussi un entraînement à l'analyse d'un problème et à la prise de décision.

La méthode Phillips 66

Technique

- L'animateur de la réunion expose un problème précis et délimite.
- L'auditoire est invité à se fragmenter en comité de 6 personnes. Les gens qui se connaissent à l'avance sont priés de ne pas se trouver dans le même comité.
- Chaque comité consacre 1 ou 2 minutes à faire connaissance, à élire un président et à désigner un secrétaire (2 rapporteur).

Chaque comité discute le problème énoncé, chaque participant exprime son opinion puis le groupe discute de la valeur des suggestions émises et retient celles qui lui paraissent les meilleurs par le rapport du secrétaire. Cette discussion dure 6 minutes d'où le nom de la méthode 66 (en d'autres termes, un groupe de six personnes discutant pendant six minutes).

Après l'arrêt des discussions, chaque rapporteur vient présenter le résultat de son comité devant l'assemblée générale.

- le travail peut continuer en assemblée générale sous la forme classique (exposé suivi des réponses aux questions)

En pratique au lieu de six personnes, on prend sept à huit membres et au lieu de six minutes on arrive suivant à quinze minutes.

Efficacité de la méthode :

On obtient rapidement et sans désordre une participation complète d'un grand nombre de sujet. D'où l'utilité de cette méthode pour dégeler un auditoire, pour l'intéresser à une question, pour amener les gens à s'exprimer et à échanger les idées pour obtenir une meilleure attention aux exposés et débats ultérieurs.

- On recueille rapidement toute la gamme des opinions d'une assemblée, ses suggestions, les questions à poser au conférencier,...
- L'anonymat est respecté, le rapporteur communique les conclusions de son groupe et ne cite aucune personne individuellement.
- Le problème posé par les opinions excentriques est éliminés sans heurt par le comité et le rapporteur.

Les limites :

- l'animateur général est sous employé
- il est difficile d'aborder des questions complexes
- les suggestions originales n'ont pas l'occasion de s'exprimer.
- Le sentiment profond indéfendable et les craintes n'ont pas l'occasion de s'exprimer.

La méthode en PANEL

Le terme PANEL, désigne un jury ou un groupe de jurés compétent représentatif les opinions, tendances, partie diverse.

La discussion comporte deux groupes :

D'une part le groupe de ceux qui discutent, réunis autour d'une table sous la conduite d'un animateur, d'autre part un groupe d'autres participants assis autour ou en face du panel de façon

à suivre le débat. En d'autres termes, il s'agit d'une discussion entre les experts devant une assemblée qui participe, sous certaines conditions, aux échanges.

Il faut souligner que ce deuxième groupe n'est pas inactif dans la mesure où l'un des membres peut exprimer quelque chose.

Il y a plusieurs façons d'établir la communication entre le panel et les autres participants telle que : le panel aborde le problème, l'animateur peut donner la parole aux participants qui manifestent leur intention de parler en levant la main.

IV.2. Techniques de vulgarisation

IV.3. Moyens auxiliaires de la vulgarisation

Les auxiliaires de la vulgarisation renforcent l'efficacité du vulgarisateur et facilitent son travail ainsi que la compréhension et l'adoption des thèses. Ils élargissent aussi le cercle des personnes sensibilisées.

Les auxiliaires sont classés en 5 catégories selon le moyen d'expression :

- l'expression orale et écrite
- les représentations imagées
- les moyens audio-visuels
- les présentations en relief (3 dimensions)
- les présentations animées.

IV.3.1. L'expression orale et écrite

L'expression orale comprend les émissions radiophoniques, les annonces par mégaphones sur les places publiques, les contes, les chants traditionnels. L'expression écrite comprend les brochures, les prospectus, les tracts, les affiches, les revues, les circulaires, les journaux muraux, et les panneaux de visualisation.

Les émissions de radio serviront à donner des informations de base générales et objectives sur la situation réelle des petits paysans. Pour compléter ces émissions, des groupes d'auditeur seront

créés au niveau des villages. Les informations sur les activités périodiques telles que semences, semailles ou traitement chimiques peuvent être annoncées par haut-parleurs sur les places publiques. Les affiches, les journaux muraux et les panneaux seront placés au lieu de rencontre régulier des groupes-cibles.

S'il existe des associations bien organisées, les tracts qui rappellent divers thèmes avec illustrations seront très efficaces. Les prospectus, les brochures, les journaux et revues bien illustrées outre qu'ils sont des moyens efficaces pour informer les agents vulgarisateurs et les organismes auxiliaires, ils pourront aussi contribuer à l'alphabétisation fonctionnelle.

IV.3.2. Les représentations Imagées

Les auxiliaires visuels sont le tableau noir, le flanellographe, le tableau magnétique, les blocs de démonstration, les transparents, les jeux de cartes, les dessins, les photos, les séquences de films, les diapositives, les bandes dessinées.

Une image en dit plus long qu'un long discours. C'est un avantage, mais aussi un inconvénient. Car, une image plus qu'une conversation peut être mal comprise. Il faudra adapter les illustrations au niveau de réceptivité des groupes concernés.

