

Vulgarisation agricole et communication de masse : avantages et limites (l'expérience du CIHEAM)

Tili H.

in

Plaza P. (ed.).
La vulgarisation, composante du développement agricole et rural : actes du séminaire de Grenade

Montpellier : CIHEAM
Cahiers Options Méditerranéennes; n. 2(4)

1994
pages 47-56

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=94400043>

To cite this article / Pour citer cet article

Tili H. **Vulgarisation agricole et communication de masse : avantages et limites (l'expérience du CIHEAM)**. In : Plaza P. (ed.). *La vulgarisation, composante du développement agricole et rural : actes du séminaire de Grenade*. Montpellier : CIHEAM, 1994. p. 47-56 (Cahiers Options Méditerranéennes; n. 2(4))



<http://www.ciheam.org/>
<http://om.ciheam.org/>

Vulgarisation agricole et communication de masse : avantages et limites (l'expérience du CIHEAM)

Hassane Tlili

Consultant au Centre International de Hautes Etudes Agronomiques Méditerranéennes (CIHEAM), Paris (France)

Résumé. Une première partie de la communication dégage les enseignements tirés d'expériences plus ou moins similaires entreprises dans plusieurs pays en développement au cours des trente dernières années. Il s'agit d'un bilan qualitatif. La thèse selon laquelle les moyens de communication de masse constituent un moyen de développement et non un support est critiquée. La deuxième partie s'articule autour des spécificités de l'expérience de vulgarisation radiophonique menée par le CIHEAM et de la manière dont celle-ci a pu et pourrait évoluer. Les questions auxquelles nous essayons d'apporter des réponses aussi claires et précises que possible sont, entre autres :

- dans quelle mesure est-on parvenu à contourner les obstacles techniques, linguistiques et socioculturels propres au message proposé ?
- peut-on cibler, à la fois, un public initié et des publics non initiés et hétérogènes, par ailleurs ?
- quels seraient les avantages et les risques de la fidélisation ?
- quels contenus doit-on développer ? Y a-t-il vraiment incompatibilité entre messages spécifiques et messages non spécifiques ?
- pourquoi une approche vulgarisatrice multidimensionnelle est-elle nécessaire pour faire assumer aux médias un rôle non décisif mais de plus en plus important : celui d'être un support de développement ?

A titre de conclusion sont formulées quelques autres questions :

- que représente la culture scientifique pour les populations rurales dans les pays en développement ? Est-ce un investissement rentable à court, moyen ou long terme ? Comment y accéder ?
- comment instaurer une véritable communication utilitaire participative entre les chercheurs et les médiateurs, d'une part, et les partenaires directs du développement rural, d'autre part ?
- peut-on tout vulgariser ? Comment, à quel prix et pour quels objectifs ?

Mots clés. Monde rural – Vulgarisation agricole – Communication utilitaire – Environnement – Education.

Introduction

Aussi paradoxal que cela puisse paraître, le débat, souvent passionné, mené par exemple de nos jours en France sur le rôle des médias en matière d'éducation et de formation des masses est un débat classique, voire banal dans bien des pays du Sud. C'est justement dans ces pays que des centaines d'expériences visant notamment l'éducation des populations rurales ont été conçues et réalisées, et ce, depuis le début des années 1960. Certaines se sont intéressées à des publics hétérogènes, d'autres à des publics spécifiques, donc « ciblés », pour utiliser un terme en vogue chez les professionnels de la communication d'aujourd'hui. Aussi s'est-on efforcé, d'un côté, par le biais de telles tentatives, de sensibiliser par exemple les habitants des villages de l'Afrique Noire aux problèmes relatifs à l'hygiène, aux différentes manières d'utiliser l'eau et à l'économie domestique, etc.

D'un autre côté, l'utilisation des moyens de masse, à des fins éducatives en direction de publics plus restreints et plus réceptifs, a été plus soutenue en Amérique Latine et en Asie qu'en Afrique.

I – Que reste-t-il de ces expériences ?

Un constat, du reste logique, s'impose : la place qui échoit à la radio est très importante et celle accordée à la télévision et à la presse écrite est minime. L'analphabétisme répandu dans les campagnes des pays en développement était tel que l'usage de la radio s'avérait nécessaire. En outre, la souplesse de ce support et son coût d'utilisation non élevé en faisaient un choix incontournable.

