

ANALYSER LE FONCTIONNEMENT DE MON GROUPE SUR LES MEDIAS SOCIAUX

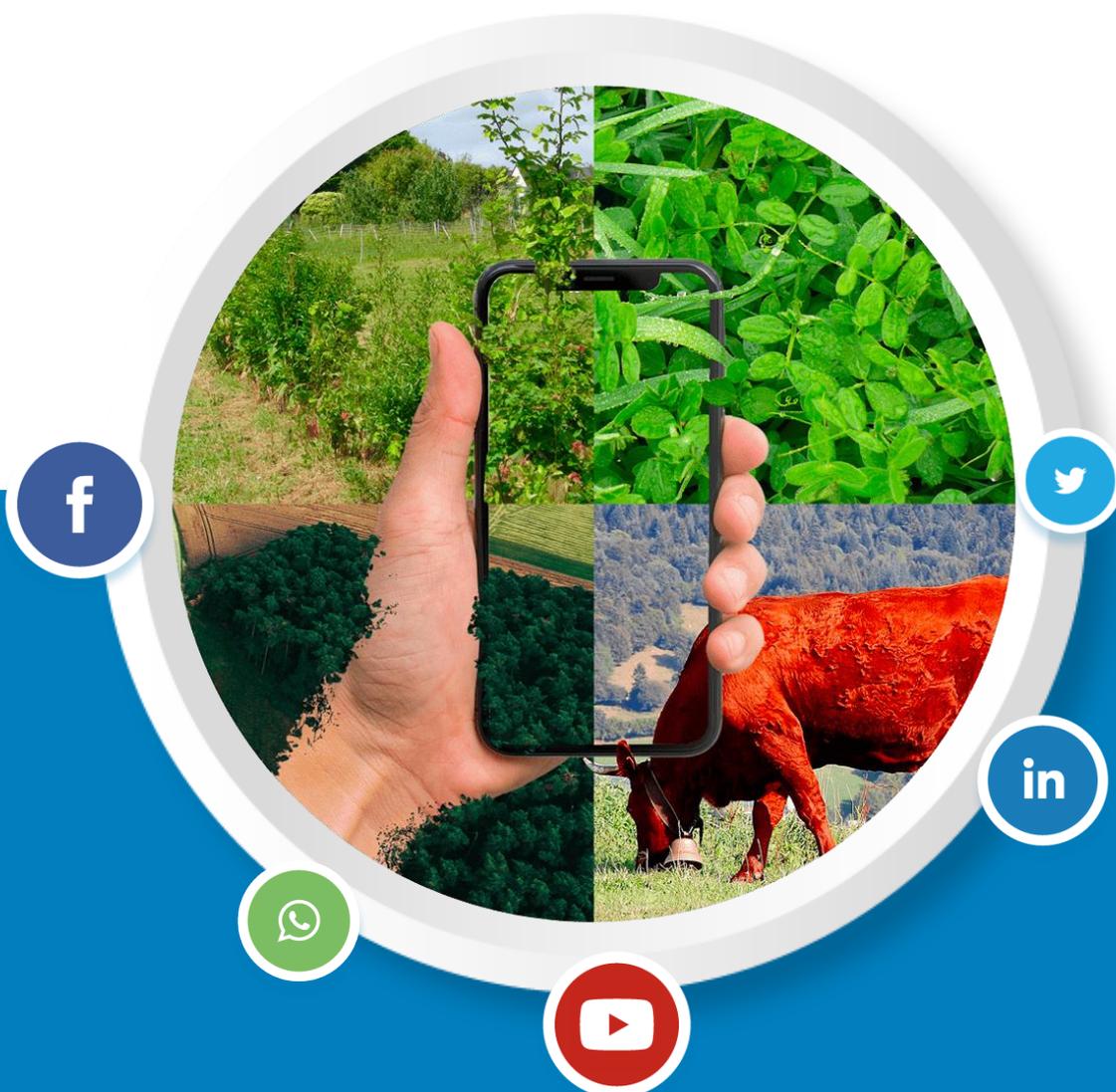
FICHE METHODOLOGIQUE

Avec
la contribution
financière du compte
d'affectation spéciale
développement
agricole et rural
CASDAR



**MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE L'ALIMENTATION**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



