

LES COURANTS DE PENSÉE EN MATIÈRE DE
THÉORIE DE LA DIFFUSION DES INNOVATIONS

A. W. VAN DEN BAN*

Résumé :

Pour encourager l'adoption des innovations, il ne suffit pas de faire parvenir une information, il faut modifier les attitudes. Parfois il faut transformer la communauté pour l'inciter à valoriser le succès. L'énorme littérature scientifique sur la diffusion des innovations montre donc la complexité et l'ampleur du problème. Les conditions à remplir pour que l'innovation passe vite sont nombreuses et le mot clef est donc coordination des actions. L'adoption des innovations provoque souvent un accroissement des inégalités de revenus intra-agricoles. Mais ce n'est pas inévitable. De même, elle conduit en général à une baisse de la population active agricole. Mais l'exemple des Pays-Bas montre qu'une bonne vulgarisation accroît la compétitivité et les parts de marché - ce qui réduit la baisse de population agricole.

Summary :**CURRENTS OF THOUGHT IN THE FIELD OF DIFFUSION OF INNOVATIONS THEORY**

Adoption of innovation does not only require information flows but also changes in attitudes. Sometimes the spirit of the community must be changed so that it considers success as a valid goal. So the abundant literature on diffusion of innovations shows the complexity and breadth of the theme. Many conditions must be fulfilled for rapid diffusion so the key word is coordination of diffusion activities. Adoption of innovations often causes increases in intra-agricultural inequality, but this is not inevitable. Similarly, it usually leads to a reduction in active farm population. The example of the Netherlands, however, proves that good extension work increases competitiveness and market shares - which reduces the decline in farm population.

Plusieurs milliers d'études ont été publiées, au cours des trente dernières années, sur l'adoption et la diffusion des innovations. Une proportion élevée de ces études est fondée sur des recherches empiriques concernant des innovations agricoles. Pour améliorer la communication entre les instituts de recherches agronomiques et les agriculteurs il faut que nous soyons informés des résultats principaux de cet ensemble de recherches. Contraint à n'en donner ici qu'une vue très schématique, je présenterai un bilan des principales connaissances acquises dans les années 60, à partir duquel il sera possible de discuter les résultats des recherches et des théories plus récentes.

Les recherches sur la diffusion des innovations agricoles

Une innovation est une idée, une pratique ou un objet perçu comme nouveau par un agriculteur. Les recherches s'accordent pour dire que l'agriculteur adopte rarement cette innovation juste après en avoir entendu parler. Le plus souvent, il obtient la première information par les journaux agricoles ou d'autres moyens d'information de masse (média) ; mais il n'adoptera pas l'innovation sans l'avoir vue mise en œuvre s'il n'a pas discuté auparavant des conséquences escomptables avec quelqu'un qu'il connaît et en qui il a confiance.

Les agriculteurs les plus tournés vers le progrès vont à de nombreuses réunions où ils rencontrent des agents de services de vulgarisation. Ils peuvent y discuter, avec les

conseillers, des avantages et inconvénients de cette innovation pour leur exploitation. S'ils connaissent bien le conseiller, ils peuvent aussi l'inviter à en discuter en tête à tête. En outre, ils débattront longuement de ces innovations avec d'autres agriculteurs, tant lors de réunions de groupes qu'en rendant visite à leurs amis - qui sont habituellement aussi intéressés par les innovations. Ces discussions personnelles avec les conseillers et amis ont un impact considérable sur la décision ultime d'adopter ou de ne pas adopter une innovation. Ces agriculteurs aiment aussi voir par eux-mêmes, sur des parcelles de démonstration ou d'autres exploitations, comment ces innovations fonctionnent et les conséquences que l'on peut en attendre. C'est un autre moyen de réduire l'incertitude quant à leurs effets.

Les agriculteurs plus traditionnels, eux aussi, obtiennent d'habitude les premières informations sur une innovation à partir des médias puis prennent leur décision en s'aidant de communications personnelles - mais il se peut qu'ils s'adressent à des sources différentes de celles utilisées par les agriculteurs modernes. Ils ont moins tendance à lire la presse agricole spécialisée et de haut niveau mais utilisent plutôt un journal local ou un programme radio ; ils ne reçoivent parfois aucune aide du conseiller mais ils s'informent auprès d'un vendeur ou d'autres agriculteurs des environs qui ont déjà acquis une expérience concernant l'innovation en cause.

* Professeur de science de la vulgarisation, Université Agricole Wageningen - Pays Bas.
Traduit par D. Bergmann.