Pour la formation des vulgarisateurs comme pour les activités avec les groupes-cibles, le tableau noir, le flanellographe et le tableau magnétique sont des outils indispensables. On peut y inscrire les points principaux d'un exposé, et y opposer les éléments amovibles découpés dans du papier bristol, du papier carton, du feutre, de flanelle ou de la bande magnétique.

Le bloc de démonstration sera très utile au vulgarisateur qui ne sait pas dessiner. Chaque étape d'une situation pourra être élaborée en faisant participer le groupe. En Egypte, les animateurs ont utilisé le jeu de « Joker » pour faire passer le message de contraception dans le cadre du planning familial. Si la réalisation n'est pas appropriée, les films, les diapositives, les photographies et les transparents peuvent ne pas faire passer le message.

Les bandes dessinées dont le style narratif simple se rapprochent du conte, de l'histoire et donc des habitudes de communication de nos régions auront un impact certain sur les groupements de lecteurs. Ex. Kacheche-PNKB.

L'affiche bien composée dont l'idée-force ou idée-maitresse s'impose du premier coup d'œil et qui attire même le regard des passants pour aider à graver cette idée dans leur mémoire.

Les albums de photos ou de dessins permettent au vulgarisateur de comprendre le comportement et les idées du groupe-cible aux moyens des commentaires (remarques et interprétations) qu'il en fait.

IV.3.3. Les diapositives et les films

Les séries de diapositives et de films sonorisés font partie de l'équipement standard d'un service de vulgarisation. Ils permettent d'analyser en détails les concepts didactiques et méthodologiques.

Ainsi, on distingue les films pédagogiques destinés à la formation des vulgarisateurs, aux séminaires de perfectionnement et les motivations destinés à faire connaître au public une innovation très précise. Celui-ci doit pouvoir captiver le public, l'informer sur des expériences documentées et orienter son intérêt sur des sujets bien précis.

L'enregistrement vidés peut présenter des réunions de groupe, des démonstrations réussies ce qui permet de stimuler les échanges. La télévision se concentre sur l'élite urbaine et son rôle comme moyen de communication avec le petit paysan est très réduit.

IV.3.4. Les présentations en relief (3 dimensions)

Ce sont les maquettes, les prototypes et les objets de démonstration (ceux-ci sont palpables). On peut les observer de tous les côtés, les palper, les déplacer, les mettre en mouvement. Ils sont plus vivants et plus représentatifs pour le groupe-cible lequel celui-ci ne connaît pas il est question et s'il assimile difficilement les explications abstraites.

Les maquettes reproduiront par exemple la disposition d'un vivier, d'un système de canaux de dérivation d'un torrent, des terrasses antiérosives, un petit barrage...

IV.3.5. Les présentations animées

Lorsque des modes de communication traditionnels sont encore vivants dans un milieu, on s'en servira pour les activités de vulgarisation. Les chants, les danses et les contes contribuent souvent à la popularité d'un sujet.

Les marionnettes, les ombres chinoises et les pièces de théâtre permettent aussi d'être à l'écoute des problèmes d'un village. Les acteurs, les interprètes rapportent inlassablement les mêmes faits, les mêmes difficultés qui reflètent en partie la situation réelle de la population rurale (presque figée dans son évolution) Les groupes folkloriques sont un moyen idéal pour diffuser des messages en milieu rural.

Les membres d'un groupe, lequel ils sont confrontés objectivement avec des données concernant leur propre comportement et ses effets, et lequel ils participent de manière non défensive à une réflexion commune sur ces données, peuvent compléter significativement leur formation sur la connaissance de soi, sur les attitudes de réponse des autres à leur égard, sur le comportement du groupe et le développement des groupes en général.

Chapitre V : PLANIFICATION ET SYSTEMES DE VULGARISATION

V.1. Planification de la vulgarisation

La fiche de vulgarisation

La préparation à l'action de vulgarisation doit être sérieuse. Elle doit exclure toute improvisation car celle-ci risque de donner au paysan l'impression que le vulgarisateur n'est pas compétent ce qui coupera définitivement le dialogue constructif.

Ainsi les méthodes et les moyens à utiliser doivent être conçus, réfléchis, pensés et le résultat sen couché sur papier pour servir de guide au vulgarisateur.

L'objectif de cette préparation est que les paysans sachent impeccablement exécuter la tâche. Dès lors, il faut déclencher en eux le besoin d'apprendre, soutenir leur intérêt pendant toute l'opération. L'intérêt véritable est l'identification du moi avec l'idée ou l'objet que la vulgarisation va présenter. L'idée ou l'objet deviendra un moyen d'expression de l'intérêt.

Il sera nécessaire que les paysans comprennent le but de chaque geste, en s'aidant de ce qu'ils connaissent déjà (niveau de connaissances), en découvrant (motivation) et en apprenant ce qui ignorent encore (capacité de compréhension).

Pour cela, une fiche technique émanera de la station de recherche. Elle donnera aux vulgarisateurs des consignes nettes précises et leur expliquera les raisons de ces consignes. Cette fiche regroupera dans un tableau une liste très détaillée de tous les gestes à exécuter pour accomplir une tâche.

Ce tableau comprendra la chronologie (n°), les phases (ce que l'on fait), la manière et la raison (comment on le fait bien – pourquoi on le fait ainsi).