SOMMAIRE

Un démarche, des outils et des niveaux d'exploration variés	2
Trois niveaux d'exploration.....	2
■ survol : 0,5 jour	2
■ rapide et efficace : 1,5 jours	2
■ explorateur : 4 à 5 jours	2
Combiner les niveaux dans le temps	3
Un niveau d'exploration à adapter en fonction de l'évolution des besoins.....	3
Votre boîte à outils : qu'y trouve-t-on ?	3
L'outil "triangle du système d'activité"	3
L'outil de collecte et d'analyse du fil de conversation.....	4
L'outil d'enquête pour collecter des informations sur les membres du groupe.....	6
Annexes.....	8
Annexe 1 : trame vide « triangle du système d'activité »	8
Annexe 2 : méthode pour collecter et analyser les données du fil de conversation	9
Annexe 3 : méthode d'enquête et d'analyse pour comprendre les usages individuels du média social.....	13

POURQUOI ANALYSER LE FONCTIONNEMENT DE MON GROUPE SUR LES MEDIAS SOCIAUX

Vous êtes agriculteur ou conseiller, vous animez un collectif en présentiel et vous utilisez depuis un certain temps un ou plusieurs médias sociaux numériques pour compléter cette animation en distanciel.

Vous rencontrez des difficultés à impliquer les membres du groupe dans les échanges.

Mon groupe est peu actif sur le média social : quel est le problème ? Les échanges semblent aux mains d'une poignée de participants : comment les équilibrer ?

Vous vous demandez à quoi servent exactement ces échanges, en quoi ils sont utiles et comment ils favorisent la transition agroécologique

Qu'est-ce que les membres de mon groupe retirent de l'usage de ce média social ? Est-ce le bon outil ? A quoi leur sert-il exactement ? Comment optimiser cet usage pour favoriser la transition agroécologique de mon groupe ?

Le projet Agor@gri vous propose ici une démarche d'analyse qui vous permettra, à travers la caractérisation de votre groupe, de l'infrastructure numérique utilisée et de la manière dont votre groupe s'approprie ces outils numériques, **d'identifier une ou plusieurs pistes d'actions pour améliorer l'usage des médias sociaux** en faveur de la transition agroécologique.

Le + : cette démarche d'analyse est aussi un bon outil pour produire des livrables à destination des financeurs.

BESOIN D'ETRE CONVAINCU ? REGARDEZ [les vidéos témoignages](#) DE DEUX ANIMATRICES : CAROLINE EN NORMANDIE ET CHRISTINE EN DORDOGNE.

UNE DEMARCHE, DES OUTILS ET DES NIVEAUX D'EXPLORATION VARIES

Selon le temps que vous avez à consacrer à ce travail, vous avez la possibilité d'utiliser un, ou plusieurs outils que nous mettons à votre disposition. Vous constaterez également que pour chaque outil, vous avez la possibilité d'explorer les données en profondeur ou d'aller à l'essentiel.

TROIS NIVEAUX D'EXPLORATION

■ *Survol : 0,5 jour*

Le « survol » ne vous permettra pas réellement de comprendre le fonctionnement de votre groupe et l'usage qu'il fait du média social. Néanmoins, remplir l'**outil « triangle du système d'activité »** en vous appuyant sur vos connaissances du groupe et de sa dynamique, vous permettra probablement d'identifier des pistes d'amélioration.

■ *Rapide et efficace : 1,5 jours*

Comme pour le survol, vous utilisez l'outil « triangle du système d'activité » pour représenter le média social et les usages du groupe. Cependant, pour remplir ce schéma, vous vous appuyez sur vos connaissances et sur **des données extraites du fil de conversation dans l'outil numérique utilisé**. Ces données et la connaissance que vous avez de votre groupe vous permettront d'identifier les rôles de chacun, la dynamique des échanges, de caractériser les contenus échangés et la manière dont ils contribuent à la TAE.

■ *Explorateur : 4 à 5 jours*

En plus des deux étapes citées précédemment, vous réalisez des entretiens individuels auprès des membres de votre groupe. L'ensemble de ces données vous permettront d'identifier de manière fine les rôles de chacun, la dynamique des échanges, de caractériser les contenus échangés et la manière dont ils contribuent à la TAE



Ces trois niveaux ne s'excluent pas

COMBINER LES NIVEAUX DANS LE TEMPS

Vous pouvez démarrer la première année par une analyse “rapide et efficace” et vous fixer d’avoir réalisé une analyse “en mode explorateur” d’ici 3 ans.

UN NIVEAU D’EXPLORATION A ADAPTER EN FONCTION DE L’EVOLUTION DES BESOINS

Avec le temps, les besoins des membres du groupe évoluent. Souvent repliés sur eux-mêmes au début, les membres du groupe souhaitent surtout échanger entre eux, mieux se connaître, consolider leur dynamique de groupe et améliorer leurs pratiques. Puis au bout de quelques années et plusieurs réussites, le groupe a envie de communiquer “à l’extérieur”, de faire savoir ce qu’il fait et comment. Dans le premier cas, une analyse “rapide et efficace” pourra suffire alors que dans le deuxième, il faudra peut-être s’aventurer dans l’exploration.

