

## LES OBSTACLES PSYCHOLOGIQUES AU PROGRÈS CHEZ LES ÉLEVEURS FRANÇAIS

### A. — LE MONDE AGRICOLE N'EST PLUS UNIFORME

**P**OUR QUI S'EST MIS EN TÊTE DE FAIRE DE LA VULGARISATION, IL APPARAÎT VITE QUE LE PUBLIC AUQUEL IL S'ADRESSE NE CONSTITUE PAS UN BLOC VIVANT ET pensant parfaitement homogène. En effet, l'expérience de ces dernières années a montré l'efficacité du travail en groupe pour promouvoir l'évolution rapide des hommes (C.E.T.A., G.V.A.). Mais l'efficacité même de la méthode a eu pour conséquence de provoquer des coupures entre les divers groupes d'exploitants, entre l'élite et la masse.

De cette première constatation, il résulte que vouloir faire passer une idée chez des auditeurs possibles ne peut s'effectuer avec une simple formule support passe-partout, bonne en tous lieux, pour n'importe qui et à n'importe quel moment. Et puisque nous sommes ici pour parler de la vulgarisation faite dans le monde agricole et plus particulièrement de celui des éleveurs, il nous faut trouver le moyen de disséquer cette portion de la population française, c'est-à-dire le moyen de la répartir en un certain nombre de groupes homogènes avec lesquels nous pourrions avoir un dialogue réellement adapté.

Ce moyen existe véritablement, il a été mis au point par les Américains. Nous l'avons utilisé en France, c'est la technique d'analyse hiérarchique du Professeur GUTTMAN.

## **B. — UN OUTIL D'ANALYSE PREVISIONNELLE : LES ECHELLES HIERARCHIQUES D'ATTITUDE**

Par rapport à un objectif quelconque ou à des idées qui lui sont proposées, une population se divise en un certain nombre de groupes plus ou moins favorables.

Une attitude ne se mesure pas en effet simplement par oui ou par non. On n'est pas pour ou contre la vulgarisation, la coopération. En réalité, cette attitude comporte une multitude de nuances qui vont de l'attitude la moins favorable à celle la plus favorable, en passant par des échelons intermédiaires.

Schématiquement, nous dresserons une échelle dont les échelons sont constitués par une série de proportions ayant trait à une dimension commune (exemple : la coopération).

Et de même que pour grimper à une échelle, il faut franchir tous les barreaux à partir du plus bas, de même dans l'échelle hiérarchique d'attitude, les propositions seront hiérarchisées de telle manière que celui qui répondrait « oui » à la proposition 8 aurait normalement répondu « oui » aux sept questions précédentes.

Les échelons pris du bas vers le haut constituent une sélection progressive des groupes d'opinion de plus en plus favorables.

Comment définir les barreaux de l'échelle ? Les propositions ne se trouvent pas dans le cerveau d'un sociologue. A partir d'une enquête de motivation est établi un questionnaire d'opinion qui est proposé à 1 000 ou 2 000 personnes. Les réponses sont ensuite confiées à un ordinateur qui décèle les séries de questions toujours franchies dans le même ordre. Par ce procédé sont objectivement déterminés les divers degrés de l'attitude moyenne de la population ; nous aurons aussi précisé de façon plus ou moins exhaustive le contenu de l'attitude.

Notre série de questions va nous fournir un excellent outil de travail. Les réponses aux questionnaires indiquent quel pourcentage du public s'est regroupé à chaque barreau de l'échelle. A chaque barreau nous avons un groupe homogène ; en allant de bas en haut, nous trouvons des gens dont l'attitude est de plus en plus favorable.

Pour raffiner l'analyse et élaborer un programme d'action, il ne suffit pas de savoir comment la population concernée se situe globalement le long de l'échelle, il faut pouvoir connaître quelles sont les catégories de personnes qui sont situées à chaque échelon. Nous pouvons pour cela, en tenant compte des réponses positives des interviewés, déterminer une *note moyenne à l'échelle* pour l'ensemble de la population, et voir comment chaque catégorie se situe le long de l'échelle.

Chaque classe obtient ainsi une note à l'échelle qui, par écart à la moyenne, sélectionne les divers groupes de population.

C'est donc muni de tels renseignements que l'on pourra, par exemple, déclencher une campagne de vulgarisation qui ne cherchera pas à prendre le public en bloc pour le faire progresser, mais qui tentera de faire évoluer un ensemble de groupes : chacun de ceux-ci partant du niveau qu'il a déjà atteint.