Recherche des moyens

L'apprentissage suivra une progression pédagogique allant du simple au complexe avec des temps de synthèse partielle qui permettront de placer chaque opération fragmentaire dans son contexte global.

Pour créer l'activité du paysan en rapport avec l'idée ou l'objet de la vulgarisation, le vulgarisateur doit d'abord provoquer et maintenir constamment l'intérêt. Il pourra y arriver en utilisant les moyens ci-après :

- l'évaluation des connaissances et des capacités du paysan pour constater les carences (par des discussions, des essais) ;
- l'analyse d'une situation (constat, observation, comparaison, recherche, cause et des conséquences) ;
- le choc (information, démonstration, témoignage) ;

- l'alternance des méthodes de travail (question, des suggestions, démonstration, essais, exposés silences, anecdotes) ;
- l'utilisation des aides visuels ;
- Les synthèses partielles et périodiques.

L'apprentissage suivra une progression pédagogique allant du simple au complexe avec des temps de synthèse partielle qui permettra de remplacer chaque opération fragmentaire dans son contexte global. Avec comme souci de maintenir l'intérêt.

Temps prévus	Les étapes	Les moyens pédagogiques	Les moyens de contrôle
	Mise en route	Présentation de la charrue non en état de fonctionnement Question : que faut-il faire et pourquoi ? Démonstration : préréglage roue, régulateur, chaîne Discussion.	Remise en état par l'exploitant. Le paysan Question : Pourquoi ?
	Réglage de la profondeur	Ouverture 1 ^{er} sillon par les paysans Ouverture 2 ^{ème} sillon par les paysans Contact du travail exécutif par les paysans Discussion Démonstration par le vulgarisateur du réglage de la profondeur	Question : Que faut-il faire ? Pourquoi ?
	Réglage de largeur	Contact du travail exécuté Discussion Démonstration par le vulgarisateur du réglage de la largeur	Question : Que faut-il faire ? Pourquoi ?
	Réglage de la traction	Observation par les paysans du fond du sillon ou de la position de la charrue ou travail Discussion	Question : Que faut-il faire ? Pourquoi ? Question de synthèse : dans quel ordre effectuez-vous le réglage ? Pourquoi ?
	Exécution d'un tour de labour	Avec la charrue réglée et par chaque paysan. Correction de la conduite. Constat du travail.	Question : quelle différence avec la houe ? Contrôle de la conduite de l'appareil et de l'exécution du travail
	Réglage		Par un paysan avec critique et

	complet d'une charrue		l'aide des autres.
--	-----------------------	--	--------------------

V.1.1. mécanismes de la planification

Le plan représente l'ultime démarche, l'ultime réflexion avant de passer à l'action. A l'idée de plan s'attache le concept de prévision. On parle de plan à court terme, à long terme ainsi que d'organisation, de choix des méthodes et de choix des moyens. Il est donc le résultat d'une série de phases préparatoires se déroulant dans un ordre logique qui sont : la définition des objectifs, la définition des politiques et l'établissement du plan. Chacune de ces phases se subdivise en un certain nombre d'opérations.

V.1.2. définitions des objectifs et des politiques

La définition commence par une évaluation de la situation au cours de laquelle on identifie les différents aspects de cette situation sous l'angle économique, technologique, sociologique. Ces aspects seront caractérisés qualitativement et quantitativement. Cette évaluation fait apparaître des contraintes et des besoins. Après cette identification et cette caractérisation dans ses aspects réels et concrets, interviendra la recherche des finalités possibles sans qu'aucun choix n'ait été encore fait.

Ex. de finalités dans le cadre de propositions d'une nouvelle politique agricole

- Répartition des revenus
- Régulation de l'activité économique et des principaux équilibres
- Ouverture des choix
- Localisation des processus de décision et structuration des centres de décision
- Indépendance nationale : alimentaire, militaire
- Solidarité internationale.

L'analyse de ces finalités amène à définir leurs complémentaires ou leurs antagonismes, à les hiérarchiser et les pondérer, en d'autre terme leur donner un ordre de priorité.

Les finalités représentent des buts lointains, une certaine « philosophie » de la planification. Il faut en arriver à la définition des buts plus concrets, c'est-à-dire à rechercher quelles innovations il faut introduire pour modifier la situation dans le sens indiqué par ces finalités.

On en vient ainsi à créer un ou des modèles qui représentent réellement la liste des objectifs fixés par le plan.

Cette formulation correspond aux questions ci-après : quoi ? Qui, où, quand, comment, combien, (pourquoi) ?

Le contrôle de la définition des objectifs est indispensable. La question est : comment contrôlera-t-on que les objectifs sont atteints ? Si la réponse est claire, nette et précise, c'est que les objectifs sont bien définis.

D'où la nécessité à ce stade d'élaborer la liste des instruments de contrôle et d'évaluation.

V.1.3. La planification au niveau du vulgarisateur

Le vulgarisateur doit planifier son action i.e. définir des objectifs, une politique et établir un plan en fonction des instructions qu'il a reçues, des besoins qu'il a détectés, des contraintes auxquelles il se heurte, des moyens dont il dispose.