VOTRE BOITE A OUTILS : QU'Y TROUVE-T-ON ?

L’OUTIL “TRIANGLE DU SYSTEME D’ACTIVITE”

	Objectif	Synthétiser vos données et représenter schématiquement l’usage du MS
	Facilité d’utilisation	Moyen (nécessite de comprendre le triangle du système d’activités)
	Durée nécessaire	2 heures

Analyser le fonctionnement de son groupe et la manière dont l’usage des média-sociaux favorise la transition agroécologique (TAE) suppose d’adopter une approche systémique, regardant à la fois 1) les individus de manière isolée, mais aussi 2) la communauté, le groupe dans son ensemble, ainsi que 3) l’outil utilisé et ses fonctionnalités. C’est en effet bien dans l’interaction entre ces trois pôles : interface, communauté, individus, que se construisent les usages d’un média social par le collectif et que seront rendus possibles - ou pas - certains apprentissages pour la transition agroécologique.

Dans cette optique d'approche systémique, le projet Agor@gri a élaboré un modèle appelé "le système d'activité" permettant de schématiser de manière simultanée les interactions entre ces trois dimensions - individu, communauté, outil numérique - et de comprendre en quoi ces interactions favorisent la TAE. Pour en savoir plus sur le modèle "système d'activité", [consultez la page "Triangle du système d'activités"](#).

La démarche proposée vise à **recueillir des données pour chacun de ces 6 blocs** (communautés, individus, objets, règles, organisation du travail et rôles, infrastructures et communautés) de manière à comprendre comment les interactions entre ces 6 blocs favorisent - ou pas - la TAE.

Une trame vide vous est fournie sous format PPT et en **annexe 1** de ce document.

BESOIN DE VOIR LES SCHEMAS PRODUITS PAR LES CAS D'ETUDE ? [Cliquez ici](#) POUR VISUALISER LES SCHEMAS REALISES PAR 3 CONSEILLERS - ANIMATEURS DE GROUPE.

L'OUTIL DE COLLECTE ET D'ANALYSE DU FIL DE CONVERSATION

	Objectif	Analyse la dynamique des échanges en ligne
	Facilité d'utilisation	Moyen (nécessite d'être à l'aise un minimum avec le téléchargement de logiciel et la manipulation d'Excel)
	Durée nécessaire	4 à 8 heures

Cette étape est indispensable pour analyser la dynamique d'échanges en ligne au sein du groupe. Elle vous permettra :

- **d'identifier le type de format des contenus partagés** (texte, vidéo, photo, lien url) et la thématique des contenus échangés (thème agronomique, économique, etc.). Elle pourra aussi vous permettre de qualifier les intentions sous-jacentes à chaque partage de contenu (pour porter à connaissance, pour questionner le groupe, pour obtenir une réponse à sa problématique individuelle, etc.).

- **de caractériser l'implication de chaque membre dans les échanges** (rôle de co-animateur, de contributeur actif, de lurker) et d'analyser comment se distribuent les échanges entre les membres et avec l'animateur dans le temps, et dans l'espace (lien avec les réunions en présentiel et les rôles endossés usuellement en présentiel)

Cette étape est indispensable, mais là encore, **vous pouvez l'utiliser à différents niveaux d'exploration**

- **regarder uniquement la distribution des échanges "en ligne"** au sein du groupe (entre les membres et dans le temps) : nombre de contenus partagés par jour et par personne, pourcentage des différents formats partagés (photo, vidéo, émoji, lien url, texte), pendularité des échanges sur la journée, la semaine, l'année.