Ainsi, il se peut qu'ils ne l'adoptent qu'au moment où les prix des produits ont déjà subi un réajustement pour tenir compte de la hausse de la productivité intervenue sous l'effet de la mise en œuvre de l'innovation.

De nombreuses recherches ont été faites pour savoir quels sont les agriculteurs qui, dans une communauté donnée, sont les premiers à adopter les innovations. Il s'agit d'habitude d'agriculteurs qui, par rapport à la moyenne, ont fait des études plus longues, assistent plus souvent aux réunions et aux cours pour agriculteurs, ont davantage de contacts avec les conseillers et avec des personnes extérieures à la communauté, sont plus actifs dans toutes sortes d'organisations, non exclusivement agricoles mais aussi sociales et politiques, ils lisent davantage de journaux agricoles et le font avec plus de soin, enfin, ils ont des exploitations plus grandes. Il n'est pas impossible qu'ils passent moins de temps au café du village à discuter avec leurs amis. Ces agriculteurs se rendent compte que l'agriculture est en train de changer rapidement et que, par conséquent, s'ils veulent rester dans cette activité, ils doivent changer eux-mêmes aussi. Ils sont donc constamment à la recherche d'informations qui les aideront à saisir les nouvelles opportunités et à adapter leur système de culture aux changements.

Ceci signifie que, si nous voulons encourager l'adoption des innovations, il ne suffit pas que nous donnions aux agriculteurs des informations sur ces innovations. Il peut être au moins aussi important de modifier leurs attitudes envers le changement et d'accroître leur ouverture sur le monde en les incitant à regarder au delà de leur voisinage. Ceci peut probablement être obtenu au moyen d'écoles d'agriculture et par des programmes d'éducation des adultes pour les agriculteurs et pour leurs épouses.

Si, au lieu de regarder les différences entre agriculteurs dans une communauté locale, nous examinons les différences de développement agricole entre régions, nous arrivons parfois à un tableau assez différent. Parfois - mais pas toujours - dans une région où les agriculteurs sont prospères et bien éduqués, on peut constater qu'ils ne font pas de gros efforts pour conserver cette avance tandis que, dans des régions plus pauvres, les agriculteurs affirment qu'ils ont vraiment besoin de conseillers parce qu'ils n'ont pas appris grand chose à l'école. Cette attitude a permis à certaines régions de mon pays de dépasser des régions qui, au début du siècle, avaient une agriculture beaucoup plus moderne. A un autre niveau, des phénomènes similaires se voient dans des pays en développement comme la Corée du Sud, la Malaisie ou la Côte d'Ivoire.

Le niveau d'adoption des innovations par un agriculteur donné a été expliqué par des variables individuelles, comme son niveau d'éducation ou la dimension de son exploitation, ou par les normes collectives de sa communauté vis-à-vis des innovations. On a souvent constaté que des normes collectives peuvent contribuer à expliquer une part considérable de la variabilité constatée dans les taux d'adoption. Il est beaucoup plus facile d'adopter des innovations dans une communauté où un agriculteur peut améliorer son statut social en introduisant une innovation qui réussit que dans une communauté où l'on tend à se

moquer des « cinglés » qui font toujours les choses différemment des autres. Des discussions en groupe peuvent jouer un rôle important dans l'évolution de ces normes collectives.

Ainsi que nous l'avons souligné ci-dessus, une grande partie des connaissances des agriculteurs concernant les nouvelles pratiques agricoles sont acquises auprès d'autres agriculteurs. Dans ce processus, le rôle des « leaders » de l'opinion agricole, en lesquels les autres agriculteurs ont confiance, est important. Ces leaders ne sont pas toujours les premiers à essayer les nouvelles pratiques ; toutefois, dans les communautés caractérisées par des normes collectives modernes, ils les suivent d'assez près. En revanche, dans les communautés plus traditionnelles, les leaders de l'opinion sont aussi plutôt conformistes. Les personnes qui deviennent habituellement des leaders de l'opinion sont celles qui sont capables d'aider les autres à éclairer les problèmes qui les préoccupent et qui sont disposés à le faire. Dans les communautés modernes, les leaders de l'opinion recherchent le contact avec les agents de vulgarisation afin d'être instruits des nouvelles pratiques agricoles ; dans les communautés traditionnelles, en revanche, les conseillers agricoles pourraient accroître leur efficacité en essayant de gagner la confiance des leaders de l'opinion.

