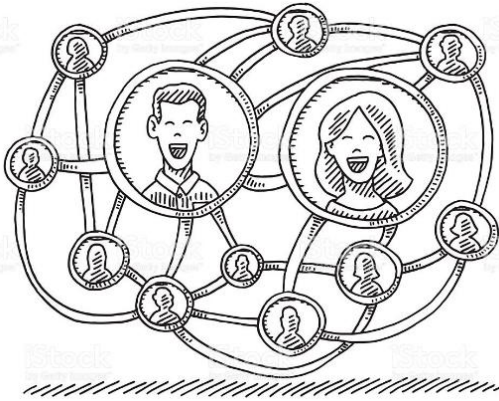


Méthode simplifiée pour illustrer votre réseau



L'analyse de réseaux sociaux permet, entre autres, d'avoir un portrait :

- 1) Des **ressources** et **expertises** présentes au sein d'une communauté
- 2) Des **acteurs influents** sur un territoire donné (leader d'opinion, gardien d'information, etc.)
- 3) Des **acteurs à prioriser** en ce qui concerne la diffusion d'information, le développement de partenariat ou l'implication à un projet.

Activité

Avec le médium que vous souhaitez (papier, Légo, ficelles, etc.), réalisez le réseau de l'organisation soit seul, avec vos collègues ou avec vos parties prenantes.

Étape	Tâche
1	Identifier votre objectif ou un élément à approfondir. Autrement dit, ce que vous aimeriez apprendre grâce à la réalisation de votre réseau. C'est votre question centrale! Par exemple: <ul style="list-style-type: none">- Quels sont les acteurs influents dans la communauté?- Qui devons-nous mobiliser?- Quelles sont les ressources disponibles?
2	Faire la liste de tous les acteurs significatifs par rapport à cet objectif, un projet, la mission de votre organisation ou tous les acteurs présents sur le territoire desservi. Choisir les attributs pertinents pour répondre à votre objectif. Par exemple: <ul style="list-style-type: none">- Genre, scolarité, domaine d'intervention, adoptant/ non-adoptant, participation à un projet, ressources disponibles, etc. Déterminer la légende de vos attributs et réaliser un tableau (matrice) contenant ces informations.
3	Déterminer et qualifier tous les types de relations pertinentes pour atteindre votre objectif. Par exemple: <ul style="list-style-type: none">- Collaboration, financement, diffusion d'information, connaissance, etc. À la mesure de votre connaissance, réaliser les réseaux des relations entre les personnes et/ou les organisations qui se trouvent dans votre environnement. Si vous désirez analyser plusieurs types de relation , déterminez-vous une légende de couleur.
4	Raffiner votre cartographie. Retourner à l'objectif initial afin de voir quels acteurs ou relations qui pourraient être ajoutés . À cette étape, il est peut-être intéressant d'impliquer vos collègues ou partenaires qui vous permettront de développer un portrait global du territoire. Si vous désirez, retranscrivez le réseau au propre et prenez une photo du résultat final pour des analyses ou discussions ultérieures.
5	On se questionne, analyse et récolte les réflexions collectives: <ul style="list-style-type: none">- Est-ce qu'il y a des éléments étonnants de cette représentation ? Pour approfondir vos réflexions, se rapporter aux questions de la page suivante. En fonction de votre objectif, refaire cet exercice après une période de temps déterminé afin d'illustrer l'évolution dans le temps du réseau.



Questions Cibles

Ce premier tableau est un aide-mémoire afin d'approfondir **les trois thématiques abordées** dans le cadre de l'atelier sur la cartographie sociale des parties prenantes. Pour chaque objectif, ciblez quelques **questions qui soient évocatrices** pour vous ou les membres de votre organisation! Les observations de vos relations visent à bonifier votre pratique terrain et non à remplacer vos façons de faire.

1. Diffuser & changer: Transmettre une information à une communauté ou favoriser l'adoption d'une innovation ou d'un comportement

