



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Besoins et contraintes au niveau des entreprises agricoles

J. Dubost

Abstract

The concepts, the assumptions and the language of the information transmitters » are typical of the industrial and urban society. The dispersion and heterogeneousness of the agricultural sector make numerous relays necessary : technicians, employees of farm organizations and civil servants. A concret example of these notions is given by the action of a group of CET A (farmers' clubs).

Résumé

Les concepts, les hypothèses, le langage des émetteurs de l'information appartiennent typiquement à la société industrielle et urbaine. La dispersion et l'hétérogénéité du monde agricole nécessitent de nombreux relais, techniciens, salariés des organisations professionnelles et fonctionnaires. L'exemple d'une action menée par un groupement de C.E.T.A. concrétise ces notions.

Citer ce document / Cite this document :

Dubost J. Besoins et contraintes au niveau des entreprises agricoles. In: Économie rurale. N°69, 1966. pp. 23-28;

doi : <https://doi.org/10.3406/ecoru.1966.1945>

https://www.persee.fr/doc/ecoru_0013-0559_1966_num_69_1_1945

Fichier pdf généré le 08/05/2018

BESOINS ET CONTRAINTES AU NIVEAU DES ENTREPRISES AGRICOLES

par J. DUBOST

Directeur d'Etudes à la C.O.F.R.E.M.C.A. (1)

Les concepts, les hypothèses, le langage des émetteurs de l'information appartiennent typiquement à la société industrielle et urbaine. La dispersion et l'hétérogénéité du monde agricole nécessitent de nombreux relais, techniciens, salariés des organisations professionnelles et fonctionnaires. L'exemple d'une action menée par un groupement de C.E.T.A. concrétise ces notions.

NEEDS AND CONSTRAINTS ON THE FARM LEVEL

The concepts, the assumptions and the language of the information transmitters are typical of the industrial and urban society. The dispersion and heterogeneousness of the agricultural sector make numerous relays necessary: technicians, employees of farm organizations and civil servants. A concret example of these notions is given by the action of a group of CETA (farmers' clubs).

Les termes retenus pour désigner notre sujet lui définissent des limites précises : il s'agit d'information et non pas de formation ou de perfectionnement, alors que l'expression, plus habituelle en milieu agricole, de vulgarisation, est plus générale et plus vague : il s'agit du seul domaine économique alors que les agents qui s'adressent au monde rural traitent généralement de questions dans lesquelles cet aspect particulier des rapports entre les hommes n'est pas abstrait, isolé des autres aspects.

Enfin, il s'agit des agriculteurs et non des autres niveaux sociologiques du secteur de l'agriculture.

Pour les agriculteurs, un tel langage est relativement nouveau. Il apparaît au moment même où un fait est ressenti de façon de plus en plus vive : les changements intervenus, et surtout à intervenir, en agriculture, représentent pour les intéressés un problème global affectant profondément tous les aspects du monde rural, de la vie des agriculteurs et de leur famille.

La notion d'information économique est une création de la société urbaine ; sa nécessité est la conséquence du processus d'industrialisation qui se traduit par l'interdépendance croissante des entreprises d'un secteur donné et des différents secteurs entre eux.

Dans la mesure où chaque exploitation est de plus en plus liée aux autres exploitations pour l'organisation de sa production ou de sa commercialisation, et de plus en plus liée aux autres secteurs pour son approvisionnement et sa vente, l'agriculteur éprouve le besoin accru d'une information économique répondant aux nécessités de la nouvelle situation.

A l'exploitation suffisamment « adaptée », moderne, cette information doit permettre de faire fonctionner et de perfectionner un système qui marche déjà. Pour les autres — « handicapées » ou « condamnées » — le problème est plus radical : l'information économique doit permettre de repenser l'exploitation dans son ensemble.

Mais dans tous les cas, il faut distinguer la nature et les contenus concrets que la notion peut recouvrir.

Un premier critère peut être trouvé dans le processus économique qui lie l'exploitation à la société : on distinguera alors entre les relations avec l'amont (opérations d'achat, d'approvisionnement), avec l'aval (commercialisation), et la politique de production (orientation du système de culture, avenir de l'exploitation).