### **C. — L'ATTITUDE DES ELEVEURS EST DIFFERENTE DE CELLE DES AUTRES AGRICULTEURS**

Ainsi, nous élaborerons des échelles d'attitude pour la plupart des problèmes essentiels que se posent les agriculteurs. Nous en dressons pour mesurer l'attitude des groupes à l'égard du progrès technique, du conseiller agricole, du travail collectif, des coopératives, de l'acceptation des disciplines collectives, etc... Munis des réponses à nos questionnaires, nous sommes alors en état de dresser pour chaque catégorie d'agriculteurs un profil-type de comportement.

Si le regroupement se fait sur la base des types de production : céréales, vignes, élevage, etc., on saura quel est le comportement des uns et des autres face, par exemple, au progrès technique, à la vulgarisation, à la commercialisation, etc...

Le tableau ci-après nous donne les notes relatives obtenues dans sept échelles d'attitude par différentes catégories de producteurs, selon leur spécialisation dominante. Ces notes correspondent pour chaque catégorie aux écarts à la moyenne générale obtenue à l'échelle d'attitude par l'ensemble des agriculteurs.

**ECARTS A LA MOYENNE GENERALE  
OBTENUE A SEPT ECHELLES D'ATTITUDE  
PAR L'ENSEMBLE DES AGRICULTEURS FRANÇAIS**

*(Les résultats obtenus par les céréaliers sont donnés à titre de comparaison)*

| <i>Echelle d'attitude à l'égard de :</i>                 | <i>Type de production</i> |             |                 |
|--|---------------------------|-------------|-----------------|
|  | <i>Elevage</i>            |             | <i>Céréales</i> |
|  | <i>Viande</i>             | <i>Lait</i> |                 |
| L'organisation de la commercialisation ..                | — 0,68                    | — 0,80      | + 0,92          |
| L'engagement vis-à-vis des coopératives ..               | — 0,80                    | — 0,38      | + 0,20          |
| L'association entre agriculteurs .....                   | + 0,30                    | — 0,21      | + 0,10          |
| Le changement et l'information en général                | — 0,12                    | — 0,24      | + 0,26          |
| L'information en matière de choix de<br>production ..... | — 0,16                    | — 0,36      | + 0,38          |
| L'avenir des enfants (besoin d'information)              | — 0,20                    | — 0,02      | + 0,10          |
| (degré d'implication)                                    | — 0,28                    | + 0,20      | + 0,02          |

Les éleveurs (orientés vers la viande ou vers le lait) apparaissent ainsi presque toujours en dessous de la moyenne, avec des écarts très significatifs quand :

- la commercialisation est concernée,
- il s'agit de s'informer,
- ou d'aborder changement et avenir.

Les producteurs de végétaux annuels sont, au contraire, plus réceptifs à tous les égards.

Puisque nous sommes ici pour parler d'élevage, il nous faut essayer de comprendre cet aspect grave du comportement de l'éleveur.

**D. — OBSTACLES PSYCHOLOGIQUES A LA VULGARISATION**

L'éleveur est bloqué dans son ascension par un triple frein psychologique que nous allons vous présenter :

1) Tout d'abord, cela a trait au *mode de connaissances* de l'agriculteur en général. Sa manière d'appréhender les choses n'est pas celle d'un citoyen. L'exemple qui suit le prouve bien. Alors que j'étais en tournée dans une petite exploitation familiale de Bretagne, son propriétaire avec lequel j'étais en grande discussion me dit qu'il avait acheté un tracteur. Pour cela, il avait emprunté. Ensuite, il avait fallu qu'il change progressivement un tas de machines qui ne s'harmonisaient pas au type de travail que permet un tracteur. Enfin, de fil en aiguille, il en était venu à effectuer de grosses réparations à sa grange, à abattre un bois qui gênait les évolutions de ses attelages. Puis, au beau milieu de son exposé, il en vint à exprimer des doutes sur la valeur de tout ce qu'il avait fait, comme une sorte de nostalgie du passé et la crainte de cette espèce de déséquilibre permanent qu'entraînait sur son exploitation l'adoption des outils de progrès.