La vitesse de diffusion des diverses innovations dépend aussi de la manière dont elles sont perçues par les agriculteurs. Il est important de noter que, à mon avis, cette vitesse ne dépend pas des caractéristiques de l'innovation mais de la manière dont ces caractéristiques sont perçues. Nos actions ne sont pas déterminées par la réalité dans laquelle nous vivons mais par nos perceptions de cette réalité. Cette perception dépend de la culture dans laquelle nous avons été élevés. Un agriculteur breton percevra le niveau de production de ses vaches d'une manière différente d'un agriculteur de l'Inde.

Les principales caractéristiques prises en compte sont probablement :

1) L'avantage relatif de l'innovation par rapport aux pratiques traditionnelles suivies par l'agriculteur. Cet avantage peut être de nature économique ou concerner d'autres objectifs de l'agriculteur tel que son statut social ou son temps de loisir.

2) La compatibilité de l'innovation avec les échelles de valeurs et les croyances de l'agriculteur. Un agriculteur du Bassin Parisien peut ne pas envisager la possibilité de cultiver des orchidées ; il se considère comme un spécialiste des grandes cultures non comme un floriculteur.

3) La complexité de l'innovation. Si un producteur de lait considère qu'un ordinateur exige une solide formation en mathématiques, il pourra ne pas l'utiliser.

4) La possibilité d'observer l'innovation en place peut partiellement remplacer la possibilité de faire un essai. Il est plus facile d'observer les conséquences de l'introduction du maïs hybride que les conséquences de la mise en place d'un nouveau système de comptabilité.

Telles sont, très brièvement résumés, les enseignements des recherches traditionnelles concernant l'adoption et la diffusion des innovations en agriculture. Je voudrais maintenant examiner un certain nombre d'évolutions récentes.

LES TENDANCES RÉCENTES : LA RECHERCHE — DÉVELOPPEMENT ?

La pleine utilisation des recherches

Un nouveau corps de recherches est en train de se développer sur la question des processus et des facteurs qui influencent l'utilisation des recherches. Les recherches sur l'adoption et la diffusion des innovations s'insèrent certes dans cet ensemble. Mais ces recherches ont fait l'hypothèse implicite que les innovations étaient disponibles alors que les recherches sur l'utilisation des recherches examinent aussi la manière dont ces innovations sont créées. En outre, dans ces recherches, les processus par lesquels l'utilisateur résout ses problèmes sont étudiés plus soigneusement. Ceci permet d'analyser la manière dont l'agent du changement peut coopérer avec l'utilisateur dans ce processus de résolution de problèmes ainsi que le rôle des nouveaux résultats de recherches dans ce processus.

Ces recherches sur l'utilisation des recherches nous ont incité à avoir des vues plus modestes sur l'importance de la recherche scientifique. Nous agissons en fonction de la représentation que nous nous faisons du monde dans lequel nous vivons. Les découvertes provenant de telle ou telle recherche peuvent modifier un petit peu cette représentation mais ne la change pas complètement. Nos actions continuent à être fondées principalement sur notre propre expérience, sur ce que nous avons entendu antérieurement au sujet d'autres résultats de recherches. En outre, il est clair que nos propres buts et objectifs sont importants. La signification de nouveaux résultats de recherche pour nos actions dépend de leur nature et de leur contexte. Ces nouveaux résultats sont plus importants s'il s'agit d'une décision concernant l'adoption ou le rejet d'une variété que pour le changement ou le maintien de tout le système de culture.

En règle générale, les nouveaux acquis de la recherche ne peuvent être utilisés que s'ils sont intégrés dans le corps des connaissances existant dans la représentation du monde que l'on se fait à un moment donné. Ces processus d'intégration exigent du temps. Si un agent de vulgarisation veut aider un agriculteur à l'accomplir, il doit non seulement être informé des nouveaux résultats des recherches mais aussi écouter l'agriculteur pour comprendre sa représentation du monde. Certaines personnes pensent que l'agent de vulgarisation pourrait être remplacé par un système informatisé de documentation sur les résultats de la recherche. Vous comprendrez que je ne partage pas ce point de vue ; un des rôles importants du conseiller devrait être d'aider l'agriculteur à analyser des objectifs contradictoires et les conséquences escomptables de l'information qu'il détient sur la manière dont le monde est en train de changer. Ceci est nécessaire pour parvenir à une définition claire de ses problèmes. Sans elle, il ne sait pas de quels résultats des recherches il a besoin et quelle peut être leur importance pour lui.