Un autre critère peut être trouvé dans la source des informations : certaines d'entre elles proviennent de la société locale ou régionale (foires, groupements, etc...) ; d'autres, enfin, prennent leur source dans l'entreprise elle-même, ou dans les groupes locaux auxquels appartient l'agriculteur (mesure des coûts de production).

(1) Ce rapport a été préparé au cours de trois réunions, organisées par l'IGER, et s'appuie sur les contributions de représentants des organisations suivantes (par ordre alphabétique) : AFPA, BAC, CNCA, CNJA, FNCETA, FNSEA, IFOCAP, IGER, SYNERCAU, UGEA.

Mais un autre moyen de catégoriser la nature des informations économiques consiste à distinguer les niveaux suivants :

a) A un premier niveau, qui correspond en gros au court terme, il s'agit de faire tourner l'exploitation avec les moyens mis en place par l'organisation ; ici les informations doivent être en quelque sorte directement opératoires : par exemple, elles conduiront l'exploitant à s'adresser pour ses engrais à tel fournisseur plutôt qu'à tel autre, à accepter ou refuser tel prix de vente pour ses produits, à diriger ceux-ci sur tel marché, etc...

b) A un second niveau, relevant davantage du moyen et du long terme, il s'agit d'étudier et de mettre en place les moyens permanents qui permettront à l'entreprise d'atteindre ses buts ; c'est le domaine des investissements, des achats de gros matériel, de l'agrandissement de l'exploitation, du choix de nouvelles spéculations, de la recherche de nouvelles formes de coopération, etc...

c) A un troisième niveau, il s'agit de la politique générale de l'entreprise, des décisions relatives à une migration, une mutation, une reconversion professionnelle...

d) Enfin, au dernier niveau c'est l'agriculteur en tant que membre d'un groupe, adhérent d'une coopérative, sociétaire d'un groupement ou simplement membre d'un syndicat. Cette dernière catégorie de besoins n'existe pas seulement chez les responsables et dirigeants ; on sait que, même à l'intérieur des coopératives d'une certaine taille, le problème de l'information économique est loin d'être toujours bien résolu. Mais le besoin d'informations et de connaissances augmente avec la part de responsabilité ; l'administrateur ou le permanent doivent jouer un rôle de relai entre les lieux où se rassemblent et s'interprètent les données économiques, et les agriculteurs de la base.

De toute manière, le besoin d'information économique n'est pas ressenti de la même façon aux différents niveaux ; l'agriculteur commence à éprouver et exprimer ce besoin dans la mesure seulement où il se sent concerné, où il perçoit qu'il peut tenter certaines actions pour transformer sa situation (où il ne subit pas seulement sa condition), et où il est suffisamment formé pour discerner l'utilité que peut avoir l'information économique.

Les conditions préalables à l'information économique des agriculteurs

Les conditions qui permettent de réaliser effectivement l'information économique des agriculteurs sont d'abord celles de toute communication ; elles peuvent être analysées en termes d'émetteurs, de récepteurs, de moyens de transmission, de forme et de contenu du message, de contrôle des effets.

Les recherches réalisées d'abord aux Etats-Unis, et plus récemment en Europe, correspondent à tout un domaine de la psychosociologie qui se subdivise lui-même en plusieurs types d'étude : contrôle social des communications de masse (qui émet ? qui parle ? qui contrôle celui qui parle ?), analyse d'audiences (qui écoute ? qui lit ? qui regarde ?...), analyse de contenu (que dit le message ? quelles significations véhicule-t-il ?), contrôle des effets (observe-t-on un changement dans les connaissances, les préjugés, les attitudes, les sentiments, les comportements ?...), recherches sur les processus de diffusion et d'influence (rôle des « relais » : guides d'opinion, personnalités influentes, leaders, dans la circulation de l'information, nature et rôle des canaux de communications spontanées, rôle des groupes dans la résistance aux changements que cherchent à provoquer les autres groupes, rôle des échanges interpersonnels dans les processus de diffusion collective, résistances conscientes ou non de celui qui possède l'information à la livrer à celui qui ne l'a pas, conditions psychologiques de la réception, etc...). Nul doute que, malgré leur caractère partiel et provisoire, les connaissances actuelles dans ce domaine mériteraient d'être mieux connues de tous ceux qui participent à la diffusion des informations en milieu rural, de même que les formateurs en général devraient pouvoir bénéficier plus largement d'une préparation pédagogique et psychosociologique.