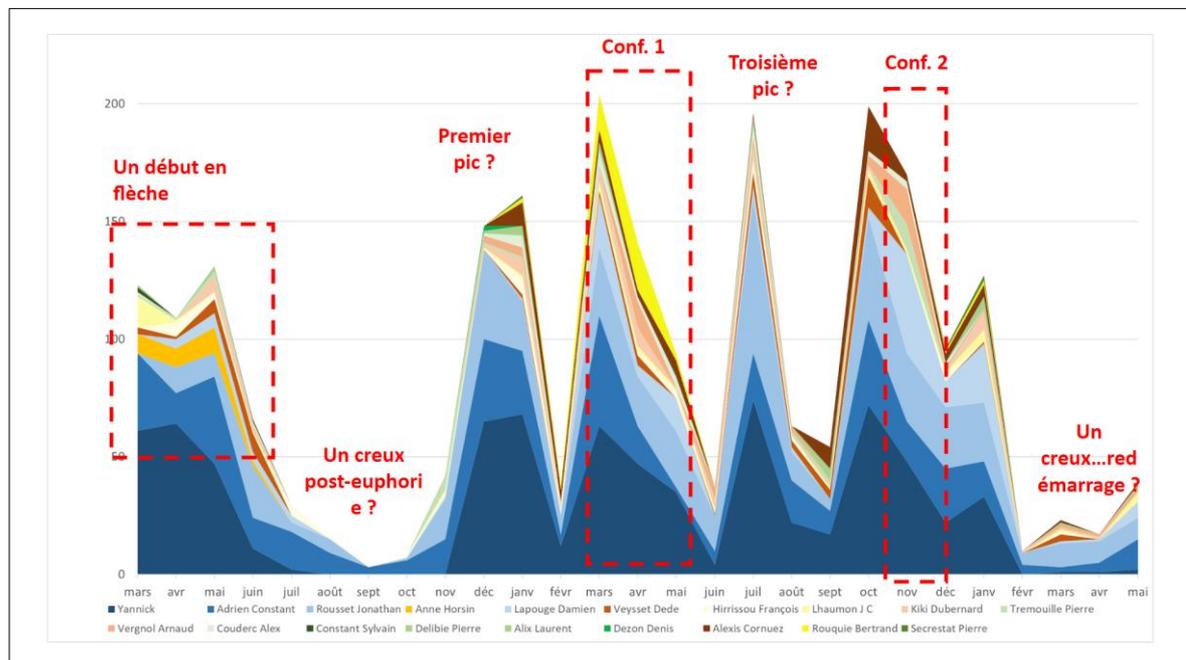


Figure 1: nombre de contenus postés par personne et par mois depuis la naissance du média social dans le groupe (exemple issu d'un cas d'étude)

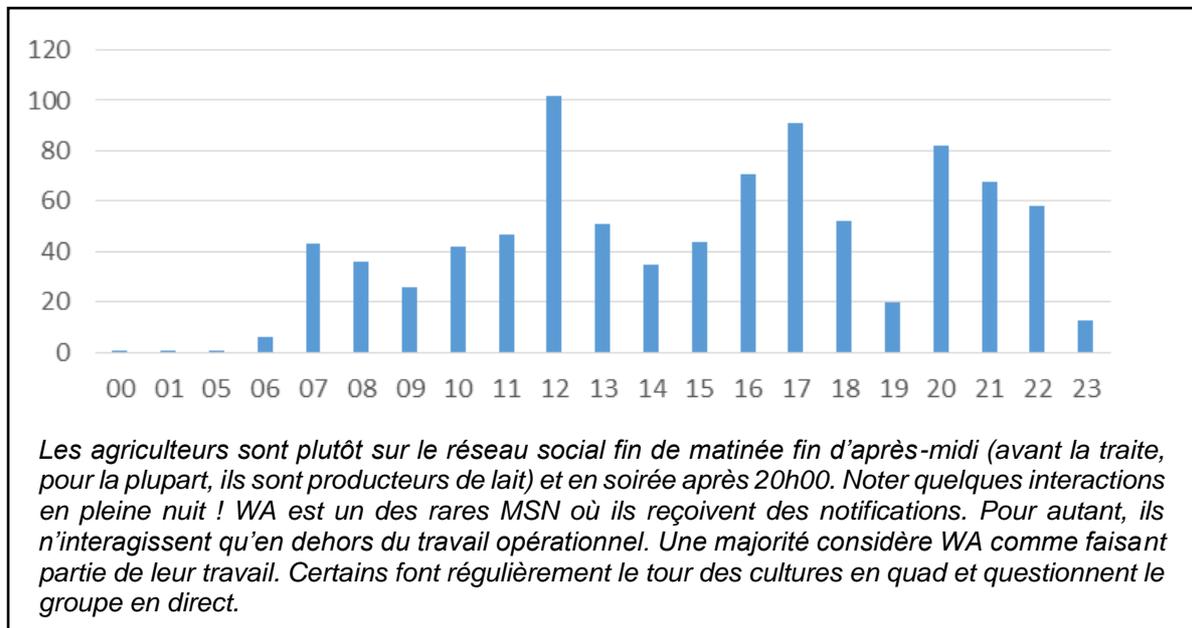


Figure 2: Pendularité des échanges pendant la journée (nombre de messages échangés par jour), exemple issu d'un cas d'étude

- **regarder plus finement** l'intention sous-jacente à chaque partage de contenu, et le lien entre les échanges en ligne et les échanges en présentiel

Voir la méthode **en annexe 2**

L'OUTIL D'ENQUETE POUR COLLECTER DES INFORMATIONS SUR LES MEMBRES DU GROUPE

	Objectif	Comprendre les usages individuels des médias sociaux
	Facilité d'utilisation	Facile (nécessite de savoir mener un entretien et prendre des notes)
	Durée nécessaire	1 heure par entretien - à réaliser de préférence avec au moins 5 membres du groupe aux profils différents (animateur, contributeur, lurker) - 4 heures d'analyse des résultats

Cette étape vous permettra réellement de comprendre le fonctionnement de votre collectif : les aspirations et attentes de chacun, les rapports différents que chacun entretient avec l'agroécologie, avec l'usage du numérique, avec le savoir et la relation de

conseil, avec la communauté. Grâce à cette analyse, vous serez capable d'identifier de manière précise des leviers d'action pour améliorer l'usage des médias sociaux en faveur de la transition agroécologique.