Au-delà de ce constat, des divergences sont apparues quant à l'appréciation des résultats des expériences antérieures menées dans les pays en développement. Certains en dressent un bilan globalement négatif et pensent que les retombées des actions entreprises dans ce cadre n'ont pas été à la hauteur des attentes. D'autres, au contraire, soutiennent que le bilan ne peut être que globalement positif.

Parmi les chercheurs français en sciences de la communication ayant longuement travaillé sur les expériences des « radios rurales » africaines, André-Jean Tudesq a pu mesurer l'impact réel de ce média sur la vie quotidienne des agriculteurs : « La radio rurale, précise-t-il, introduit ou rectifie des pratiques agricoles, par exemple, amène l'abandon des feux de brousse comme technique de défrichage ; elle arrive à convaincre de nombreux paysans d'utiliser du matériel agricole au lieu de leurs mains pour semer et désherber (...). L'utilisation des engrais et la pratique de la culture attelée sont aussi des résultats obtenus par la radio rurale »¹.

Pour étayer leurs propos, ceux qui considèrent globalement positif le bilan des expériences menées par les médias en direction du monde rural avancent plusieurs arguments. Contentons-nous d'en relever quelques-uns :

- ❑ bien que parfois cuisants, les échecs enregistrés constitueraient des éléments essentiels pour toute nouvelle tentative d'approche inscrite dans cette optique. Dès lors qu'on en tire les enseignements nécessaires, ils ne peuvent que nous aider à éviter les erreurs commises et à mieux cerner les contours du chemin à parcourir ;
- ❑ parmi les erreurs majeures commises lors de la mise en pratique des expériences antérieures, il est celle qui consiste à considérer les médias comme des moyens, voire des constats de développement. Or, le bon sens veut que l'on se serve des médias, en l'espèce, en tant que simples supports ayant certes leur importance, mais devant s'inscrire dans une stratégie globale ;
- ❑ quels que soient les résultats obtenus, l'éducation par les médias demeure un support non négligeable dans la lutte contre l'illettrisme, l'analphabétisme et l'ignorance.

Voilà brièvement esquissés quelques enseignements que l'on pourrait tirer des expériences menées dans les pays en développement depuis bientôt quarante ans dans le domaine de la vulgarisation agricole radio-phonique notamment.

S'il est un seul enseignement à retenir de telles expériences, il sera le suivant : les difficultés, peu importe, les paysans s'y sont toujours heurtés. L'essentiel est de pouvoir les affronter avec le même sens pratique auquel recourent souvent les populations rurales.

II – Qu'en est-il maintenant de l'expérience menée par le CIHEAM dans ce domaine ?

1. La phase expérimentale

A. Le contenant

Les discussions menées, durant le dernier trimestre de 1991 autour du projet initial entre les trois institutions impliquées dans la phase expérimentale, en l'occurrence, le CIHEAM, l'Institut du Monde Arabe (IMA) et Radio Monte-Carlo (RMC)/Moyen-Orient ont permis de retenir l'idée suivante : produire et diffuser régulièrement en direction des auditeurs de RMC/Moyen-Orient une émission d'une dizaine de minutes, traitant de thèmes susceptibles d'intéresser, tout particulièrement, les agriculteurs des pays arabes riverains de la Méditerranée et tous ceux qui seraient intéressés par le message agricole vulgarisateur.

Compte tenu du fait que le projet initial visait, en premier lieu, à sensibiliser les auditeurs aux problèmes environnementaux, il a été convenu d'inclure dans chaque épisode de l'émission agricole un volet, d'une à deux minutes, consacré aux problèmes écologiques liés directement ou indirectement à l'agriculture.