Mais le problème d'information traité ici comporte deux catégories de contraintes supplémentaires. D'une part, il s'agit d'informations économiques. Robert Salmon (2) a souligné les obstacles rencontrés dans ce domaine : l'économie déroute par son caractère complexe, théorique et aléatoire ; elle manque de moyens de diffusion, la presse notamment apparaissant dans ce domaine comme particulièrement discrète. Les Français sembleraient développer à son sujet des attitudes négatives ou simplement un manque d'intérêt. On peut noter en tous cas « l'extraordinaire insuffisance de la formation économique » dans ce pays, qui expliquerait « cette double carence dans la volonté de recevoir et de donner l'information économique ».

D'autre part, il s'agit d'un processus dont les émetteurs — ou tout au moins les concepts, les hypothèses et le langage utilisés — appartiennent typiquement à la société industrielle et urbaine, alors que les destinataires font partie de sociétés rurales encore plus ou moins profondément marquées par la civilisation paysanne.

Les caractéristiques du monde agricole : dispersion spatiale, hétérogénéité des dimensions des entreprises, des types de productions, des technologies,

(2) SALMON (Robert). — L'information économique, clé de la prospérité. — Paris, 1963, p. 156 et sq.

différences liées à l'histoire, à la géographie, au peuplement (types de communauté, modes de vie, langage, surface de contacts culturels, etc...) sont autant de variables supplémentaires dont il faut tenir compte.

Beaucoup de petites régions françaises présentent encore les traits essentiels des sociétés rurales : petit nombre de membres, faible différenciation des rôles sociaux sauf en ce qui concerne l'âge et le sexe, caractère global et personnel des relations entre les individus, forte pression sociale du groupe local, importance de la tradition, etc... La formation paysanne traditionnelle a surtout appris à l'agriculteur à percevoir, observer, décrire des événements, à mémoriser, à rêver, à négocier une transaction... pour appliquer un modèle local, mettant bien plus en jeu des activités sensorielles et motrices que des activités intellectuelles. L'exploitant qui veut s'adapter aux nouvelles conditions doit nécessairement lire, écouter, interroger, critiquer, dialoguer, participer à des réunions-discussions, se déplacer, etc...

La transmission d'informations économiques suppose donc de la part du récepteur l'intégration de nouveaux concepts et l'accès à un niveau d'abstraction beaucoup plus élevé, où les phénomènes concrets de la ferme et de son environnement sont ramenés à un jeu de variables, dont l'interaction détermine la stabilité économique de l'unité de production. Pour diriger une exploitation, il faut organiser et gérer, établir de nouvelles relations avec autrui. La conduite de l'entreprise implique la maîtrise d'instruments intellectuels que l'éducation rurale ne donne pas. Elle passe également par une transformation des comportements de saisie et de traitement de l'information. De ce point de vue, il n'y a pas de diffusion efficace de données économiques sans formation ; toute action commence par la sensibilisation de l'agriculteur à ses propres besoins d'information.

Les relais de l'information

Entre les émetteurs (et les sources) de l'information économique, d'une part, eux-mêmes dispersés physiquement, souvent mal coordonnés, s'adressant fréquemment aux agriculteurs *en général* et de façon nécessairement abstraite, et les agriculteurs d'autre part qui ne peuvent même pas être au contact de tous les supports actuellement utiles, la présence de nombreux relais paraît absolument nécessaire.