Ceci est très important. Apporter un élément du progrès, c'est, en agriculture, être amené à repenser complètement l'économie de l'exploitation. Ainsi s'expliquent maints échecs de techniciens agricoles qui n'ont pas réfléchi aux conséquences que peuvent entraîner l'adoption, par le paysan, de leurs propositions aux perspectives insuffisamment profondes. Or, l'agriculteur possède une vision globale et intuitive, instinctivement présente à tous moments, de son exploitation en équilibre. Donc, distorsion : le message du technicien ne passe pas car les résistances sont ailleurs. Nous retrouvons le premier barreau de notre échelle. Qui dit équilibre de l'entreprise dit gestion ; première étape du progrès technique de l'exploitation, premier point où doit porter l'effort des vulgarisateurs. Dans le domaine de l'élevage, la remise en question de l'équilibre de l'entreprise est particulièrement grave :

- parce que l'élevage est la seule spéculation ;
- parce que toute transformation au niveau des bêtes est longue à intégrer : changer la sélection, changer de race, ne s'effectuent pas en un jour.

2) Une deuxième raison qui, chez l'éleveur, l'incite à rejeter le progrès technique touche à la nature du produit dont il vit. Il existe pour ce qui est des *relations de l'éleveur avec ses bêtes*, un aspect sentimental qui ne se présente pas chez les agriculteurs produisant exclusivement des végétaux. Qu'on en veuille pour preuve la confiance que témoignent les vaches à leur trayeur habituel, pour qu'elles consentent à donner leur dernières gouttes de lait, les plus riches en matière grasse. Ou bien inversement, cet aspect de la psycho-

logie de l'éleveur qui, confessant sa honte de n'avoir pu tirer un bon prix de sa bête, ajoute que l'affront ne peut se comparer qu'à celui qu'en tant que père il aurait subi si sa fille n'avait pu trouver de cavalier au bal.

Les chiffres du tableau précédent confirment ces faits ; ce sont les éleveurs qui obtiennent les plus mauvaises notes dans les échelles d'attitude à l'égard de la commercialisation.

Ces quelques considérations permettent de comprendre les raisons de l'échec quasi général des Sica-Viandes. Ces dernières ont voulu considérer la viande comme un produit standard. Or, pour l'éleveur, pas question, il s'agit de « ses » bêtes. En s'identifiant quelque peu à elles, on comprendra aisément qu'il ne se délivrera de ce lien psychologique que lorsqu'après avoir âprement discuté d'une vente avec un marchand de bestiaux, il pensera en avoir obtenu un bon prix. Les Sica, elles, ne disent pas le prix de l'animal à l'achat. Aussi les éleveurs gardent les bonnes bêtes pour les marchander et être payés comptant. Preuve par les chiffres : 82 % des éleveurs demandent à être payés immédiatement à la livraison de leurs animaux. Il faudra tenir compte de cet élément dans la manière de réorganiser les Sicas si l'on veut éviter de les voir renflouées par le FORMA comme ce fut le cas récemment.

3) Le veto de sa femme constitue la troisième pierre d'achoppement de l'éleveur. L'épouse de l'éleveur participe au travail de manière plus intensive que les autres femmes d'agriculteurs. Nous avons, pour ce qui la concerne, dressé également des échelles d'analyse hiérarchique afin de mesurer son attitude à l'égard des progrès techniques. Il en résulte que les femmes d'éleveurs sont au moins aussi réticentes que leurs maris et ajoutons à cela que leur *pouvoir de décision* est beaucoup plus important.

Aussi étrange que cela puisse paraître, l'allègement des charges que permet le progrès technique (la traite notamment) n'est pas ressenti avec toute l'acuité désirable. Par contre, les femmes se révoltent à l'idée de perdre certaines de leurs prérogatives et d'en être réduites à ne s'occuper que de leurs enfants et de la maison.

Faut-il voir en cela presque une condamnation de tout l'effort d'enseignement ménager tel qu'il est actuellement conçu ?... Bref, les femmes veulent participer aux décisions et aux responsabilités de l'exploitation. Voilà pourquoi nous les voyons souvent opposées à l'action de vulgarisation des C.E.T.A. En effet, pour elles, les décisions concernant la marche de l'explo-

tation ne se prennent plus qu'au siège des C.E.T.A. ou des G.V.A. Il faudra, de ce fait, revoir entièrement le problème de la vulgarisation à destination des femmes.