Telle qu'elle est diffusée à l'antenne, l'émission baptisée « Agricultures Méditerranéennes » est présentée, depuis sa création, selon le schéma suivant :

- annonce de l'intitulé de l'émission et des noms des différents partenaires qui y sont impliqués, à savoir : le CIHEAM en collaboration avec l'IMA et RMC/Moyen-Orient ;
- annonce du sujet agricole traité tout au long de l'épisode ;
- développement du thème proposé, souvent, sous forme de questions et de réponses entrecoupées de virgules musicales ;
- focalisation sur les enseignements essentiels du thème traité ;
- développement du message de sensibilisation aux problèmes écologiques sous l'intitulé-slogan : « l'Environnement c'est la Vie » ;
- rappel du titre de l'émission, des noms des partenaires initiateurs du projet et indication de l'adresse postale à laquelle les auditeurs doivent adresser leur courrier ;
- fin de l'émission.

Avant d'être diffusé, le contenu de chaque épisode fait l'objet de discussions entre le producteur de l'émission et le Secrétaire Général du CIHEAM. La langue d'émission est bien entendu la langue arabe dite « médiane » accessible au grand public.

Diffusée tous les jours, excepté le jeudi et ce, depuis le début du mois d'avril 1992, l'émission est programmée à 8 heures 05 (GMT). Chaque émission est diffusée deux fois par semaine.

B. Le contenu

Tenant compte dès le début des spécificités agricoles de chaque pays et, somme toute, de chaque région, de la diversité des auditeurs potentiels et du fait que cette émission ne peut, en aucun cas, se substituer aux programmes nationaux et locaux (services de vulgarisation, agents techniques et vulgarisateurs sur le terrain, etc.), l'on s'est attaché à adresser aux agriculteurs des messages de caractère global, sans trop entrer dans les détails techniques ni axer le contenu sur des problèmes locaux. Les questions posées par les auditeurs permettent d'enclencher un dialogue avec eux et d'élaborer des émissions répondant aux problèmes qu'ils soulèvent.

L'émission est donc conçue, en quelque sorte, comme « des leçons de chose », pour reprendre une image utilisée par M. Edgard Pisani, traitant et reliant entre elles différentes disciplines intéressant l'agriculture, la biologique et l'écologie.

Les agriculteurs pourraient ainsi tirer profit des messages, soit pour améliorer leurs connaissances, soit pour s'en servir, fût-ce subsidiairement, dans leur vie de tous les jours.

Mais, l'émission produite peut-elle réellement intéresser les agriculteurs à des thèmes débattus souvent par des spécialistes ?

Peut-on capter l'attention d'un agriculteur en lui expliquant comment mieux se servir des engrais ou des pesticides, ou en lui rendant compte de résultats obtenus ici ou là, pour décontaminer les sols irradiés suite à la catastrophe nucléaire de Tchernobyl ?

Comment trouver des thèmes et concevoir un contenu qui puisse fidéliser les auditeurs ? Quelle langue arabe utiliser ? L'arabe dit « médian » ou de presse est-il en mesure de mieux faire comprendre aux auditeurs le sens de certains concepts ou certaines définitions jugés trop difficiles pour être saisis par un public non initié ?

Comment peut-on envisager la continuation de cette entreprise et sous quelle forme après cette première phase expérimentale de neuf mois ?².

Autant de questions qui se sont posées dès le début de cette initiative et dont il fallait tenir compte dans la conception de tout le travail.

Depuis le début du mois d'avril, jusqu'à fin décembre 1992, près de cent émissions ont été produites et diffusées à l'antenne. Chaque thème a fait l'objet d'une ou de plusieurs émissions consécutives selon l'importance du sujet traité.

2. Ce que les auditeurs font du message vulgarisateur

A. L'audience de l'émission : tentative de classification

L'analyse du courrier reçu au cours de 1992 constitue un indicateur important, sinon de la typologie des auditeurs, du moins de leur profil général, de la manière dont ils reçoivent, perçoivent et utilisent le message vulgarisateur, et de leurs besoins.

Il en ressort que les auditeurs égyptiens sont les premiers, de par leur nombre, à réagir au message qui leur est proposé. Suivent, ensuite, selon la répartition par pays du courrier adressé à l'émission, les Syriens et les Palestiniens vivant soit dans les Territoires Occupés, soit à l'intérieur des frontières actuelles de l'État d'Israël. Tel est le cas de plusieurs auditeurs de la ville de Jérusalem et de ses environs.