Leur nombre a crû de façon importante depuis quelques années : ils comprennent tout d'abord les quelques milliers de techniciens des diverses appartenances, salariés d'organisations professionnelles ou fonctionnaires. Ils doivent remplir notamment la fonction de sensibilisation dont on parlait précédemment, être eux-mêmes suffisamment au contact des sources (internes ou externes à l'exploitation,

locales, régionales ou nationales) et des informateurs, avoir compris les processus d'élaboration de l'information et être capables d'exercer une critique au triple niveau de la source, de la cohérence, du caractère plus ou moins complet des données recueillies. Ils doivent en outre faciliter la communication entre émetteur et récepteur du point de vue du langage, jouer en quelque sorte un rôle d'interprète dans les deux sens. Ils doivent aussi être des spécialistes capables de fouiller un aspect particulier dans certaines situations et replacer telle information dans un contexte beaucoup plus général dans d'autres cas. Ils doivent enfin savoir s'adresser tantôt aux individus, tantôt aux groupes, être de véritables informateurs et non des doctrinaires, ne pas imposer une information qui n'est pas susceptible d'être acceptée ni en repérer une autre que l'on serait justement prêt à recevoir. Ils doivent rester disponibles et patients, saisir les opportunités qui se présentent, et plutôt que de se rendre indispensables, faciliter à tous les interlocuteurs, au fur et à mesure qu'ils en deviennent capables, la prise en charge de leur propre fonction de « relai ».

Un exemple concret : une action de la FNCETA

La description d'un exemple d'action d'information économique recueilli par la FNCETA rendra ces remarques plus concrètes.

Il s'agit d'un effort d'information dans un groupement de CETA d'une région de petite culture.

« Les agriculteurs, limités par leur petite surface, font un effort important pour intensifier leurs productions. Très vite, ils ont l'impression de buter sur un nouveau mur : celui de la *commercialisation*.

La question est soumise *globalement* à la FNCETA : « nous avons des problèmes de commercialisation ».

Un ingénieur se rend sur place et passe une journée et demie à interviewer (de façon aussi peu directive que possible !) des agriculteurs représentant des productions... et des opinions différentes.

Une réunion d'une quarantaine de producteurs a lieu (hiver 1964-65), comportant un apport d'information (exposé théorique assez sommaire), et une discussion-débat.

Au cours de la discussion, des avis très divers s'expriment :

— « Créons une coopérative ».

— « Il faut passer des contrats avec des supermarchés »...

Le tout est repris au tableau de papier, mais reste un peu confus. On mélange les fruits et les veaux, les porcs et les pommes de terre. On en vend à l'État, aux intermédiaires...

Conclusions de la réunion : il faut créer une commission par produit, s'attaquer à un produit en priorité (fruits), mieux savoir de quoi l'on parle (donc

se former), agir avec l'ensemble de la petite région de production, commencer par rassembler toutes les données dont on dispose.

La commission de commercialisation des fruits est créée.

Elle se réunit plusieurs fois au cours de l'hiver pour des exposés théoriques sur la commercialisation, faits par le conseiller du G.R.C.E.T.A. qui a reçu une formation complémentaire au cours de stages de commercialisation AFPA.

Printemps 1965 : Une réunion a lieu (avec la FNCETA) pour préciser sur quels points doit porter l'étude, dégager des objectifs et voir les moyens dont on va disposer.

Il est décidé d'engager un stagiaire qui pourra s'informer sur l'ensemble des problèmes de débouchés à l'échelon national, réaliser une enquête sur place en liaison étroite avec la commission et le technicien qui, débordé de travail, ne peut faire l'enquête lui-même.

Été 1965 : Voyage d'étude de la commission.

Hiver 1965-1966 : Plusieurs autres réunions ont lieu avec les techniciens des G.V.A. voisins, les

jeunes agriculteurs et les responsables de la petite région (le président du syndicat des producteurs de fruits est d'ailleurs membre de CETA).

A ces réunions participent des spécialistes (Synercau, dirigeants de coopératives apportant leur témoignage).

Pour engager le stagiaire il faut de l'argent, et le GRCETA a des moyens limités. Une demande de subvention est déposée au CNVPA (études particulières).

Fin de l'hiver 1965-1966 : Un stagiaire est embauché pour 4 mois. Il commence par recueillir tout ce qu'il peut trouver sur la question à l'échelon national (une bonne douzaine de rendez-vous sont nécessaires). Il prend des contacts avec des organisations coopératives et des négociants dans d'autres régions de production, se rend sur place pour faire son enquête.

Cela demande du temps.

Le résultat sera peut-être qu'il ne faut pas créer de structure économique nouvelle.

De toute façon ce sera bien le groupe lui-même, et en liaison avec le milieu, qui en aura pris conscience.

Conclusion

De cette expérience se dégagent un certain nombre de données.