Cette étape vous permet d'explorer les choses en profondeur, **mais vous pouvez l'utiliser à différents niveaux d'exploration et de différentes manières** :

- vous pouvez raccourcir le temps d'entretien ou au contraire le rallonger pour explorer certaines dimensions,
- vous pouvez transcrire les entretiens pour analyser vos données ou simplement utiliser votre prise de notes,
- vous pouvez analyser la matière de vos entretiens de manière intuitive ou sur base de la grille d'analyse fournie,
- vous pouvez réaliser 3 à 15 entretiens.

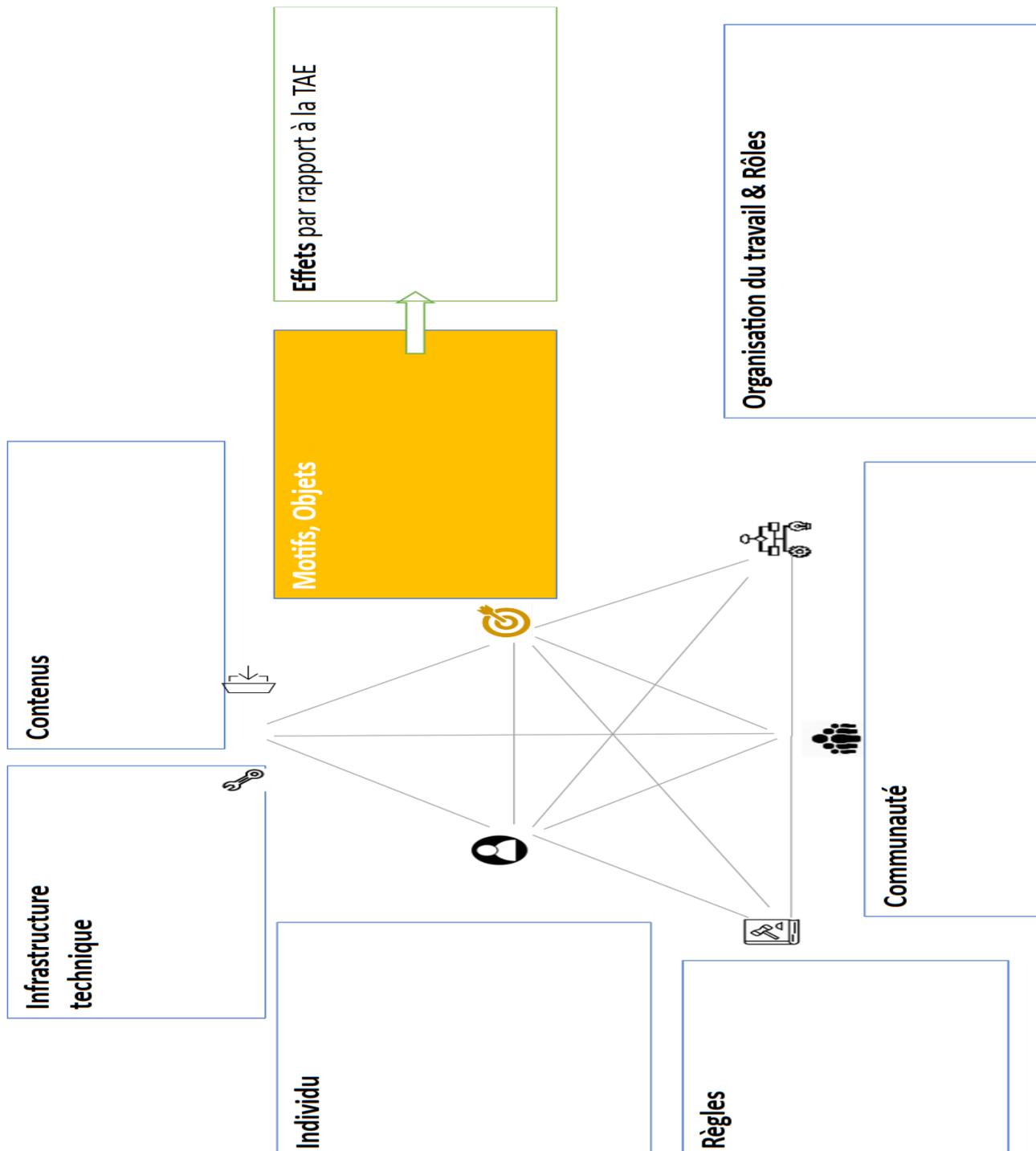
Voir la méthode **en annexe 3**

ALORS VOUS ETES PRETS ?