A partir du quatrième mois, des lettres en provenance d'auditeurs libanais, jordaniens et irakiens nous sont parvenues, de manière de plus en plus régulière. Classés selon la nature de l'activité socioprofessionnelle, les auditeurs se répartissent, dans des proportions plus ou moins égales, entre les catégories suivantes :

a) Etudiants et élèves

Ce sont pour plus de 90% d'entre eux des étudiants qui poursuivent des études dans des établissements supérieurs spécialisés en sciences agronomiques ; les étudiants de l'Université d'Agronomie d'Alep étant les plus nombreux.

Parmi les 10% qui restent, certains sont inscrits dans des disciplines non agricoles mais qui essaient, grâce à l'émission, de mieux connaître les moyens susceptibles de les aider à se spécialiser dans des domaines de formation où l'enseignement et la recherche agricole sont favorisés.

b) Formateurs et chercheurs

Cette catégorie englobe tous les enseignants, les ingénieurs-agronomes, les techniciens censés consacrer une bonne part de leur activité principale à la formation ou à l'encadrement des élèves, des étudiants ou des agriculteurs. En font partie également les auditeurs qui s'intéressent à la recherche agronomique, dans un cadre institutionnel ou à titre individuel.

c) Agriculteurs formés dans des établissements agricoles

Il s'agit d'une catégorie dont l'importance se fait sentir, de plus en plus, et dont les questions portent souvent sur des domaines ou des thèmes très spécialisés (cultures hydroponiques, techniques nouvelles permettant l'amélioration des modes de multiplication végétale ou animale, etc.).

L'analyse du courrier des auditeurs appartenant à cette catégorie fait apparaître qu'ils possèdent souvent une culture agricole assez solide, qu'ils ont une soif de connaître et qu'ils sont disposés à « acheter » les connaissances dont ils ont besoin sous forme d'ouvrages, de documents et de brochures techniques.

d) Auditeurs passionnés par un domaine particulier

En dehors des auditeurs s'adonnant à des activités agricoles et voulant interroger l'émission sur tel aspect ou tel autre, nous avons affaire à ceux qui s'intéressent à l'agriculture sans que celle-ci fasse partie pour

autant de leur cadre socioprofessionnel. Les uns et les autres formulent des questions précises sur des domaines particuliers (horticulture, apiculture, irrigation localisée, etc.).

Les quatre catégories évoquées ci-dessus sont représentatives du courrier parvenu à l'émission, mais sont-elles vraiment représentatives de l'ensemble des auditeurs de celle-ci ? Probablement pas, car il est bien connu que plusieurs auditeurs qui écoutent régulièrement certaines émissions radiotélévisées n'écrivent pas pour plusieurs raisons et il est très difficile d'analyser la population des auditeurs par le simple examen du courrier. Des méthodes plus élaborées d'enquête peuvent être envisagées à cet effet.

Outre le courrier, la direction de RMC/Moyen-Orient a reçu de nombreux appels téléphoniques, des témoignages non écrits et des échos très favorables à l'émission.

B. Les réactions positives

A en croire la majorité des lettres reçues, l'émission serait une bonne initiative répondant à des besoins réels. Deux enseignements peuvent être retenus de ces témoignages :

- l'émission a désormais un public diversifié, donc plusieurs catégories de publics ;
- elle bénéficie d'un début d'écoute collective ; comportement rarissime aujourd'hui, mais qui renforce l'hypothèse que ceux qui écrivent à l'émission représentent une infime partie de ceux qui l'écoutent réellement.

Ce serait aussi faire crédit à l'émission que d'insister sur son rôle dans le rapprochement des cultures, l'émergence d'un sentiment d'identité méditerranéenne ouvert et hyalin et dans l'affermissement des liens qui devraient exister normalement entre les institutions et le grand public.

Les auditeurs l'expriment sans ambages dans leur courrier : ils veulent savoir ce que l'on cultive sur l'autre rive de la Méditerranée et si certaines cultures ou pratiques culturelles spécifiques à l'autre rive pourraient s'accommoder de la leur. Ils savent, désormais, où qu'ils soient, qu'en dehors de RMC/Moyen-Orient, dont certains connaissent l'histoire depuis vingt ans, il est d'autres institutions : le CIHEAM et l'IMA qui veulent vraiment leur venir en aide. A l'une et à l'autre, ils font des griefs et attendent d'elles plus d'aide, mais toujours dans le cadre de leurs domaines de compétence et selon les buts pour lesquels elles ont été créées.