La formation des agriculteurs en matière de commercialisation est extrêmement pauvre, et le besoin d'en analyser tous les aspects est grand. Il faut toutefois garder une grande souplesse et ne pas s'enfermer dans un cadre théorique trop étroit.

Une fois les besoins exprimés correctement, encore faut-il y répondre. Pour cela, le binôme conseiller de synthèse-stagiaire spécialiste paraît une bonne solution. Le souci d'informer les autres producteurs doit être constamment présent.

Le besoin est grand... et urgent de spécialistes qui connaissent bien les problèmes économiques et soient animés d'un bon esprit d'analyse et de synthèse, qui s'adaptent rapidement à un milieu donné, qui soient dénués d'esprit doctrinaire, qui aient une grande expérience concrète des problèmes de commercialisation, qui possèdent un bon carnet d'adresses permettant de recourir à des spécialistes de tel ou tel problème particulier.

Le besoin est grand aussi de trouver des sources de financement pour des actions de ce type qui doivent forcément aboutir à une meilleure organisation économique de la production.

Quelques suggestions

Les remarques qui précèdent amènent à suggérer quelques directions possibles pour les efforts à entreprendre.

Un contenu adapté aux besoins

Les moyens d'information de masse (périodiques généraux et presse de mouvements, syndicats et partis ; organes spécialisés par produits, par sujets ou par zones ; publications et documentation à périodicité variable des organismes professionnels et des administrations) sont extrêmement nombreux ; on compte plus de quatre cents titres uniquement pour la deuxième catégorie. Bien que les fonctions assurées par ces différents types de publications soient diverses et souvent complémentaires les unes des autres, on reste un peu confondu devant le problème que doit poser cet état de fait aux agriculteurs et aux « relais ».

Compte tenu des moyens matériels dont ceux-ci peuvent disposer, on ne peut s'empêcher de souhaiter que la fonction de regroupement et de synthèse déjà assurée par certains organes ou organisations soit développée davantage, notamment au niveau régional.

Une analyse de contenu un peu exigeante montrerait sans doute que si les informations économiques imprimées sont importantes en quantité, tous les services ressentis par l'agriculteur ne trouvent pas pour autant une satisfaction facile et complète.

Une telle recherche représente déjà en soi un travail non négligeable ; mais ses résultats seraient vraisemblablement fort instructifs, ne serait-ce que du point de vue des améliorations à apporter au contenu pour rendre ce dernier plus adapté aux besoins.

Une forme plus efficace

Une analyse de la forme (langage, présentation, illustration, style...) montrerait également les progrès qu'il doit être possible de réaliser dans ce domaine. Bien que l'informateur ne puisse pas se substituer au formateur, quels que soient le rôle joué par le relai et l'effort d'adaptation du lecteur aux formes choisies par le rédacteur, il est vraisemblable que l'efficacité des messages actuels pourrait être augmentée si les émetteurs étaient mieux préparés à leur rôle, ou plus désireux de s'adapter aux conditions psychologiques de la réception.

Le rôle de l'information orale

Mais quel que soit le rôle que doit jouer l'information écrite (puisque certaines organisations utilisent assez largement le moyen de la réponse postale aux lettres individuelles de lecteurs comme complément à l'information imprimée), l'information orale lui reste supérieure, au moins à certains stades de la préparation des décisions des agriculteurs ou lorsqu'on rencontre une attitude générale de résistance ayant une origine locale. De toute manière l'information orale permettra toujours de renforcer l'efficacité de l'imprimé, ne serait-ce qu'en faisant prendre conscience aux intéressés de l'utilité qu'il présente pour eux.

Le petit groupe

Dans tous les cas où il y a contact direct entre l'informateur — ou son relai — et l'agriculteur, la situation du groupe restreint semble devoir être préférée à l'assemblée nombreuse et même généralement à l'individu isolé, sauf dans certains cas où la personne ne veut exposer son problème devant des tiers. Depuis plusieurs années, les meilleurs spécialistes de la diffusion technique ont fait admettre que l'action ne doit pas être conçue et menée dans le cadre de relations individuelles avec un nombre nécessairement restreint d'exploitants dynamiques. C'est au travers de groupes de cultivateurs, appartenant généralement à des hameaux et des communes différentes d'une même petite région que le vulgarisateur joue son meilleur rôle. Il n'y a aucune raison pour qu'il en soit autrement en matière d'information économique.