En combinant sous forme d'un tableau le calendrier des activités des paysans avec celui qu'imposent les objectifs du plan national de la structure qui l'emploie et qu'il a reçu et en tenant compte des contraintes, il déterminera ses propres objectifs.

Ce tableau lui permet de définir concrètement et clairement les thèmes de vulgarisation, les moyens et les méthodes à mettre en œuvre et par conséquent la liste des tâches de vulgarisation et d'appui (crédit, approvisionnement, équipement, commercialisation) et l'époque d'appui.

Chaque activité souhaitable du paysan peut donner lieu à une activité de vulgarisation: incitation, formation ou appui. La plus grande partie du programme du vulgarisateur s'en ainsi commandée par le calendrier agricole.

V.1.4. Planification générale de la vulgarisation

Les programmes du chef de secteur, du chef de région, ceux des agents fonctionnels (gestion, agronome, formation, industrie agricole) devront se calquer sur le programme du vulgarisateur qui est lui-même calqué sur les activités du paysan.

Le programme général devra représenter l'ensemble des programmes de chacun des thèmes. Il doit comporter également toutes les autres tâches permanentes (formation personnelle, administration, gestion, relation, etc.) ou épisodiques (recensements, enquêtes, groupes de travail sur un sujet donné, participation à la recherche, etc.) que doivent remplir les agents des structures de développement.

On conçoit aisément que le plan ne peut être définitivement adopté qu'après confrontation, harmonisation, coordination et hiérarchisation.

V.1.5. Etablissement des coûts

L'établissement des coûts se fonde sur la notion de « coût technique ». Celle-ci fixe une unité qui est « l'Unité d'Encadrement UE » qui représente la valeur du travail d'un vulgarisateur de base pendant un mois. Elle classe ensuite les autres catégories professionnelles par rapport à cette unité et propose les valeurs suivantes : 3 UE pour un moniteur, 5 UE pour un conducteur des travaux, 8 UE pour un ingénieur.

Il suffit ensuite de calculer le coût total en mois de vulgarisateurs en fonction des besoins, et éventuellement de chiffrer le coût global. Pourquoi en fonction des besoins ? Parce que ceux-ci sont variables en fonction du temps.

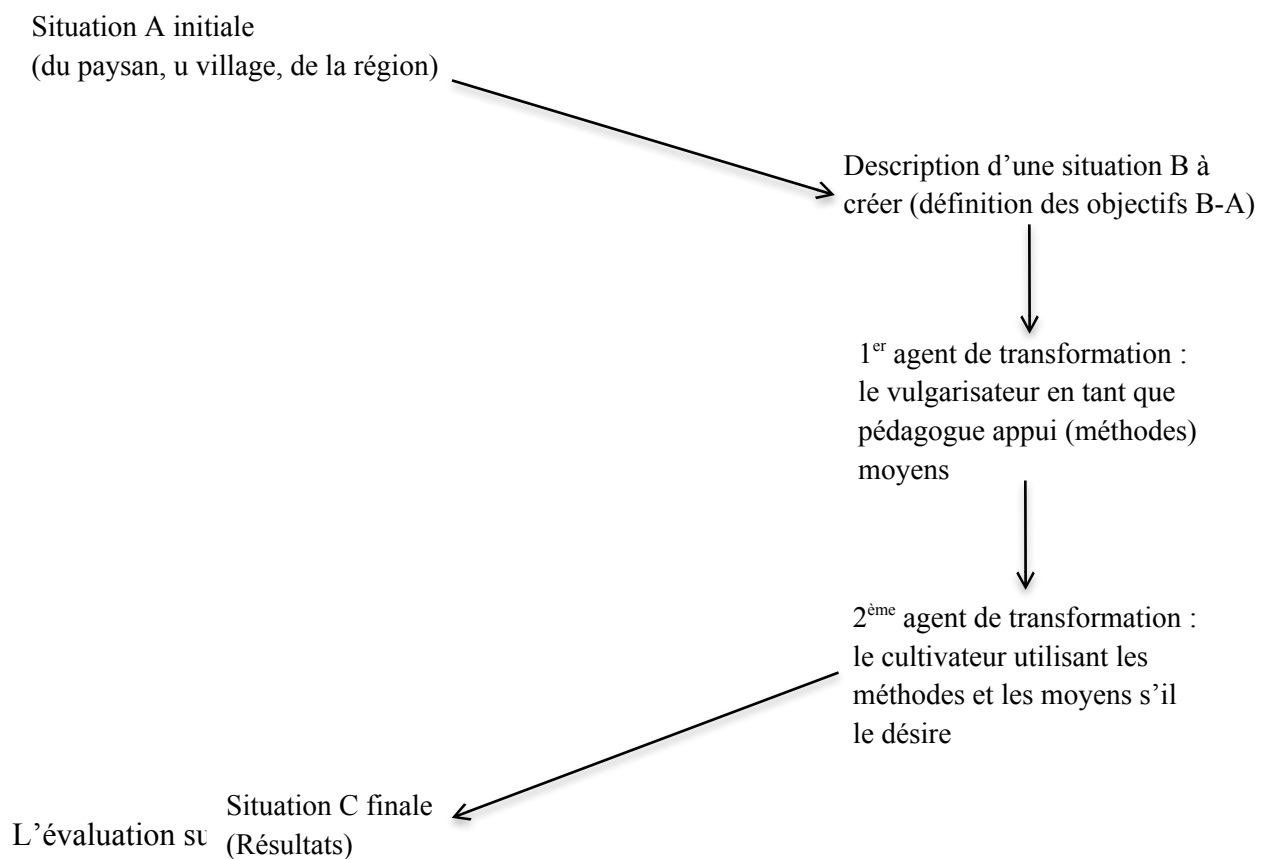
En plus, l'avenir de la structure de vulgarisation étant conditionné par l'obtention de résultats positifs immédiats. On veillera à adapter progressivement la structure à l'évolution des objectifs poursuivis, D'où une variabilité des coûts.