Cette nécessité qui se manifeste d'intégrer les nouveaux résultats des recherches dans le corps des connaissances existant a aussi des conséquences pour l'organisation des recherches agronomiques. S'il s'agit d'intégrer les découvertes d'instituts de recherches orientés sur une discipline telle que la protection des végétaux ou l'économie rurale, on peut faire confiance aux agents de vulgarisation et aux agriculteurs. Mais cette tâche est souvent trop difficile

pour eux en particulier pour des résultats importants tels qu'un système intégré de lutte contre les ennemis des cultures. Il est alors préférable d'avoir des stations expérimentales consacrées à une certaine production agricole, telle que l'aviculture ou la viticulture, où les résultats des recherches liées à une discipline seront intégrés avec ceux d'autres spécialités et avec la pratique des agriculteurs pour constituer un système de production amélioré. Les changements proposés sur la base des enseignements des recherches dans une discipline ont souvent des conséquences dans le domaine des autres spécialités. Par exemple, le recours à des systèmes de lutte intégrée contre les ennemis des cultures peut avoir des effets sur les besoins en travail aux diverses périodes, sur les risques que les agriculteurs doivent assumer, sur la rotation.

Un nouveau système de culture ainsi mis au point dans une station expérimentale ne convient pas parfaitement à la situation de toutes les exploitations. Les agriculteurs ont appris par l'expérience du passé qu'ils doivent souvent modifier une innovation pour mieux l'ajuster à leur propre situation. Ces changements constituent souvent de véritables améliorations. Il me semble qu'il est préférable de ne pas s'en remettre entièrement aux agriculteurs pour faire ces ajustements mais qu'il vaut mieux le faire par une coopération entre les agriculteurs, les agents de vulgarisation et les chercheurs. Ceci donne une assurance pour que le travail soit fait sur la base d'une bonne compréhension des idées qui ont motivé le développement de l'innovation et de la situation, des ressources et des objectifs de l'agriculteur. Un sous-produit intéressant est que les chercheurs peuvent ainsi mieux comprendre les agriculteurs pour qui ils travaillent. Dans mon pays, les cercles d'études horticoles jouent un rôle tout à fait important dans ce type de développement. Ils ont des comités étudiant plusieurs problèmes importants auxquels ils sont confrontés - par exemple les économies d'énergie. Plusieurs horticulteurs compétents coopèrent avec des agents de vulgarisation et des chercheurs pour mettre au point de meilleurs systèmes agricoles.

Il est clair que les chercheurs ne peuvent coopérer ainsi avec tous les agriculteurs. C'est le rôle des services de vulgarisation de discuter, avec d'autres agriculteurs, des systèmes agricoles ainsi mis au point lors de cette action coopérative. Je dis bien « discuter avec » et non « transmettre à » car il sera souvent nécessaire de les ajuster encore à la situation et aux objectifs d'autres agriculteurs. Cette discussion exige des agents de vulgarisation qu'ils aient une compréhension approfondie de ces innovations.

Ceci suppose une bonne structure de communication entre les instituts de recherches et les agriculteurs au travers des systèmes de vulgarisation. Dans cette structure, il est d'habitude nécessaire d'avoir, au niveau national, des spécialités thématiques à la fois pour certaines disciplines, tels que les sols et les engrais, et pour certaines branches de l'agriculture tels que la production porcine. Ces spécialistes thématiques nationaux devraient avoir des liens étroits avec les chercheurs dans leurs domaines mais ils devraient aussi se tenir au courant des résultats de recherches pertinents pour la France et provenant d'autres pays. Ces spécialistes thématiques nationaux pourraient

coopérer avec les instituts de recherches de leur région. Les spécialistes régionaux peuvent coopérer avec les conseillers locaux qui sont en contact direct avec les agriculteurs. Au moyen de cours, de réunions et de documents écrits, ils peuvent maintenir ces généralistes informés des nouveaux résultats de la recherche et de l'importance de ces découvertes pour leur travail. Le spécialiste peut aussi aider le généraliste s'il est confronté avec un problème qu'il ne peut pas résoudre lui-même. Malheureusement, je ne connais pas bien les services français de vulgarisation agricole, mais je me demande si ces structures de communication fonctionnent d'une manière satisfaisante dans votre pays.

Cette structure de communication n'est pas seulement déterminante pour les flux d'information allant des centres de recherches vers les agriculteurs ; les flux d'information dans l'autre sens sont au moins aussi importants. Les services de vulgarisation peuvent jouer un rôle notable en informant les chercheurs des problèmes que les agriculteurs rencontrent. Les chances de promotion et le renom des professeurs d'université et des chercheurs dépendent surtout du jugement de leurs pairs ; ils ont, de ce fait, une tendance naturelle à travailler sur des problèmes d'importance théorique - alors que la raison d'être ultime des recherches agronomiques est d'aider à résoudre les problèmes des agriculteurs.