L'expérience des Centres d'études techniques agricoles rejoint curieusement les enseignements des recherches psychosociologiques d'un Lewin. Il s'agit pour le cultivateur d'une nouvelle forme de participation à la vie sociale : elle lui permet de prendre plus facilement son autonomie par rapport aux modèles culturels de la communauté locale devenus caduques. Ainsi, il échappe aux pressions de l'ancienne société, et découvre au sein de ce nouveau groupe de *collègues* (et non plus de voisins) les nouveaux modèles de comportement. Il s'agit aussi d'augmenter l'indépendance intellectuelle, le sens critique, la créativité, tout en découvrant, ou en redécouvrant, des principes coopératifs à partir desquels pourront surgir de nouvelles formes d'association (CUMA par exemple). Enfin, l'agriculteur percevra mieux la réalité de la profession sur le plan national grâce aux règles de fonctionnement de la FNCETA et au système de services et de devoirs auxquels l'institution le lie. Il établit aussi de nouvelles formes de relation avec le technicien. Rémunéré par le groupe (dans le cas de CETA), le statut de ce dernier apparaît comme assez complexe : supérieur aux membres du groupe par ses connaissances techniques, mais dépourvu de pouvoir de décision, bien qu'il prenne directement en charge certaines opérations techniques, son efficacité pédagogique tient dans son aptitude à faciliter le développement du groupe.

Les moyens audio-visuels

Le travail en groupe permet à l'agriculteur de passer de la position d'auditeur passif à celle de « participant », de membre actif de la discussion. La même question se pose avec les moyens audio-visuels. J. Dumazedier avait organisé naguère un réseau de Télé-clubs dans l'Aisne pour tester les effets d'une série d'émissions destinées aux agriculteurs. Chaque émission captée en situation de groupe était suivie d'une discussion libre conduite par un animateur local spécialement préparé. Cette expérience, qui présente les caractéristiques de la « recherche-action », n'a pas suscité de nouveaux efforts. On ne peut s'empêcher d'être étonné que la création d'une deuxième chaîne n'ait pas permis de mettre au service des agriculteurs, une ou deux fois par semaine, un moyen d'information dont chacun reconnaît la puissance.

Il reste aussi à développer les moyens plus modestes de l'image, de la vue fixe ou du film que certaines organisations ont commencé à utiliser dans leurs actions de vulgarisations économiques.

La formation des formateurs

L'amélioration de l'information économique passe aussi par le perfectionnement des informateurs-relais ; certaines organisations (AFPA, CNCA, IFOCAP, CNJA, ANMER, INPAR, etc...) ont fait

dans ce domaine un effort déjà important. Les pouvoirs publics travaillent également aux problèmes de formation pédagogique et psychosociologique des futurs relais de l'information économique. L'investissement à réaliser demeure encore très important par rapport à celui que l'industrie a déjà su réaliser. Le développement d'actions de ce genre ne passe pas seulement, par la multiplication de sessions de formation, pour savoir animer des groupes ou conduire des discussions. Il suppose à la fois la poursuite de recherches nouvelles et la formation des formateurs.

Il existe maintenant un Institut National pour la formation des Adultes qui a surtout, semble-t-il, pour souci de répondre aux besoins des secteurs secondaire et tertiaire. Robert Salmon proposait la

création d'un Institut National d'information économique ayant une vocation d'étude, d'enseignement et d'action.

Le lieu où des recherches comme celles qui ont été évoquées ici rapidement pourraient être conduites et qui serait d'autre part un centre de réflexion, de coordination et un inducteur d'actions n'est sans doute pas indifférent — pas plus que les conditions de fonctionnement, les modalités de financement, les caractéristiques juridiques de l'institution. Notons simplement qu'un tel organisme serait à plus ou moins long terme un moyen de réduire le gaspillage en augmentant l'efficacité de l'information économique. Il devrait œuvrer en faveur de l'objectivité de cette dernière. C'est là un aspect du problème que nous avons seulement effleuré.