Par ailleurs, en Afrique, les montants consacrés à la vulgarisation agricole représentent toujours plus de 1% du PIBA (produits intérieur brut agricole) alors que les dépenses consacrées à la recherche sont suivant inférieures à 1% du PIBA. Les organismes de vulgarisation dépendent pour le personnel 70 à 85 % de leur budget dans le secteur public et \pm 60% dans le secteur privé ou parapublic. Cela entraîne une insuffisance de moyens consacrés aux dépenses opérationnelles

(ex. insuffisance de moyens de déplacement). Le vulgarisateur qui ne planifie pas son action est un mauvais vulgarisateur.

L'évaluation de la vulgarisation

Le mot évaluation est de plus en plus employé lequel il s'agit des hommes. Le contrôle fait référence aux chiffres, aux effectifs, aux stocks. On contrôle des résultats. L'évaluation de la vulgarisation se fait en recueillant les faits et en les interprétant. Cela peut se traduire par le schéma ci-dessous :



- une connaissance complète de la situation A, particulièrement en ce qui concerne les méthodes employées et les moyens que possèdent les cultivateurs
- une description complète de la situation B à atteindre, accompagnée de celle des méthodes et des moyens que le cultivateur devra mettre en œuvre ;
- une étude de la situation réelle C. Dans le cas d'une réussite $A = B$ en cas d'échec $A = C$.

L'interprétation consiste à répartir le succès ou l'échec entre les moyens mis en œuvre par le vulgarisateur et d'autres facteurs ne dépendent pas de lui ne dépendant pas de lui (climat, économie, politique, guerre,...).

Le processus d'évaluation comportera donc les opérations suivantes :

- a) Recueil des résultats bruts. Ex. La production qui dépend des surfaces et du rendement
- b) première analyse la recherche des causes
- c) recueil des données correspondant à ces causes ou résultat intermédiaires (méthodes :: moyens utilisés par les cultivars par exemple)
- d) 2^{ème} analyse et interprétation.

Les différentes opérations recueilleront les renseignements ci-dessous :

- a) Les résultats agricoles bruts :
 - évolution des surfaces
 - évolution de la production en quantité et en qualité
 - évolution de la productivité (rendement/unité de surface)
 - évolution du nombre de cultivateurs, volume du crédit et des remboursements des groupements; investissement des coopératives,...
- b) les résultats intermédiaires

Ils concernent les méthodes et les moyens employés par les cultivateurs. Parmi les méthodes, on peut citer :

Nombre de surface des champs semés en ligne, rayonnés, semés au semoir, sarclé mécaniquement, à la bonne époque, à la bonne cadence, buttés, démariés, engraisés, traités aux pesticides à la bonne dose, à la bonne époque...

Parmi les moyens : volume du crédit demandé, évolution du parc de matériel, du cheptel, du volume des approvisionnements, etc. Tous ces renseignements figurent sur un document appelé le tableau de bord. Celui-ci apportera des chiffres exacts et non des estimations. Il comprendra en outre des renseignements qui peuvent intéresser l'économiste, le financier et le politique.

Voici un exemple d'un tableau de bord : plaine de la Ruzizi : culture attelée et culture du coton, de l'arachide et du riz, ADI-KIVU.

- I. Indicateurs généraux:
 - population rurale
 - nombre de familles suivies par les vulgarisateurs
 - nombre de familles équipées
 - production commercialisée :
 - coton graine
 - arachide-coque
 - riz-paddy.
- II. Facteurs de production
 - animaux de trait: paire de bœuf, -Anc.
 - matériel agricole :
 - charrues
 - houes
 - chanettes.
 - produits courants:
 - pesticides
 - engrais.
- III. Améliorations culturales:
 - coton en culture traité, fumé
 - arachide culture modernisée, variétés améliorées
 - sorgho (dés infection des semences)
 - riz.
- IV. Crédits à l'agriculteur
 - Moyen terme
 - échéance de l'année
 - total des «< en cours »
 - payé
 - pourcentages impayés en cours/échéances.

- Court terme
 - dû
 - paye
 - pourcentages impayés.

V. Personnel d'encadrement

VI. Coûts

c) Interprétation des résultats

Déterminer l'influence du vulgarisateur par la quantité de cultivateurs ayant adopté une innovation. Ex. Le labour ou l'utilisation saine de l'engrais, du compost, du crédit,... Si les résultats dépendant de lui sont insuffisants c'est que soit sa pédagogie est mauvaise soit ses connaissances sont insuffisantes à condition que l'appui technique mis à sa disposition ait été adéquat. Dans ce cas, on recourra à la formation des vulgarisateurs.