Je suis convaincu que les groupes d'agriculteurs, les clubs d'étude, les groupements de vulgarisation, les CETA - appelez les comme vous voudrez - peuvent jouer un rôle significatif dans la mise en œuvre des recherches agronomiques. Dans ce cadre, on peut avoir un échange d'idées et d'expériences entre agriculteurs et agents de vulgarisation, et peut-être aussi avec les chercheurs.

Toutefois, comme les agriculteurs adhèrent pour apprendre au contact les uns des autres, ceux dont on espère des idées utiles vont être particulièrement invités - et incités - à se joindre au groupe. En conséquence, les agriculteurs les plus pauvres et les plus traditionnels en seront plus ou moins exclus. Or les groupes s'adressent aux agents de vulgarisation pour qu'ils les aident ; et ces agents peuvent y passer tant de temps qu'il ne leur en reste plus pour aller voir les agriculteurs plus traditionnels et examiner comment ils peuvent les aider. Ainsi les groupes de vulgarisation peuvent accentuer les écarts de revenus entre agriculteurs.

Les conséquences de l'adoption des innovations

Le point qui vient d'être soulevé est un exemple de l'intérêt accru qui est porté aux conséquences de l'adoption des innovations. La question des inégalités, les conséquences en matière de répartition des revenus, est un sujet qui a beaucoup retenu l'attention.

Vous vous souvenez que, dans une communauté, les innovations sont habituellement adoptées en premier par les agriculteurs les plus aisés sur les plus grandes exploitations. Les premiers qui adoptent une innovation accroissent leurs revenus, mais, à la suite de cette adoption, l'offre du produit en cause augmente et, par conséquent, son prix diminue. Il peut donc arriver que les agriculteurs qui tardent à adopter les innovations aient du mal à continuer et leurs exploitations peuvent donc être rachetées par les innovateurs utilisant les sommes qu'ils ont gagnées grâce au fait qu'ils étaient des innovateurs précoces. De cette manière, la pénétration des innovations en agriculture

peut accroître les écarts de revenus intra-agricoles. Il est souvent considéré que cette conséquence n'est pas souhaitable, surtout dans les pays sous-développés où les petits agriculteurs sont déjà très pauvres et où ils ont très peu d'opportunités d'emplois hors de l'agriculture.

Cet accroissement des écarts de revenus est-il une conséquence inévitable de l'adoption des innovations ? Je ne le crois pas. En premier lieu, les conséquences ne sont pas les mêmes pour toutes les innovations. Les innovations qui exigent un investissement en capital élevé et qui substituent du capital au travail seront habituellement adoptées en premier par les agriculteurs aisés avec des salariés et non par les petits agriculteurs qui ont déjà, sur leurs exploitations, des excédents de main-d'œuvre familiale. Mais il y a d'autres innovations, comme les engrais ou les semences de nouvelles variétés, qui peuvent être utilisées sur les petites exploitations aussi bien que sur les grandes. Les engrais ont même apporté plus de progrès sur les sols pauvres que sur les sols riches ; dans mon pays, ils ont donc un fort impact sur les agriculteurs pauvres de ces régions ce qui les a conduits à s'intéresser davantage à l'enseignement professionnel agricole et à la vulgarisation.

On a par ailleurs vu apparaître plusieurs innovations dans des branches de l'agriculture plutôt mal considérées parmi les agriculteurs. Ces innovations ont donc été adoptées plus rapidement dans les régions où il y avait de nombreux agriculteurs pauvres. Par exemple, la production porcine a augmenté assez fortement dans mon pays. Les exploitants de grande culture ou laitiers - grands et aisés - disaient souvent : « les porcs sentent mauvais ; c'est bon pour les petites exploitations sur des sols sableux pauvres, pas pour nous ». Ces agriculteurs pauvres ont dit : « je vois que l'on peut maintenant gagner de l'argent avec les porcs, alors je vais développer mon élevage de porcs ». Aujourd'hui, ces éleveurs de porcs ont souvent des revenus nettement supérieurs à ceux de la grande culture ou des exploitations laitières. Nous avons vu des développements similaires en matière de volailles, de veau, de légumes.

