L’agriculture en représentations(s). Luttes médiatiques, luttes syndicales

10 mars 2017



Souvent, les opinions mènent le monde, et les images de la réalité sont plus fortes que cette réalité même. C’est pourquoi les sciences sociales s’intéressent beaucoup aux visions collectives, aux représentations mentales véhiculées par les acteurs, les médias ou les institutions. Les représentations des métiers ont été particulièrement étudiées, à commencer par celles de la profession agricole, avec néanmoins un désintérêt croissant pour ce sujet depuis une trentaine d’années, s’expliquant par la disparition des figures attachantes et idéalisées de l’ancienne paysannerie. Ce numéro thématique d’*Études rurales* entend relancer ce champ de recherche, en proposant une dizaine d’articles d’ethnologues, de politistes et de sociologues. Ce sont plus précisément les liens avec le journalisme de presse écrite qui sont auscultés, à travers un large éventail de figures agricoles, de terrains d’observation et de témoignages de luttes.

Un texte traite de l’Agence de presse libération-paysans (APL-P), un autre analyse le positionnement mi-syndical mi-commercial du journal *L’Agriculteur normand*, un autre encore décrit les stratégies médiatiques de l’Association des producteurs de lait indépendants (APLI). Intéressantes également sont les pages sur l’évolution des images des femmes dans la presse agricole bretonne, sur les conceptions agrariennes et identitaires d’*Agriculture et vie*, ou celles sur la place occupée par la Confédération paysanne et ses leaders dans la presse nationale. Le traitement médiatique des maladies professionnelles liées aux pesticides intéressera aussi le lecteur, ainsi que l’article consacré aux techniques de réappropriation de l’espace médiatique par les éleveurs confrontés aux marées vertes.

Plusieurs conclusions générales peuvent être tirées de ces études de cas. Tout d’abord, le pluralisme du monde agricole est de plus en plus tangible, chacune de ses composantes se construisant ses propres espaces et canaux d’expression. En second lieu, la professionnalisation de la relation avec les médias est évidente, rapide, efficace. Troisièmement, les journalistes ont un surintérêt marqué pour les modèles agricoles alternatifs, ce qui ne les empêche pas, simultanément, de continuer à peaufiner l’imagerie traditionnelle d’un « paysan modèle ». Enfin, la médiatisation recèle ses pièges et contradictions : dans une société saturée de discours et de symboles, on ne peut pas ne pas communiquer, ce qui pousse constamment les agriculteurs à surjouer leurs mises en scène et leurs exercices de représentation.

Bruno Hérault, Centre d’études et de prospective

Lien : Éditions de l’EHESS