L'évaluation peut être interne ou externe. L'évaluation externe se présente généralement sous la forme présentée ci-haut. L'évaluation interne s'opère de façon continue et permanent au travers des réunions de travail, de séances de formation, de visites sur terrain des responsables hiérarchiques.

V.2. Principaux systèmes de vulgarisation

V.2.1. Le système de formation et de visites

Il a été mis au point par Daniel BENOR en Turquie au début des années 70. Il a été fortement encouragé par la Banque mondiale depuis 1977. Il a connu un grand succès dans de nombreux pays d'Asie et a été aussi introduit en Afrique et en Amérique latine.

Ses caractéristiques sont :

- Identification par le vulgarisateur du groupe de paysans de contact qui devront représenter toutes les catégories de producteurs de la zone d'action et qui diffuseront à leur tour les techniques nouvelles dans le milieu rural. Les démonstrations des innovations se font sur

une parcelle du champ appelée parcelle d'adoption. Le groupe de paysans sont en fait des chefs d'opinion s'il choisit les novateurs : catastrophe.

- La formation du vulgarisateur assurée par le chef de secteur ou par un spécialiste est continue i.e. organisée régulièrement (1 jour / par quinzaine ou par mois) et en fonction des thèmes à diffuser compte tenu du calendrier agricole. Il y a des liens étroits avec la recherche agronomique.
- Le vulgarisateur ne fait que de la vulgarisation au sens strict. Toutes les autres fonctions (approvisionnement, crédit, commercialisation, organisation du milieu) sont assurées par d'autres services spécialisés. Il y a donc concentration des efforts.
- Mise en place d'un calendrier très précis de visite à des jours et en des lieux fixés à l'avance ce qui permet aux paysans d'être informés du passage du vulgarisateur et à ses supérieurs de le suivre dans ses tournées. Il doit tenir régulièrement un carnet de visites. Il y a donc un contrôle et une évaluation permanente du travail des vulgarisateurs.

Le calendrier de travail du vulgarisateur se déroule en période de 14 jours ainsi détaillés :

- 8 jours de visites sur terrain
- 1 jour pour la formation
- 1 jour pour la réunion avec le chef d'équipe
- 2 jours pour l'administration et les visites de rattrapage
- 2 jours de repos.

La structure de ce système est la suivante :

- Le conseiller technique agricole (CTA) encadre 8 à 16 groupes (G.A.) des paysans constitués de 15 à 25 personnes.
- L'agronome de brigade supervise 6 à 12 CTA.
- Le chef de secteur couvre une zone regroupant 4 à 6 agronomes de brigade.
- Le chef de région supervise 4 chefs de secteur.
- La direction de la vulgarisation contrôle 3 chefs de région.
- Au-dessus de la pyramide, il y a le ministère concerné par la vulgarisation.

Ses avantages sont :

- L'organisation rigoureuse et les moyens mis à disposition contraignent le vulgarisateur au travail.
- Les résultats de la recherche sont mieux utilisés car ils prennent en compte les problèmes du terrain.
- La formation permanente améliore le niveau des vulgarisateurs.
- Les visites régulières et systématiques enrichissent les relations agriculteurs (paysans) de contact et vulgarisateurs.
- Dans un contexte préalablement favorable, ce système est bien adapté par la transmission des techniques.

Ses inconvénients sont :

- Ce système ne peut pas fonctionner si les paysans n'ont pas accès aux autres services tels que crédit, approvisionnement...
- Le groupe de contact choisi à l'initiative du vulgarisateur n'est pas représentatif vis-à-vis de la communauté murale.
- Le cadre de travail est très contraignant, directif et donc sans possibilité d'initiative ou d'épanouissement personnel pour le vulgarisateur
- L'information circule essentiellement de haut en bas sur des thèmes strictement techniques préalablement choisis. Il n'y a pas ainsi de réelle prise en charge des contraintes qui freinent l'adoption des innovations proposées aux paysans. Ce système ne favorise pas le dialogue avec les agriculteurs.

Ce système est aussi appelé modèle TOT (transfert of technology) ou modèle linéaire d'innovation agricole. Pour corriger ce modèle et répondre à l'évolution du rôle du vulgarisateur et de la recherche appliquée en Afrique, Niels RÖLING a mis au point une approche nouvelle qualifiée de système de technologie agricole (ATS). L'approche ATS reconnaît que les paysans interviennent à part entière dans le développement de la technologie. Des efforts sont ainsi déployés pour inclure les paysans dans le diagnostic et la définition des programmes de recherche et d'expérimentation (de recherche développement sur les systèmes agraires et de recherche milieu réel) (En plus de l'accroissement de la participation paysanne, il y a une adaptation toujours plus grande des technologies aux situations précise dans lesquelles ils se

trouvent et l'établissement de nouveaux rapports entre les chercheurs, les vulgarisateurs et les petits paysans).

Les paysans ne sont plus des récepteurs passifs des idées scientifiques. Mais ils sont eux-mêmes des chercheurs et des expérimentateurs.