C. Les griefs et les attentes

Les critiques formulées dans le courrier expriment de manière claire et précise l'intérêt que les auditeurs accordent au contenu de l'émission.

La remarque la plus fréquente porte sur l'horaire de diffusion. Plusieurs proposent que l'émission soit programmée le soir au lieu d'être diffusée à 8 heures 05 (GMT). D'autres, en revanche, préfèrent le maintien de l'horaire, mais souhaitent que la durée de l'émission passe de dix minutes à une demi-heure.

La prolongation du temps de l'émission n'était pas possible pendant la phase expérimentale pour plusieurs raisons techniques, budgétaires et humaines. Néanmoins, la direction de RMC/Moyen-Orient a envisagé des aménagements éventuels en accordant une plage horaire pour une émission hebdomadaire supplémentaire de trente minutes, comme nous le verrons ultérieurement.

Mais, en fait, l'attente de la quasi-totalité des auditeurs procède de leur soif d'acquérir des données et des renseignements précis.

Les formateurs et chercheurs trouvent dans le contenu de l'émission un support pédagogique. Mais ils souhaitent également être mis au courant, grâce à l'émission, des dernières parutions et recevoir des listes bibliographiques ou des documents sur des thèmes précis. Plusieurs ont exprimé leur disposition à payer ces services. Ils demandent aussi le texte écrit des émissions.

Les étudiants des instituts et des facultés agronomiques utilisent, quant à eux, l'émission comme un complément des cours qu'ils reçoivent. Ils souhaitent voir l'émission œuvrer comme un centre de formation à

distance et un centre de ressources documentaires. Ils demandent les textes écrits des émissions et posent des questions sur des thèmes ou des références bibliographiques liés à leurs cours.

Les auditeurs qui n'appartiennent pas à ces deux catégories et qui sont en majorité des agriculteurs posent des questions sur des problèmes concrets qu'ils rencontrent (projets de mise en valeur de leur terre ; choix de cultures ; techniques culturales ; lutte contre certaines maladies et choix de pesticides, etc.) et attendent des réponses, de préférence par écrit. Ils soulèvent souvent les difficultés qu'ils rencontrent pour obtenir, sur place, des réponses aux questions qui les préoccupent.

3. Les acquis

A. Une participation des auditeurs plus accrue à la confection des messages

L'analyse globale du courrier reçu tout au long de l'année 1993 fait apparaître un nouveau comportement d'écoute ; celui de vouloir participer à la confection des messages proposés. Certains auditeurs expriment souvent leur désir de voir traiter, en priorité, tel aspect ou tel autre d'un thème donné. Beaucoup de thèmes abordés au cours de l'année 1992 ont d'ailleurs été repris en 1993 et appréhendés sous des angles choisis ou suggérés par les mêmes auditeurs.

D'autres auditeurs ne se contentent plus de participer à la délimitation des orientations générales des thèmes proposés. Ils vont jusqu'à proposer des contenus bien élaborés et prêts à être diffusés. C'est le cas, par exemple, d'ingénieurs-agronomes qui n'hésitent pas à faire profiter les autres auditeurs de leurs expériences ou de leur savoir-faire sur des questions cruciales (sables mouvants, culture des sols salins...).

C'est aussi le cas d'instituteurs et de leurs élèves qui sont soucieux et fiers de faire parvenir leurs réflexions et travaux sur des sujets ayant trait aux problèmes de l'environnement.

B. Une volonté de mieux connaître pour être plus autonome

Bien qu'elles soient restées multiples et souvent trop nombreuses pour être entièrement satisfaites dans le cadre de l'émission « Agricultures Méditerranéennes », les demandes formulées par les auditeurs au cours de l'année 1993 n'en demeurent pas moins plus réalistes que celles de l'année précédente. C'est qu'elles procèdent souvent d'une même logique : vouloir améliorer ses connaissances pour mieux aplanir les obstacles par les moyens du bord.

Les trois exemples qui suivent suffisent, à eux seuls, à rendre compte de cette volonté exprimée souvent à travers le courrier des auditeurs.