N'HESITEZ PAS A PARTAGER VOS PRODUCTIONS EN ENVOYANT LES RESULTATS DE VOTRE ANALYSE ET VOS QUESTIONS VIA L'ONGLET « [Contactez-nous](#) »

ANNEXES

ANNEXE 1 : TRAME VIDE « TRIANGLE DU SYSTEME D'ACTIVITE »



ANNEXE 2 : METHODE POUR COLLECTER ET ANALYSER LES DONNEES DU FIL DE CONVERSATION

>COLLECTER LES DONNEES BRUTES

Plusieurs outils existent sous forme gratuite ou payante pour analyser les communautés d'échange. Si votre groupe utilise WhatsApp, le projet Agor@gri **met à votre disposition un tutoriel spécifique** pour extraire et analyser les données de votre groupe WhatsApp. Pour en savoir plus, consultez le tutoriel extraction d'un fil WhatsApp.

Parmi les autres outils pouvant être utilisés, le projet Agor@gri a repéré les deux suivantes :

- NVIVO : Nvivo et l'outil Ncapture permettent de télécharger les données des communautés Facebook, Twitter, et YouTube à condition d'avoir des droits administrateurs sur ces communautés. Ncapture et NVIVO permettent de structurer les données dans un format pertinent (ex : Publication Facebook>Commentaire>sous-commentaire) pour effectuer des traitements quali-quantitatifs. Sans droit d'administrateurs, Ncapture réalise une capture au format PDF, à partir de laquelle il faut « coder » les données, c'est-à-dire reconstituer l'architecture, indiquer au logiciel où se trouvent les pseudos, etc.
- GEPHY : Gephy est un outil d'analyse de réseaux, qui permet de réaliser des sociogrammes à partir de bases de données. Il faut que les données contiennent des liens explicites entre acteurs (ex : A commente le message de B, C est ami de D, E est membre du groupe Z, etc.). Gephy permet d'avoir une représentation visuelle du réseau, avec différents traitements qui permettent de mettre en évidence les centralités de certains acteurs, ou des clusters qui pourraient être des groupes.
- Les interfaces administrateur des plateformes généralistes : Dans certains espaces (de page/groupe Facebook, de compte WhatsApp pro, Twitter entreprise,

etc.), le compte administrateur comporte souvent une interface particulière. Cette interface administrateur nous donne à la fois de la matière sur ce qui est attendu de ce genre d'espace, des synthèses de données sur le cas, et parfois des possibilités d'extraction de données brutes.

TRANSCRIRE LES DONNEES

Les données issues du fil de conversation devront subir un traitement plus ou moins long selon la profondeur que vous souhaitez donner à votre analyse. Il vous faudra a minima **coder ces données pour identifier les différents auteurs, identifier le format de contenu échangé** (photo, vidéo, texte, lien url, émoticone-gif) et **la thématique** du contenu (à vous de catégoriser ces thématiques en lien avec la TAE selon les objets d'échange du groupe).

Pour aller plus loin, vous pouvez également coder les contributions selon l'objectif ou le sens de la contribution : 1) pour modérer, pour cadrer les échanges ; 2) pour inciter à effectuer des tâches ; 3) pour relayer - transmettre de l'information ; 4) pour poser une question sur son cas personnel - demander conseil ; 5) pour étayer l'enquête, approfondir une question technique par le lancement d'un raisonnement agronomique au-delà de l'échelle de l'exploitation, 6) pour donner un conseil "personnel" sans mobiliser un raisonnement agronomique collectif ; 7) pour célébrer, s'enthousiasmer ou inversement (réponses émotions).

Cette catégorisation peut être complétée par d'autres libellés selon les échanges réalisés au sein de votre groupe.

ANALYSER LES DONNEES EXTRAITES DU MEDIA SOCIAL

Vous pouvez analyser vos données et représenter de manière graphique les éléments suivants :

- **Le nombre d'échanges totaux et l'évolution quantitative des échanges** (par jour/semaine/mois) au fil du temps. *Par exemple, sur 2 à 3 ans, il peut apparaître*

des périodes où les échanges sont plus ou moins intenses (quantité de messages échangés). Cette donnée pourra être comparée aux moments de rencontres « IRL » du groupe et au contexte (saison, confinement...) pour éventuellement déceler des corrélations.