Car Niels est convaincu de deux choses, entre autres :

- Les paysans africains sont tout à fait capables d'adapter des systèmes agraires complexes à l'évolution des circonstances, en se livrant à des expérimentations et sans aucune aide des services étatiques (T & V est un système imposé dans le cadre de la mise en œuvre des politiques d'ajustement structurel).
- Si un programme valable est proposé aux paysans africains, ceux-ci sont capables d'innover de manière incroyablement rapide (le modèle linéaire ne permet pas de proposer aux paysans des innovations répondant directement à leurs besoins).

V.2.2. Les systèmes basés sur une culture de rente

Les cultures concernées par ces systèmes sont très diverses : coton, arachide, le tabac, le café, le thé, le quinquina, canne à sucre, banane, ananas,... L'approche intégrée autour d'une culture de rente est soumise à deux conditions :

- La maîtrise de totalité du cycle de production et de commercialisation d'une culture depuis l'approvisionnement du producteur jusqu'à la vente du produit transformé. ***On parle d'intégration verticale.***
- Une parfaite maîtrise des problèmes agronomiques liés à la culture grâce à une excellente coordination avec la recherche.

Avantages :

- L'intégration verticale permet d'imposer les noms de cultures, les conditions de marché et les modalités de remboursement des crédits. Ce qui donne aux responsables de cette approche une garantie de réussite et un grand pouvoir sur les producteurs.
- L'intégration verticale permet une bonne évaluation de l'opération puis que toutes les données seront facilement disponibles

- La liaison avec la recherche permet de réduire le décalage entre les résultats obtenus en stations et le résultat moyen des paysans.

Caractéristiques :

- Il n'existe pas de paysan pilote. Le vulgarisateur s'adresse à l'ensemble des producteurs du village.
- Le vulgarisateur assure l'ensemble des tâches d'approvisionnement, de crédit agricole et même de commercialisation.
- Le vulgarisateur ne transmet que des messages sûrs, éprouvés par la recherche. Ces messages sont adoptés aux matériels et aux produits disponibles.

Inconvénients (limites) :

- Cette approche ne concerne qu'un très petit nombre de cultures dans un contexte qui est déjà favorable. Elle a connu un succès avec le coton. Malgré l'effet des engrais sur les cultures vivrières venant après la culture principale, celles-ci ne font pas l'objet d'une attention.
- Elle est liée à un produit et aux aléas de son marché. Aujourd'hui, l'arachide, le coton, le thé, le quinquina, le café connaissent quelques difficultés.
- Elle fixe un cadre de travail très directif (étroit contraignant) qui tend à transformer les agriculteurs en simples exécutants dans la chaîne de production.
- La répercussion des techniques proposées sur l'ensemble de son exploitation ne fait pas l'objet d'une grande attention de la part des services de vulgarisation.
- Le vulgarisateur ne dispose pas de la formation appropriée pour diagnostiquer les contraintes qui apparaissent au niveau des exploitations agricoles. Et le fait qu'il est chargé d'un ensemble de tâches qui ne sont pas liées à la vulgarisation agricole limite son action dans ce sens.

Pour corriger cette approche :

- Ces systèmes ont intégré progressivement les cultures vivrières qui entrent dans l'assolement quand il s'agissait de cultures de rente annuelles (tabac, coton, arachide,...). La culture principale devient la locomotive qui tire les autres cultures de l'assolement.
- Ces systèmes assurent la promotion des groupements de producteurs ou associations villageoises. Les associations villageoises déchargeront en partie la vulgarisation des tâches liées à l'approvisionnement en facteurs de production, à la commercialisation, à la gestion du crédit agricole et à la gestion des ristournes.

V.2.4. Les systèmes de vulgarisation basés sur la recherche système

Définition et objet

La recherche-système, c'est la recherche sur les systèmes de production. Elle a pour but d'aborder les problèmes de l'amélioration des techniques agricoles.

Elle s'efforce d'adapter les techniques proposées aux caractéristiques techniques, sociales, humaines, écologiques et économiques de l'exploitation agricoles. Elle s'inscrit dans un dialogue permanent entre chercheurs, vulgarisateur et agriculteurs.

Ses activités sont :

- La collecte de données de base ainsi que l'analyse de l'écologie et des systèmes de production prévalant chez les agriculteurs.
- L'élaboration et l'évaluation de systèmes cultureux en station expérimentale.
- L'expérimentation sur le terrain, l'évaluation et le contrôle de l'adoption des technologies.
- Sa limitation est qu'il faut disposer d'un personnel qualifié à tous les niveaux (recherche agronomique, recherche-système, vulgarisation). En Afrique, la déficience de services nationaux de recherche et de vulgarisation devient un obstacle à la mise en œuvre de cette approche.

Son domaine d'application est :

Il est plus approprié quand il s'agit de la mise en œuvre d'un ensemble de techniques : lutte contre la fertilité des sols, mesures antiérosives, lutte contre la désertification, intégration agriculture élevage : gestion des terroirs.

