

Ruralia

Ruralia

Sciences sociales et mondes ruraux contemporains

09 | 2001

Varia

L'agriculteur et la société. Communication- Images-Médiations

26e colloque de l'Association des ruralistes français, Nantes les 20,21 et
22 novembre 2002. Appel à communications

Maryvonne Bodiguel



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ruralia/255>

ISSN : 1777-5434

Éditeur

Association des ruralistes français

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2001

ISSN : 1280-374X

Référence électronique

Maryvonne Bodiguel, « L'agriculteur et la société. Communication-Images-Médiations », *Ruralia* [En ligne], 09 | 2001, mis en ligne le 14 septembre 2002, consulté le 20 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ruralia/255>

Ce document a été généré automatiquement le 20 avril 2019.

Tous droits réservés

L'agriculteur et la société.

Communication-Images-Médiations

26e colloque de l'Association des ruralistes français, Nantes les 20,21 et 22 novembre 2002. Appel à communications

Maryvonne Bodiguel

- 1 Dans un pays dont le passé rural est toujours vivace dans les esprits, des attitudes ambiguës apparaissent où la contestation, voire même l'hostilité, côtoient la recherche d'une meilleure compréhension. Le comportement et les pratiques des agriculteurs font souvent problème pour nombre de citoyens et les critiques adressées paraissent excessives ou injustes aux agriculteurs. Hier, être agriculteur était un état (état de paysan parce que vivant à la campagne et s'occupant des travaux des champs) autant qu'un métier (cultivateur, laboureur). Au tournant des années cinquante, la politique de modernisation a transformé cette perception en proposant une nouvelle image de l'exploitant agricole qui a évolué au gré des conditions de production, de l'évolution de la société rurale, et des modes de vie à la ville comme à la campagne.
- 2 Qu'il s'agisse de la qualité des produits alimentaires, des modes d'alimentation du bétail, des méthodes d'élevage, des pratiques culturelles, la critique enfle et a tendance à se porter sur la base de l'édifice : l'agriculteur. Pourtant la production de farines animales dépend de l'industrie agro-alimentaire, qui dicte les méthodes d'élevage en production intensive. La politique agricole elle-même induit, par le jeu des subventions, des pratiques qui peuvent être nuisibles à l'environnement, et la gestion des productions par filières laisse peu de marges de liberté à l'exécutant de base. Il est plus malaisé d'incriminer un système qui reste pour beaucoup abstrait, que des personnes familières.
- 3 Par ailleurs, la dimension européenne de l'agriculture brouille encore davantage les cartes pour des populations qui ne reconnaissent plus l'agriculteur de terroir en qui elles aimeraient toujours croire.
- 4 Le débat proposé autour de la représentation sociale de l'activité agricole et de ses acteurs, couvre donc un vaste champ, que le sous-titre a pour fonction de cadrer. Il suggère trois entrées qui, certes, convergent et s'interpénètrent mais permettent aussi

des développements spécifiques suivant les différentes approches disciplinaires (anthropologie, sociologie, histoire, géographie, *etc.*).

Communication

- 5 Nous souhaiterions ici des analyses et des exemples de démarches explicites du monde agricole vers un public et inversement.
- 6 - Quels objectifs recherchés par les uns et les autres : simple information, recherche de concertation, action en direction de l'opinion agricole et/ou du grand public ?
- 7 - Quelles stratégies de communication de la part des organismes agricoles, des administrations, des collectivités locales ?
- 8 - Quelles stratégies de communication de l'Union européenne ?
- 9 - Quelles stratégies de communication pour contrer une marginalisation annoncée ?
- 10 - Quels supports de communication sont privilégiés dans les rapports entre l'agriculteur et la société dans les campagnes, dans les territoires agricoles péri-urbains ?
- 11 - Quelles attentes des agriculteurs en matière de communication (de l'agriculteur vers le public et inversement) ? Quels agriculteurs pour quel public ? Les relations entretenues avec les consommateurs et les associations de défense de la nature.
- 12 - Quelles sont les formes d'adaptation aux nouvelles attentes des uns et des autres ?

Images

- 13 - L'évolution de l'image du métier depuis le XIX^e siècle et de « l'état de paysan » qui lui était associé ; évolution de l'image et du rôle de l'agricultrice dans la représentation du métier ?
- 14 - Les démarches individuelles : projection d'images de soi, du métier, des choix de production, réponses aux attentes des autres ?
- 15 - Les initiatives diligentées par l'agriculteur pour donner une certaine image de lui-même et de son métier ?
- 16 - Le rôle de l'agriculteur dans les représentations culturelles de l'espace rural et de son patrimoine ?
- 17 - Quelles images de l'agriculteur l'Union européenne forge-t-elle à travers sa politique agricole et quels moyens se donne-t-elle pour les gérer ?
- 18 - Les images qui font vendre : quels « usages » fait-on de l'agriculteur ? La publicité explicite et les représentations suggérées. Quel contrôle les agriculteurs peuvent-ils avoir sur l'usage qui est fait de leur image (en particulier quels moyens juridiques) ?
- 19 - Les représentations du métier dans l'opinion publique ; la diversité des agricultures est-elle perçue, comment est-elle montrée ?
- 20 - L'image de l'agriculteur dans son environnement rural.

Médiations

- 21 L'agriculteur est un acteur économique, politique et social en position particulière par l'impact de son activité sur l'espace rural, l'environnement, l'emploi, les ressources alimentaires,... et l'équilibre de la balance commerciale ; il est donc au cœur de nombreux problèmes de société et se trouve impliqué dans de multiples controverses et engagements appelant diverses médiations.
- 22 - Quelles pratiques d'intégration sociale dans des univers ruraux de plus en plus socialement diversifiés ? (situation actuelle et évolution depuis un siècle).
- 23 - Comment les agriculteurs perçoivent-ils leur implication dans les structures de gestion de problèmes de société telles que l'aménagement de l'espace rural et du territoire en général, de la gestion des ressources « naturelles », des infrastructures de consommation, etc. et conçoivent-t-ils leur participation active aux processus locaux de concertation ?
- 24 - Comment et où s'exprime la diversité des points de vue des agriculteurs ?
- 25 - Quelles stratégies sociales dans des processus de gestion collective ?
- 26 - Quelles demandes sociales à l'adresse des agriculteurs ? quelles attentes des consommateurs, des usagers de l'espace rural ? Quelles médiations actives ?
- 27 Ces questions s'adressent non seulement aux chercheurs des sciences humaines mais aussi aux responsables agricoles en charge de ces problèmes, à des agriculteurs désirant apporter leur témoignage personnel et aux élus chargés de promouvoir une certaine cohésion sociale et territoriale en même temps qu'un développement économique.
- 28 Il serait intéressant d'avoir aussi à ce colloque des éléments de comparaison dans d'autres pays de l'Union européenne.
- 29 Un espace d'exposition sera disponible pour illustrer le thème du colloque (photos, cartes postales, affiches peuvent être proposées). Des films susceptibles d'illustrer les débats (documentaires, publicités, etc.) peuvent aussi être envisagés.
- 30 Les propositions de communication sont à adresser au plus tôt à :

Maryvonne Bodiguel et Bernard Tomasi
CNRS/CRUARAP
Faculté de droit et des sciences politiques, BP 81307
44313 Nantes cedex 3
- 31 Une déclaration d'intention d'une demi-page devra accompagner l'intitulé proposé. Si votre proposition est retenue, il vous sera demandé de nous faire parvenir un résumé de votre communication pour le 1^{er} septembre.

INDEX

Mots-clés : Colloque