- **Le nombre de messages/interactions par personne et leur proportion.** Il peut être intéressant d'identifier les personnes qui échangent plus ou moins via l'outil numérique. Ces personnes ne sont pas toujours les mêmes que lors des rencontres « physiques » et leurs « rôles » peuvent être différents. L'animateur pourra là aussi compléter l'analyse par les entretiens (avec ceux qui sont peu présents sur le MS par exemple) pour connaître les raisons de cette situation (distance du numérique / intéressé mais réservé / pas intéressé, etc.)
- **La pendularité (annuelle, hebdomadaire, journalière) :** Identifier les saisons, les jours ou les heures auxquelles les membres du groupe interagissent le plus pourra vous permettre d'envoyer des informations/messages au moment où ils ont le plus de chances d'être lus et « intégrés » (réponses, réactions).
- **Les types de contenus échangés et leurs proportions** (texte / vidéos / photos / liens hypertextes / émojis) : cette information peut être utile pour savoir à quels types de contenus le groupe est le plus réceptif. Dans le cadre de la TAE, la diversité des contenus peut répondre à différents objectifs (information, échanges de « bonnes pratiques », « célébration » des réussites, partage des questions...).
- **Les contenus des échanges :** selon le système de codage que vous avez adopté, vous pourrez analyser plus finement le contenu des échanges : le thème, l'émotion contenue dans l'emoji, l'objectif et le sens de la contribution, etc.

Vous pouvez à la lumière de ces représentations vous poser plusieurs questions. Par exemple :

- Une photo est-elle partagée pour montrer que l'on fait "comme le groupe", pour illustrer une problématique technique sur laquelle on sollicite le groupe pour identifier des solutions ?
- Une question est-elle posée par un agriculteur pour avoir une réponse directe à sa problématique, ou dans l'objectif de faire réfléchir l'ensemble du groupe à une question agronomique, ouvrant ainsi un échange "de fond" sur le fonctionnement du système agroécologique ?
- Quel est le lien avec les échanges sur le média social et les réunions en présentiel ? Les réunions en présentiel nourrissent-elles les échanges a posteriori et si oui, sous quelle forme ? Les échanges en distanciel et les questions qui s'y posent sont-elles retraitées en présentiel ?

COMME VOUS LE COMPRENEZ, CES DONNEES SONT UNE MINE D'INFORMATIONS INCROYABLES. A VOUS D'ADAPTER L'ANALYSE EN FONCTION DE CE QUE VOUS EN ATTENDEZ !

ANNEXE 3 : METHODE D'ENQUETE ET D'ANALYSE POUR COMPRENDRE LES USAGES INDIVIDUELS DU MEDIA SOCIAL

COLLECTER LES DONNEES BRUTES A TRAVERS DES ENTRETIENS INDIVIDUELS

Une fois le nombre et le type de personnes à enquêter déterminés, vous pourrez organiser une série d'entretiens. Pour conduire vos entretiens, vous pourrez vous appuyer **sur la trame d'entretien élaborée** par le projet Agor@gri. En suivant cette trame, un entretien peut durer **entre 30 et 60 minutes** par personne enquêtée. Vous pourrez prendre des notes directement dans la trame d'entretien ou à part.

ANALYSER DES DONNEES ISSUES DES ENTRETIENS

L'objectif de l'analyse des enquêtes individuelles est de comprendre comment les individus, les usagers pris individuellement, se perçoivent ou se situent vis-à-vis de la communauté à laquelle ils appartiennent, et vis à vis de l'outil qu'ils sont amenés à utiliser. La manière dont ils se situent individuellement par rapport au groupe ou par rapport à l'outil conditionne en effet l'usage qu'ils ont du média social, et impacte donc les apprentissages qu'ils peuvent retirer de cet usage.

Grille d'entretien

Brief d'introduction : Vous êtes membres du collectif XXX que j'anime et auquel vous participez notamment à travers les échanges en ligne. Aujourd'hui, je souhaiterais faire le point sur l'usage du média social que nous avons mis en place en XXX. L'objectif est pour moi de mieux comprendre ce qu'il apporte au groupe et comment nous pourrions **l'améliorer**. Dans cet entretien, je vais essayer de comprendre comment vous vous appropriez ce média social, tout en le situant dans votre expérience, c'est-à-dire votre conception de l'agriculture, votre utilisation des médias sociaux en général, votre articulation vie pro/ vie perso, vos valeurs, vos motivations, etc.