Ceci signifie que, suivant le type d'innovation qui sera mis au point, il y aura ou non accroissement des écarts de revenus. Mais les agriculteurs aisés peuvent exercer plus d'influence sur les instituts de recherches agronomiques que les agriculteurs pauvres et moins bien éduqués.

L'ampleur avec laquelle l'adoption des innovations accroît les différences de revenus dépend aussi des activités des services de vulgarisation. Un service de vulgarisation n'est jamais capable d'aider personnellement tous les agriculteurs. Ce sont surtout les agriculteurs plutôt que les agents de vulgarisation qui décident qui sera aidé et qui ne le sera pas ; en effet, ceux qui demandent de l'aide l'obtiennent. Le fait, pour un agriculteur, de demander ou non de l'aide est déterminé partiellement par ses propres attitudes et objectifs et partiellement par sa perception du rôle des agents de vulgarisation. Si, par des articles, des réunions et d'autres activités, ces derniers donnent d'eux-mêmes une image de personnes capables d'aider un certain type d'agriculteurs et disposés à le faire, alors ces agriculteurs demanderont plus souvent leur assistance.

Dans tous les pays, des recherches montrent clairement que les agriculteurs sur de grandes exploitations ont, avec les conseillers, davantage de contacts, que les petits agriculteurs de la même communauté. Ceci s'explique proba-

blement par le fait que le premier groupe est plus ouvert aux changements, que nombre des messages des agents de vulgarisation sont plus pertinents pour eux et que les conseillers espèrent pouvoir toucher d'autres agriculteurs à travers les leaders du village et considèrent qu'ils peuvent accroître davantage la production agricole en agissant sur un gros agriculteur plutôt que sur un petit.

Dans certains cas, cependant, les vulgarisateurs ont réussi à atteindre les petits agriculteurs dans leurs communautés en identifiant des « groupes-cible » - comme on dit en matière de commercialisation (« marketing »). Ils ont mis au point des programmes spécialement conçus pour les petits agriculteurs n'ayant pas encore adopté beaucoup de nouvelles pratiques. Par exemple, en Inde, des programmes de télévision ont apporté des informations déjà connues des grands agriculteurs modernes, mais pas encore des petits traditionnels. Dans d'autres pays, les conseillers ont rendu des visites personnelles à ces agriculteurs traditionnels sans y avoir été invités - ce qui est souvent hautement apprécié. Toutefois, pour avoir le temps de faire ceci, le conseiller doit consacrer moins de temps à ceux des agriculteurs ou groupes d'agriculteurs qui demandent des conseils. Ceci est difficile pour de nombreux conseillers car c'est en contradiction avec la perception qu'ils ont de leur rôle, avec leur conception de ce qu'un bon vulgarisateur devrait faire.

Une autre conséquence de l'adoption des innovations a été une décroissance plus rapide du nombre des exploitations. Il va de soi pour des économistes ruraux que l'accroissement des revenus par tête dans une société est accompagnée d'une baisse du pourcentage de la population active occupée dans l'agriculture. Une des raisons de cette évolution est que l'accroissement des revenus hors de l'agriculture rend nécessaire un accroissement de la productivité en agriculture afin d'amener les revenus agricoles à des niveaux comparables. Une autre raison est que la hausse de la productivité agricole rend possible l'accroissement des revenus par tête. Durant la longue période de plein emploi dont nous avons bénéficié après la dernière guerre mondiale, de nombreuses personnes considéraient que cette décroissance du nombre des exploitations et de la population active agricole constituait une évolution souhaitable. Dans la situation présente de l'emploi, les opinions ont changé.

Dans les zones où les innovations sont adoptées rapidement, la baisse du nombre des exploitations et de l'emploi agricole est souvent moindre que dans les régions où le changement est moins rapide. L'OCDE a calculé que, de 1967 à 1977, tant dans la CEE qu'aux Etats-Unis, la baisse du pourcentage de la population active occupée dans l'agriculture a été de 35 %. Aux Pays-Bas, toutefois, la décroissance a été de 24 % seulement. Je suis convaincu que ce taux plus faible de baisse de la population active agricole dans mon pays a été la conséquence d'une adoption des innovations à un rythme rapide, particulièrement en matière de porcs, d'élevage laitier, de fleurs et de légumes. Ceci nous a permis d'accroître nos exportations agricoles. Ceci nous a ouvert de nouveaux marchés, en particulier pour les fleurs. Mais cela a aussi, dans d'autres pays à agriculture moins efficace, forcé des agriculteurs à chercher une activité hors de l'agriculture.