Premier exemple. Celui d'un jeune agriculteur qui fait parvenir à l'émission, par colis postal, une branche d'olivier malade et demande que l'on diagnostique la maladie (tuberculose dite *Pseudomonas Savastanoi Smith*) et que l'on indique le traitement approprié.

Deuxième exemple. Celui de la plupart des auditeurs des Territoires Occupés qui veulent se servir de l'émission comme un outil de travail indispensable.

Agriculteurs, techniciens, ingénieurs-agronomes, étudiants et professeurs insistent tous et toujours sur un constat et sur un impératif prioritaire : manque **terrible de données scientifiques et des moyens pédagogiques** d'où la nécessité de se servir de l'émission comme si elle était le technicien-vulgarisateur (pour les agriculteurs), le professeur (pour les élèves et les étudiants) ou la bibliothèque (pour les professeurs).

Troisième exemple. Celui, justement, de beaucoup de professeurs d'universités qui reconnaissent ouvertement que certaines émissions permettent de combler des failles dans le dispositif pédagogique dont ils se servent pour enseigner. Celles portant sur l'élevage camelin et l'apiculture sont souvent citées et demandées sur cassettes ou sur des supports écrits.

A noter, à cet égard, qu'il y a très peu de documents scientifiques plus ou moins exhaustifs sur l'élevage camelin proprement dit.

Aussi, une série d'émissions sur le sujet a-t-elle été programmée en 1993 et faite sur la base, entre autres, d'entretiens avec M. Kammoun, professeur tunisien de production animale et faisant partie des meilleurs spécialistes de la question.

C. Un intérêt certain pour les problèmes écologiques

Les réactions des auditeurs à l'égard des messages écologiques développés dans l'émission *Agricultures Méditerranéennes* durant 1992 font apparaître souvent une certaine curiosité vis-à-vis des sujets abordés.

En revanche, celles manifestées au cours de 1993 par l'ensemble des publics de RMC/Moyen-Orient attestent d'un engouement certain pour les problèmes environnementaux qui se posent en Méditerranée et dans les régions avoisinantes. Nombreux sont les auditeurs qui en font une préoccupation majeure et posent, de plus en plus, des questions précises sur des problèmes bien définis (couche d'ozone, effet de serre, pollution maritime, etc.).

Sans doute le magazine *Agriculture et Environnement* lancé à partir de janvier 1993 et diffusé, lui aussi par RMC/Moyen-Orient³, a-t-il contribué à faire évoluer les attitudes des auditeurs face aux questions environnementales de la phase de la sensibilisation à une autre phase dans laquelle les publics ciblés se sentent totalement impliqués.

Bien que tangibles et pouvant, par conséquent, être évalués quantitativement et qualitativement, ces acquis ne peuvent en aucun cas être définitifs ! Comme tous les acquis, ils ont besoin d'être constamment entretenus et nourris pour constituer un bon investissement. Or, une telle entreprise ne saurait être rentable que si un certain nombre de défis étaient relevés.

4. Les défis

A. Combiner les canaux de transmission

L'expérience menée par le CIHEAM, l'IMA et RMC/Moyen-Orient en matière de vulgarisation agricole et écologique a confirmé, dès le départ, au moins un enseignement dégagé par la plupart des expériences similaires : la nécessité de combiner les canaux de transmission du message vulgarisateur.

Certes le choix de la radio pour s'adresser aux ruraux du Sud et de l'Est de la Méditerranée a été le plus approprié. Mais force est de constater que plus la transmission du message par l'intermédiaire de ce canal fait ses preuves, plus le recours à d'autres canaux devient indispensable ; une exigence méthodologique prise effectivement en compte, lors de l'évaluation du programme réalisé d'avril à la fin du mois de décembre 1992.

Etaient prévus, en effet, outre la poursuite de l'émission quotidienne, une émission radiophonique hebdomadaire, une émission mensuelle, des dossiers thématiques sur cassettes audiovisuelles, des textes écrits reproduisant les émissions, un bulletin trimestriel, des dossiers trimestriels, des publications de synthèse, des stages pratiques et des séminaires.