\*  
\*\*

Dans la première partie de mon exposé, nous avons vu comment nous devons, en quelque sorte, « jauger » notre public d'éleveurs, nous allons maintenant essayer de définir les termes d'information et de vulgarisation, à la signification souvent floue pour beaucoup d'entre nous, à la lumière des résultats que nous fournit une importante étude sur l'information de masse chez les agriculteurs, effectuée récemment pour le compte du Ministère de l'Agriculture.

## E. — LES EXIGENCES DE L'INFORMATION

Tout d'abord qu'est-ce informer ? Il semble que sans devoir nous tromper nous pouvons répondre :

C'est dire aux autres ce que nous avons fait, ce que nous avons trouvé, enfin, c'est essayer de les convaincre du bien-fondé de nos assertions. Ce dernier point mérite quelques réflexions. Il constitue peut-être la raison profonde pour laquelle l'information ne passe pas. En effet, les gens ne peuvent être convaincus que si on leur donne les *moyens de se convaincre*.

Voilà une première certitude que notre étude nous a apportée, les agriculteurs dans leur majorité ne refusent pas l'information mais celle qu'on leur propose ne porte pas de fruit parce qu'on cherche d'abord à les convaincre, alors même qu'on ne leur offre pas les moyens de se convaincre.

Ce premier résultat, nous l'avons obtenu en utilisant un questionnaire bâti selon le principe de l'analyse hiérarchique tel qu'il a été exposé précédemment. L'échelle qui est destinée à mesurer l'attitude des agriculteurs à l'égard de l'information technique comporte sept échelons. Depuis 1961, 35 à 40.000 agriculteurs ont été soumis à notre test. Quelle que soit leur situation géographique, on les voit franchir les échelons toujours dans le même ordre.

Voici comment se présente le questionnaire :

- 1) Il y a des choses qui se font ailleurs et qu'on aurait intérêt à connaître.
- 2) Lisez-vous, au moins rarement, des articles techniques ?
- 3) Les conseils du technicien peuvent rarement s'appliquer à une ferme comme la mienne.
- 4) Assistez-vous à des démonstrations, visitez-vous des champs d'essais, assistez-vous à des réunions de petits groupes du genre C.E.T.A. ?
- 5) Faites-vous des analyses de terre ?
- 6) Assistez-vous à des conférences faites par des spécialistes ?
- 7) Travaillez-vous régulièrement avec un technicien ?

— A la question n° 1 :

« Il y a des choses qui se font ailleurs et qu'on aurait intérêt à connaître »

93 % des agriculteurs interrogés ont répondu « oui ».

— A la question n° 2 :

« Lisez-vous, au moins rarement, des articles techniques ? »  
nous obtenons 78 % de réponses positives.

— A la question n° 3 :

« Les conseils du technicien peuvent rarement s'appliquer à une ferme comme la mienne »

50 % des agriculteurs ne vont pas plus loin. Les « oui » signifient qu'ils considèrent l'information du technicien comme très bonne en soi peut-être, mais ne les concernant pas eux-mêmes étant donné que leur ferme constitue, à leurs yeux, un cas particulier.

— A la question n° 4 :

« Assistez-vous à des démonstrations... »

les 25 % d'agriculteurs qui ont répondu positivement ont franchi une étape très importante. C'est celle de la vérification de l'information, de sa critique, de son assimilation, c'est enfin le passage de l'information théorique à celle qui va les concerner personnellement, à condition toutefois qu'on leur donne les moyens de la vérifier.

— A la question n° 5 :

« Faites-vous des analyses de terre ? »

l'agriculteur qui répond positivement réagit à l'information qu'on lui apporte par une prise de décision. Toutefois, il s'arrête là, il lui reste un long chemin à parcourir. En effet :

— A la question n° 7 :

« Travaillez-vous régulièrement avec un technicien ? »

il ne reste plus que 6 % d'agriculteurs pour répondre « oui ». Ce sont eux qui forment la clientèle active de la vulgarisation.

Une deuxième certitude que nous a apportée notre étude, c'est que les moyens d'information doivent être utilisés ni tous ensemble, ni dans n'importe quel ordre, ou n'importe comment.

A chaque étape du progrès technique gagnée par un agriculteur, correspond un moyen adéquat de diffusion de l'information qui va permettre de le toucher efficacement.