Le transfert de la recherche vers la vulgarisation

Le transfert normal d'un thème de vulgarisation passe par différents stades à savoir :

- Stade de pré-vulgarisation. L'innovation technique est soumise à l'appréciation du paysan. Le vulgarisateur et le chercheur doivent être attentifs pour capter les observations émises car elles viendront enrichir le thème. A ce niveau interviennent les essais multi-locaux.
- Le stade de la vulgarisation large. Moyennant démonstration et sensibilisation, l'adoption, l'adoption du thème par les paysans se réalise s'il est convaincu de son intérêt. Les essais d'adaptation large peuvent être utilisés par la démonstration. Des autres parcelles pourront être consacrées à la formation agronomique et à l'apprentissage des nouvelles pratiques.
- Le stade de suivi. Il a pour but de s'assurer que les thèmes sont correctement mis en application, que des difficultés imprévues n'entraînent pas l'abandon des innovations et le découragement des paysans intéressés.
- Le stade du mot d'ordre. Les thèmes peuvent devenir des mots d'ordre lorsqu'il est urgent d'atteindre tel ou tel objectif à partir de solutions techniques existantes ayant fait leur preuve dans des milieux semblables. Le mot d'ordre peut exiger soit mobilisation de moyens énormes, soit l'usage de la coercition.

La recherche-développement

La différence entre la recherche-système et la recherche développement se situe au niveau du degré de participation du paysan dans la recherche de solution à ses problèmes.

En effet, la recherche-développement se définit comme une démarche qui vise l'amélioration des systèmes d'exploitation agricole à partir des problèmes posés et par une réflexion qui associe les paysans, qui tient compte de leurs expériences, de leur savoir-faire et de leurs contraintes et qui les amène à faire un choix raisonné de solutions qui conviendront à leurs problèmes.

V.2.4. Les systèmes de vulgarisation basés sur les groupements de producteur ou associations villageoises

Une association est un groupement de personnes réunies dans un intérêt commun. Le système de vulgarisation basé sur la promotion d'associations villageoises et de groupements de producteurs est une évolution inévitable des programmes de vulgarisation. Car ceux-ci sont une réponse aux déficiences des circuits d'approvisionnement en facteurs de production et de commercialisation ainsi qu'à la faiblesse des organismes de crédit.

Sa première fonction est la prise en charge des aspects logistiques liés à la vulgarisation. Au fur et à mesure que les associations se structurent, la structure de vulgarisation leur transfère progressivement les tâches techniques élémentaires de vulgarisation agricole.

Parallèlement à la fonction primordiale, on doit se mettre en place une structure d'assistance aide à la gestion des groupements, programmes d'alphabétisation, formation à la gestion des ouvrages créés par la ristourne, création de pharmacies villageoises,...

En conséquence, ceci débouche sur une dynamique de développement, sur l'établissement d'un vrai dialogue entre la vulgarisation et les agriculteurs. Dans le cas de la T & V, le groupement participe à la désignation des délégués à l'innovation : paysans de contact.

La fiche pédagogique

La première des démarches du maître-jacques quand il arrive dans un secteur de vulgarisation consiste à établir une monographie et à effectuer des tournées de prise de contact avec les agriculteurs.

Pour une action certainement concrète, pour qu'il ait un programme de vulgarisation efficace, le vulgarisateur doit se forger des instruments de travail qui sont :

- la connaissance du calendrier de travail et des temps de travaux traditionnels. Pour cela, il recueillera dans un tableau chronologique toutes les données de la vie courante des agriculteurs. Ces données lui permettront de déceler les périodes favorables à telle ou telle action, de connaître les pratiques agricoles nocives, initiales ou inexistantes, d'indiquer aux responsables les changements qu'il serait utile d'apporter à leur propre calendrier pour faciliter les activités agricoles, de proposer aux agriculteurs des aménagements dans leurs prévisions d'activités.
- La connaissance des facteurs de production des exploitations (la main-d'œuvre, les surfaces exploitables, les équipements et approvisionnement, les possibilités d'endettement ou de crédit).
- La connaissance des méthodes de travail et des raisons pour lesquelles elles ont été adoptées. Ces méthodes peuvent être dues à l'ignorance, à une croyance, à un raisonnement faux, à une contrainte, à un raisonnement juste ou à une expérience. Si ce

raisonnement se révèle juste et l'expérience concluante, il devra retransmettre l'information à la recherche et l'utiliser lui-même en vulgarisation.

- La connaissance des canaux par lesquels passera la vulgarisation par des observations sociométriques (sociométrie : enquête, mesure qui permet de découvrir les classes de la population rurale).

Si l'on connaît les chefs d'opinion, la diffusion du message de vulgarisation en est facilitée. Ce sont ces réseaux informels que le vulgarisateur utilisera pour augmenter, multiplier l'efficacité de son action. Car contraint par le temps, il est possible qu'il ne puisse pas toucher tous les agriculteurs.

Ces quatre instruments de travail ajoutés au programme de vulgarisation et à la fiche technique lui permettront d'élaborer la fiche pédagogique qui est donc l'aboutissement logique de tout le processus décrit dans ce chapitre. La fiche pédagogique doit toujours exister. Elle reste adaptée à un milieu particulier. Elle ne peut pas être utilisée par des instructeurs différents dans des conditions différentes pour des auditoires différents. Elle ne peut être conçue et utilisée que par un vulgarisateur donné évoluant dans un milieu donné et qui est plus ou moins de l'une ou l'autre technique de communication.