Mais compte tenu de l'insuffisance des moyens financiers alloués au projet au cours de l'année 1993, seule la réalisation d'une nouvelle émission radiophonique hebdomadaire a été possible.

L'année 1993 aura jeté, néanmoins, les bases d'une collaboration prometteuse avec un nouveau partenaire dont l'apport sera, sûrement non négligeable. Il s'agit de la presse écrite des pays du Sud et de l'Est de la Méditerranée.

Il a été jugé utile de reproduire le contenu de l'émission quotidienne et du magazine hebdomadaire dans certains quotidiens paraissant dans le Monde Arabe et bénéficiant surtout d'une large audience et de bons circuits de distribution. Cette démarche est de nature à favoriser la réalisation de plusieurs objectifs dont, tout particulièrement, ceux qui consistent à :

- mettre à la disposition des auditeurs au moins un support écrit leur permettant de mieux se servir des messages chaque fois qu'ils en ressentent le besoin, pour mieux les assimiler ;

- ❑ élargir l'audience des deux émissions et ce, grâce aux lecteurs de la presse écrite paraissant surtout dans les pays du Maghreb lesquels sont en dehors de la zone de diffusion de RMC/Moyen-Orient ;
- ❑ permettre surtout aux lecteurs de la presse maghrébine d'entretenir un échange permanent avec les émissions, par l'intermédiaire de leurs journaux nationaux⁴ ;
- ❑ contribuer, par les médias du Sud, au développement de la culture journalistique scientifique adaptée aux besoins réels des populations concernées.

Les contacts entrepris, à cet effet, ont débouché sur la conclusion d'accords avec les journaux suivants, publiés en langue arabe :

<i>Al Alam</i>	(Maroc)
<i>Achâab</i>	(Algérie)
<i>Assabah</i>	(Tunisie)
<i>AL Ahram</i>	(Egypte)
<i>Al Safir</i>	(Liban)
<i>Techrine</i>	(Syrie)
<i>Al Qods</i>	(Territoires occupés)
<i>Al Doustour</i>	(Jordanie)

Les directions de ces quotidiens se sont engagées à publier, sans contrepartie financière, les contenus des émissions que le CIHEAM leur fait parvenir de manière régulière à raison de deux épisodes par semaine.

L'exécution des termes de l'accord a débuté au mois de septembre 1993. Pour qu'elle soit significative, l'évaluation de cette expérience devrait être effectuée au moins six mois après la mise en œuvre de celle-ci.

B. Préserver les publics fidélisés

Où que l'on soit, assurer une éducation non entretenue ne peut que nuire, à la longue, au droit à l'instruction et au savoir. Bien des tentatives éducatives visant à l'éradication de l'ignorance ont conduit, faute d'entretien et de suivi, à l'illettrisme.

Cet enseignement est à prendre en considération non seulement par rapport aux projets éducatifs de grande envergure, mais aussi en ce qui concerne les micro-projets s'inscrivant dans cette optique.

Tout en cherchant donc à diversifier les courroies de transmission du message vulgarisateur, il importe d'entretenir constamment les liens tissés avec l'ensemble des publics. Il arrive parfois, que les connaissances acquises par biais de l'école ou des « écoles parallèles » (famille, institutions religieuses, médias, etc.) ne servent, dans la vie active, que de manière très partielle ou indirecte. Or, celles que l'émission « Agricultures Méditerranéennes » et les autres supports audiovisuels ou écrits se proposent de transmettre sont conçues, au moins en principe, pour répondre, en grande partie, à des besoins réels exprimés clairement.

L'instruction, dans son acception générale, est un investissement dans les ressources humaines donc à moyen et long termes.

C'est sous cet angle que l'on devrait appréhender les résultats de l'expérience de vulgarisation entreprise par le CIHEAM et les autres partenaires.

C. Désenclaver le savoir pour mieux le partager

Un des problèmes majeurs qui préoccupent les auditeurs (toutes catégories confondues) réside dans la difficulté d'accéder à l'information et aux connaissances. C'est un souci constant décelé au travers du courrier reçu en 1992 et réitéré dans celui de 1993.

Certes, l'existence de données scientifiques, réactualisées et fiables, en l'occurrence dans le domaine agricole, pose bien des problèmes dans les pays du Sud.