La « faute » des individus ou la « faute » du système

Le fait que certains agriculteurs soient lents à adopter les innovations a été, pendant longtemps, expliqué par leur manque d'éducation, leurs attitudes traditionnelles et les normes des groupes auxquels ils appartiennent. Au cours des années récentes, nous nous sommes rendus compte que la situation dans laquelle ils fonctionnent peut fournir une explication plus pertinente. Ce changement d'optique a trouvé son origine principalement dans des recherches faites en Amérique Latine où la situation foncière peut influencer fortement sur la rentabilité des diverses innovations. En Colombie, par exemple, il a été montré avec élégance que les efforts des agriculteurs pour obtenir des informations sur les innovations à partir des médias dépendent, dans une large mesure, de la situation en matière de tenure. Ils essaieront d'obtenir cette information s'ils peuvent accroître leurs revenus en adoptant ces innovations; ils ne le feront pas si cela accroît les revenus de leur propriétaire. C'est donc le système et non l'individu qu'il faut critiquer pour n'avoir pas adopté ces innovations.

La situation économique des agriculteurs ne peut expliquer toutes les différences dans les rythmes d'adoption des innovations. Si l'on envisage des innovations profitables à toutes les exploitations, on constate que certains agriculteurs les adoptent beaucoup plus vite que d'autres pour des raisons personnelles et culturelles. Toutefois, même dans nos pays, la situation économique peut faire que des innovations soient plus profitables sur certaines exploitations que sur d'autres. Par conséquent, un changement dans la situation dans laquelle les agriculteurs fonctionnent peut être une des voies permettant d'influencer leur adoption des innovations. C'est pour cette raison que vous avez mis en place des SAFER.

Les stratégies de la communication

Il est clair que la communication joue un rôle essentiel dans la diffusion des innovations. Il faut combiner l'emploi des médias, les communications interpersonnelles entre agriculteurs et conseillers et des discussions de groupe auxquelles participent des agriculteurs et des agents de vulgarisation. Ces trois types d'actions doivent être réunies en une stratégie bien planifiée.

C'est exceptionnellement seulement que les innovations en agriculture peuvent être diffusées exclusivement par la voie des médias. Cela peut arriver dans le cas d'agriculteurs convaincus de la nécessité du changement, conscients de leur manque d'information sur les voies du changement et ayant confiance dans les médias qui fournissent cette information. Cela peut être le cas, par exemple, parmi des agriculteurs modernes, en production végétale, se rendant compte qu'ils doivent remplacer leurs variétés de blé par de nouvelles créations et qui attendent les derniers renseignements sur les résultats des champs d'expérience où elles ont été comparées.

Un certain nombre de processus sélectifs font qu'il est difficile pour les médias d'avoir une influence directe sur l'adoption des innovations. Les agriculteurs doivent être sélectifs dans leurs lectures. Une étude faite dans mon pays a montré que les agriculteurs reçoivent en moyenne l'équivalent de 700 pages de livre dans l'ensemble des journaux et revues qui leur parviennent chaque semaine. Or, au

cours des mois d'hiver, ils passent à peu près 3/4 d'heure par jour à lire. Ils doivent donc être sélectifs et ne lire que ce qui leur paraît important ou intéressant pour eux. Ainsi, pour de nombreuses innovations, le niveau de prise de conscience, par les agriculteurs, de leur existence est inférieur à 100 %.

Quand ils lisent un article concernant une innovation, il faut qu'ils intègrent cette information dans la représentation du monde qu'ils ont déjà. Cette intégration peut être obtenue en changeant cette représentation du monde ou en interprétant l'information nouvelle de manière à ce qu'elle s'insère dans la représentation existante. Cette seconde voie sera souvent choisie.

Si vous me faites passer un examen portant sur ce que j'ai lu dans le journal ou vu à la télévision le mois dernier, je n'obtiendrai pas une bien bonne note. Nous devons tous oublier une grande partie de l'information que nous recevons, et nous nous souvenons surtout de celle dont nous pensons qu'elle sera importante pour nous et qui s'insère bien dans l'information que nous avons déjà.

Telles sont quelques unes des raisons pour lesquelles le rôle des média dans une stratégie de la communication en matière de diffusion des innovations est surtout de susciter un intérêt pour ces innovations et de stimuler une discussion à leur sujet avec les agents de vulgarisation et avec d'autres agriculteurs. Ceci leur permet d'analyser quel serait l'utilité de ces innovations dans leur propre situation.