Dans les trois domaines : choix de production, disciplines de commercialisation et changement de structures d'exploitation, étapes que franchit successivement l'agriculteur, il existe des moyens d'information adaptés à chacun d'eux. Ici, ce sera la presse, la radio, la télévision, ailleurs la démonstration, le champ d'essais, la discussion en petit groupe. Ce choix de moyens est très important car il évite de gaspiller son temps.

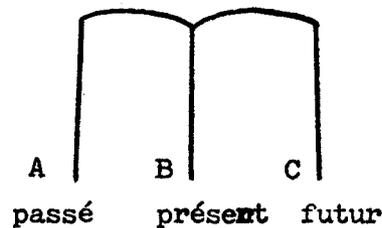
Il apparaît donc que si on voulait, dans une région donnée, mener une campagne d'information, par exemple au niveau de l'utilisation des fourrages, il serait bon de savoir d'abord comment les agriculteurs se situent dans cette région par rapport à ce problème. Ensuite, il faudrait lancer une campagne qui suivrait l'agriculteur dans sa démarche en utilisant à chaque étape certains moyens d'information à l'exclusion des autres. L'expérience nous a montré qu'en suivant de telles règles on pourrait décupler nos résultats ; ceux-ci se traduisant par une auto-détermination des agriculteurs auxquels nous avons fourni les moyens de se convaincre d'évoluer.

## F. — VULGARISATION ET DEVELOPPEMENT

Pour en terminer avec cet exposé, il nous faut montrer la grande différence qui existe entre la vulgarisation et le développement.

Si la vulgarisation fait appel à un certain nombre de techniques, de techniciens, de chercheurs, afin de permettre la diffusion des connaissances nouvelles, elle se situe dans le temps présent. Elle n'a que faire du passé ou de l'avenir.

On peut, au contraire, schématiser le *développement d'une population* par un pont qui aurait trois piliers et deux arches :



Le pilier central B figure la situation présente qu'il faut bien sûr analyser sous tous ses aspects (aspects commercial, technique, économique, humain, etc...).

Le pilier C est l'avenir et plus précisément la conscience qu'ont les responsables de ce monde (organismes publics et privés) et l'ensemble de ce monde lui-même des possibilités de changer. Un monde agricole, comme n'importe quel autre monde, ne se met pas en mouvement parce qu'il est poussé par derrière mais parce qu'il est aspiré par devant. Une population ne bouge que lorsqu'elle a des aspirations, une espérance. L'évolution de la population agricole va être conditionnée non par ce qu'elle est aujourd'hui, mais par ce qu'elle n'est pas ; c'est la conscience de cet écart entre ce qu'elle est et ce qu'elle voudrait être, c'est ce manque, ce vide, ce besoin, cette aspiration qui la mettent en mouvement.

Mais dans ce mouvement vers son avenir joue un troisième facteur qui est le passé. C'est-à-dire l'ensemble des événements et des conditions d'existence qui ont amené ce milieu à sa situation actuelle avec ses structures d'exploitation, ses structures économiques et aussi un système de valeurs qui lui donne un certain poids. C'est ce poids qui va régulariser sa marche, qui va lui permettre d'évoluer dans de bonnes conditions, sans trop de ruptures.

Ce poids peut aussi malheureusement être un frein. Il s'appelle habitude, traditions, routines. Ainsi nos exploitations et nos organisations ont des structures épaisses et visqueuses dans lesquelles s'enlise le développement.

Un exemple grossier mais significatif va nous servir : une 2 CV habillée d'une carrosserie de poids lourd est impossible à mettre en route. Que faut-il faire pour la mettre en mouvement ?

- ou bien enlever la carrosserie, c'est-à-dire remettre en cause les structures ;
- ou bien mettre un moteur de 100 CV. Le moteur, c'est le cœur de nos paysans — avec 100 CV vous lui donnez un surcroît d'énergie, en l'occurrence de l'espérance.

Donner de l'espérance aux gens, c'est leur offrir la perspective de se tracer des projets, donc de s'auto-déterminer de manière positive.

\*

\*\*

La raison pour laquelle il existe tant de difficultés à mettre en marche le monde des éleveurs provient de ce que le poids de leur passé ainsi que celui des structures est beaucoup plus grand qu'ailleurs.

Si l'on veut que cela change, il faut agir sur leur niveau d'espérance ; comme me le disait un vieil agriculteur :

« En agriculture, c'est l'ambiance qui compte, bien plus que le rapport. »

A. LEVEQUE,  
*Directeur de la SARES.*