Tenter de résoudre ces problèmes relève, tout d'abord et essentiellement, des compétences nationales.

Il est néanmoins, de plus en plus, des données scientifiques et techniques provenant d'horizons divers, susceptibles d'intéresser les opérateurs de ces pays et d'aider surtout les producteurs à mieux produire tout en rationalisant l'exploitation des ressources naturelles.

Les sources de telles données sont multiples :

- bibliothèques générales ou spécialisées,
- publications récentes,
- articles paraissant dans des périodiques généraux ou spécialisés,
- travaux et recherches universitaires,
- colloques et séminaires,

L'expérience menée par le CIHEAM dans le domaine de la communication radiophonique a montré que l'on pouvait puiser dans ces sources et contribuer à la transmission du savoir à des publics aussi larges que possible.

L'exemple des entretiens faits avec le Docteur Kammoun sur l'élevage camelin, s'inscrivent parfaitement dans une logique tendant à entretenir des rapports plus fréquents et fructueux entre la communauté scientifique, d'un côté et, le grand public, de l'autre.

Celui du colloque international organisé par le CIHEAM à Malte entre le 23 et le 25 octobre 1993 sur « L'équilibre alimentaire, l'agriculture et l'environnement en Méditerranée », a montré lui aussi qu'on pouvait, à travers un travail médiatisé de fond, faire partager au grand public : les réflexions et les idées débattues ou émises lors de pareilles manifestations réservées, d'habitude, à un public très restreint.

Le savoir-faire et la connaissance non reproduits, pour une raison ou pour une autre, ont de tout temps entravé la transmission du savoir.

Il est, non seulement possible de nos jours, grâce entre autres aux médias, d'exploiter ce savoir demeuré à l'état brut, mais aussi de le diffuser à une très grande échelle.

Le CIHEAM et ses partenaires d'aujourd'hui et de demain sont à même d'y contribuer, de manière modeste, certes, mais effective et utile, sans aucun doute.

III – Conclusion

Que reste-t-il du message global que le CIHEAM et ses partenaires tentent de faire parvenir aux publics de RMC/Moyen-Orient ?

Il est d'autant plus difficile de répondre avec précision à la question que le travail entrepris dans ce cadre se veut tout d'abord, éducatif. Or, l'éducation est un processus trop complexe pour être saisi en entier en une seule fois.

Nous disposons, néanmoins, à l'heure actuelle, de quelques éléments précis sur l'importance de l'investissement que constitue ce projet : l'émission quotidienne « Agricultures Méditerranéennes » et le magazine hebdomadaire *L'Agriculture et Environnement* font partie des programmes les plus suivis par les publics de RMC/Moyen-Orient, évalués à douze millions d'auditeurs.

Il y a, en moyenne, un auditeur qui réagit tous les jours par écrit aux contenus que proposent les deux émissions.

Chaque lettre envoyée par les auditeurs contient, en moyenne, trois questions. Chaque question peut faire parfois l'objet de plusieurs émissions.

Notons aussi que ceux qui communiquent par écrit avec les deux émissions ne représentent, en réalité, qu'une infime partie des auditeurs fidélisés.

Disons, enfin, que le mérite, entre autres, de cette expérience est qu'elle s'inscrit, abstraction faite de ses résultats, dans une logique saine et ambitieuse : celle d'investir dans les ressources humaines et de faire partager le savoir avec le maximum d'individus.

Notes

1. Tudesq, A.J. (1983), *La radio en Afrique Noire*, Paris : Editions A. Pedone, p. 179.
2. C'est-à-dire du mois d'avril jusqu'à la fin décembre 1992.
3. Diffusé tous les dimanches à partir de 18 heures 05 (GMT), ce magazine se compose de trois volets :
 - une synthèse du contenu des épisodes de l'émission, diffusés tout au long de la semaine,
 - un volet consacré aux problèmes environnementaux, plus étoffé que celui de l'émission quotidienne,
 - un volet consacré au courrier des auditeurs reçu aussi bien par l'émission quotidienne que par le magazine hebdomadaire.
4. C'est ainsi, par exemple, que les réponses apportées au courrier des auditeurs sont intégralement publiées dans les journaux avec lesquels un accord de collaboration a été conclu.