L'efficacité des média dépend beaucoup de la manière dont ils sont utilisés. Si l'on veut fournir une information nouvelle que les agriculteurs puissent insérer dans leur représentation du monde, il est important que l'auteur comprenne la représentation qu'ils ont actuellement de leur monde ainsi que les besoins en informations nouvelles qu'ils sont conscients d'éprouver. C'est pour cela qu'un agent de vulgarisation, qui est en contact fréquent avec les agriculteurs, est souvent un meilleur acteur qu'un chercheur - même si ce dernier connaît très bien l'innovation en cause. Même dans le cas d'un vulgarisateur, il lui est souvent difficile de prévoir comment les agriculteurs vont interpréter son message, surtout dans le cas de ceux des agriculteurs qui ne lui posent pas de questions. C'est pourquoi il est très utile de tester à l'avance les articles dans la presse agricole, les dépliants, les films, etc. avant qu'ils soient publiés ou diffusés. En consultant un petit nombre de membres du groupe-cible, des idées utiles pour l'amélioration du moyen d'information peuvent être obtenues et des incompréhensions graves évitées.

Dans le cas des discussions en groupe et des dialogues personnels entre agriculteurs et conseillers agricoles aussi, la manière dont ces techniques sont utilisées peut avoir un

effet considérable sur leur efficacité. Des méthodes ont été mises au point permettant de former les conseillers à l'emploi de ces techniques. Je n'en traiterai pas car je pense qu'elles sont bien connues en France.

Un conseiller n'a de pouvoir auprès des agriculteurs que dans la mesure où ils ont confiance dans son aptitude à les aider dans leurs problèmes et où ils savent qu'il est disposé à le faire. Cette aptitude exige qu'il soit bien informé à la fois des résultats des recherches qui sont pertinents et de l'expérience et de la situation des agriculteurs - ce qui nous ramène à la nécessité d'établir une bonne structure de communication avec les instituts de recherches mais aussi au besoin de contacts étroits avec les agriculteurs.

A propos du désir qu'ont les agents de vulgarisation d'aider les agriculteurs ou, en réalité, de la perception que les agriculteurs ont de cette disposition favorable, il faut soulever le fait que cet agent est d'habitude - au moins pour partie - payé par la puissance publique. Le gouvernement n'envisage de continuer à payer ce conseiller que dans la mesure où ce paiement apparaît comme un bon moyen de satisfaire ses objectifs en matière de politique économique et agricole. Or il est clair que tous ces objectifs ne sont pas perçus par les agriculteurs comme étant conformes à leurs intérêts. Il apparaît alors que les services de vulgarisation ne constituent un instrument adéquat que pour ceux des objectifs de politique économique et agricole qui sont en accord avec les buts des agriculteurs. Le gouvernement ne doit pas seulement servir les agriculteurs, il doit servir la Nation. Par conséquent certains de ses objectifs de politique économique et agricole ne sont pas toujours en accord avec les buts des agriculteurs. Si l'on attend des conseillers qu'ils contribuent aussi à la réalisation de ces objectifs, ils perdront la confiance que les agriculteurs leur accordent et, de ce fait, le pouvoir qu'ils ont d'influer sur l'adoption des innovations par les agriculteurs. Malheureusement, une telle évolution se produit parfois.

Pour la diffusion des innovations, il est important que l'emploi des média et les communications interpersonnelles soient bien coordonnées. Ce sont surtout les spécialistes thématiques, principalement ceux du niveau national, qui seront les principaux responsables en matière de média. Les responsabilités en matière de communications interprofessionnelles reposent sur les conseillers locaux. Ici encore, la nécessité d'obtenir une bonne coordination de toutes les activités de vulgarisation d'un pays apparaît ; elle permet de concentrer l'attention des média sur les problèmes qui, à un moment donné, paraissent importants pour les agriculteurs. Il est nécessaire que l'attention de l'appareil de vulgarisation se localise sur les problèmes qui, pour les agriculteurs, sont au premier plan.

BIBLIOGRAPHIE

HAVELOCK R.G. (1969). — *Planning for Innovation through the Dissemination and Utilization of Scientific Knowledge*, Ann Arbor, Mich., Center for Research on the Utilization of Scientific Knowledge, University of Michigan, 1969.

Knowledge, Creation, Diffusion, Utilization, Périodique, Sage Publications, Beverly Hills, Cal.

LIONBERGER H.F., GWIN P. H. (1982). — *Communication Strategies : A Guide for Agricultural Change Agents*, Danville, Ill., Interstate Publishers, 1982.

ROGERS E.M. (1983). — *Diffusion of Innovations*, New York, Free Press, 3e éd., 1983.