- **Définition média social**
- **Définition transition agroécologique**

1 - MISE EN CONTEXTE

- **Histoire de vie** (objectif : identifier les motivations) Pouvez-vous me raconter votre parcours professionnel / dans le monde agricole voire hors agriculture ?
Relances : Comment ce média social est-il arrivé dans votre activité professionnelle ? A partir de quand sont entrés en jeu les médias sociaux ? Motivations au fil de l'histoire de vie ? Rapport à l'agroécologie ? Périmètre d'utilisation des MS : perso vs pro ?
- **Temporalité** : J'aimerais comprendre comment s'organise votre travail/journée. Y'a-t-il un pas-de-temps qui marque particulièrement votre activité ?
Exemple : saisonnalité de la production, rythme production/commercialisation, rythme des rencontres du groupe, etc.
 - Est-ce que le média social crée une temporalité différente dans le travail ? Déplace-t-il les frontières du temps de travail ?
 - Quelles sont les autres activités qui vous occupent le plus ? exemple : maison, famille, hobbies

2 - RAPPORT A L'AGRICULTURE ET A L'AGROECOLOGIE

- **Pour vous c'est quoi être agriculteur ?**
- **Qui attend quoi de votre travail ?** et lesquelles de ces attentes vous guident le plus ? Y'a-t-il des décalages d'attentes avec certains interlocuteurs ? Votre entourage ? Comment les gérez-vous ?
Exemple : homologues agriculteurs, société civile et citoyens, enseignement agricole, les OPA, élus-collectivités...
- **Quel type de pratiques agricoles cherchez-vous à mettre en place ?**
- Qu'est-ce que vous avez **déjà mis en place** (si en cours de TAE)
- Qu'est-ce **qui vous manque** pour vous lancer ?

- Avez-vous rencontré **des échecs** (comment les gérez-vous) ?

3 - RAPPORT AUX GROUPES, A LA COMMUNAUTE

- **Quelle la place des collectifs** (de pairs, d'agriculteurs, ou autres) dans votre travail, à quoi servent-ils ?
 - Pouvez-vous me présenter les différents groupes dont vous faites partie ?
 - Y'a-t-il des groupes ou communautés dont vous cherchez à rester éloigné ?
- **Qu'est ce vous apporte la communauté et qu'est ce vous apportez à la communauté** ? Est-ce que vous vous sentez membre de cette communauté ?
- Est-ce que vous vous **sentez à l'aise dans notre groupe** ? Qu'est-ce que vous vous donnez le droit d'y faire ou pas ?

4 - RAPPORT AU SAVOIR

- **Où est-ce que vous allez chercher de l'information** ? Quelles ressources pouvez-vous mobiliser pour vous former ?

Relances : tour de plaine, formation en salle, facilitation de l'entraide, réponse aux questions

- Le MSN (média social numérique) est-il une ressource ? En quoi c'est une ressource ? Comment y contribue-t-il ?
- Utilisez-vous d'autres MSN que celui utilisé dans notre collectif ? Pourquoi ? Comment naviguez-vous entre eux ?
- Pour vous quelle est la plus-value du MSN utilisé dans notre groupe ?
- Qu'est-ce qui vous manque le plus pour faire ce que vous avez à faire ?

5 - RAPPORT AUX MEDIAS SOCIAUX

- Pouvez-vous faire **un tour d'horizon des outils numériques** ?

Exemple : réseaux sociaux (FB TW, etc.), plateformes de formation collaborative (Moocs, LMS, etc.), petites annonces, plateformes de veille sanitaire, Chaîne Mail (mails associés à des google groups ou yahoo groups)

- Comment est-ce que vous **gérez vos identités** (anonymes ou pas) sur ces différents médias ?
 - Confidentialité VS Publicité
 - Notifications (fait d'être alertés ou non)
- Parlez-moi du groupe auquel vous appartenez
- Faites-vous partie **d'autres groupes** dans votre activité ?
- Qu'est-ce qui vous a intéressé sur le fil, quels sont les derniers messages marquants pour vous ?

- Peut-être disposer d'une grille de questionnement de type...

6 - REGLES

- Internes au MSN
 - Qu'est-ce qu'on a le droit d'y faire ou pas ? Comment ça fonctionne ? Qui a le droit de dire quoi ? Quels sont les rôles ?
 - Codes, us et coutumes, etc
- Famille
 - Règles de séparation vie pro/vie perso

Trame de restitution

Nom de la personne enquêtée	
Contexte historique, contexte de vie	Histoire de vie
	Temporalité
Rapport à la transition agroécologique	
Rapport aux médias sociaux	
Rapport au savoir et à la relation au conseil	
Rapport à la communauté	

Systeme de règles (formelles et informelles)	
Représentation de l'organisation du travail	