Identifier les personnes ou organisations	Concepts réseaux	Interprétation du réseau pour orienter vos interventions
<ul style="list-style-type: none"> - Quel est l'objectif de votre projet? Quel est le message à transmettre, l'innovation à promouvoir? - À qui s'adresse le message? Qui sont les futurs adoptants/adoptantes? Avec qui entretiennent-ils des relations? Qui sont les acteurs influents pour ces personnes ou organisations? - Quelles sont les personnes et organisations présentes dans la communauté ou sur le territoire desservi? Quels sont les acteurs influents du territoire au niveau de la diffusion d'information? - Quelles organisations prônent le même message que vous? Ont-elles les mêmes objectifs? Les mêmes enjeux? Qui sont les <i>leaders</i> d'opinion dans ce domaine? - Qui sont les opposants à ce message? À ce nouveau comportement? Quelles sont les barrières à la diffusion et à l'innovation? 	<p>Types de relation à observer:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Connaissance 2) Influence 3) Échange d'information <p>Considérer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Position centrale ou intermédiaire des acteurs - Intensité de la relation (force des liens) - Zone de densité et sous-groupes - Absence de liens entre deux sous-groupes (trous structuraux) - Chemin de diffusion (adoptants/ non adoptants) - Évolution dans le temps 	<ul style="list-style-type: none"> - Qui sont les personnes ou organisations présentes dans les zones de densité? Quels sont les acteurs qui font le pont entre deux sous-groupes du réseau? - Où sont situés les alliés dans le réseau? Où sont situés les concurrents? Les opposants? Entretiennent-ils des relations entre eux? Forment-ils des sous-groupes? - Quels sont les acteurs centraux du réseau d'influence? Qui sont les intermédiaires? Quelles relations pouvez-vous créer pour renforcer la résilience du réseau ou créer des ponts entre les acteurs? - Qui sont les acteurs non-adoptantes dans la communauté? Quels acteurs ont une influence positive sur ces personnes ou organisations? À qui les personnes n'ayant pas effectué le changement font-elles confiance? - Qui devez-vous influencer pour diffuser votre message? Qui rejoindre et par qui? Quels sont les acteurs prioritaires ou à privilégier? - Quelles sont les relations inexistantes que j'aimerais développer? Quels acteurs entretiennent déjà des relations avec ces personnes ou organisations?



2. Collaborer: Développer des partenariats durables

Identifier les personnes ou organisations	Concepts réseaux	Interprétation du réseau pour orienter vos interventions
<ul style="list-style-type: none"> - Quel est l'objectif de votre projet? Quelles sont les organisations ou personnes qui partagent les mêmes objectifs ? Quels sont les acteurs qui détiennent une expertise pertinente pour votre projet ou votre mission? Avec qui aimeriez-vous collaborer? - Quelles sont les personnes et organisations présentes dans la communauté ou sur le territoire desservis? Quelles sont les ressources dont elles disposent? Quelles ressources ou expertises pouvez-vous offrir aux autres? - Quelles sont les ressources nécessaires (humaines, matérielles, financières, expertises) pour réaliser le projet? Qui a accès à ces ressources? Qui peut partager les ressources manquantes pour mon projet? 	<p>Types de relation à observer:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Collaboration 2) Influence 3) Confiance 4) Échange de ressource <p>Considérer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Position centrale ou intermédiaire des acteurs - Intensité de la relation (force des liens) - Zone de densité et homophilie - Relations multiples partagées entre acteurs (multiplicité) 	<ul style="list-style-type: none"> - Où sont situés les acteurs influents? Qui entretient déjà des relations avec ces personnes ou organisations? - Comment pouvez-vous renforcer ou améliorer la relation avec ces acteurs? Comment pouvez-vous les aider à atteindre leurs objectifs? Quelle est l'expertise/les compétences/ les ressources que je peux partager? Quels sont vos objectifs communs? - Quels sont les facteurs facilitants la collaboration? Quels sont les moyens de communication à privilégier? Quels sont les défis de cette collaboration? - Quelles sont les ressources identiques disponibles sur le territoire? Comment mobiliser les ressources de manière complémentaire? Quels sont les potentiels non exploités? Quels sont les acteurs qui n'ont pas accès aux expertises et les ressources disponibles? Comment faciliter ces échanges?



3. Engager: Augmenter la participation et la mobilisation à grande échelle

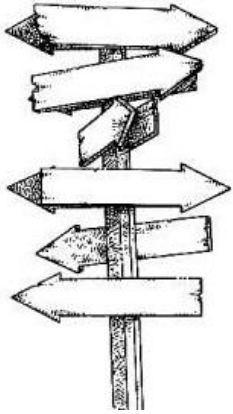
Identifier les personnes ou organisations	Concepts réseaux	Interprétation du réseau pour orienter vos interventions
<ul style="list-style-type: none"> - Quel est mon projet mobilisateur? Qui sont les acteurs porteurs du projet? Qui sont les acteurs déjà engagés dans le projet? À qui s'adresse le projet? - Quel est l'objectif de la mobilisation? : augmenter la participation actuelle, impliquer de nouveaux acteurs ou renforcer les relations entre les sous-groupes? - Quels acteurs sont présents dans la communauté ou sur les territoires desservis? Quels sont les acteurs qui peuvent influencer la réussite de la mobilisation? Qui peut nuire à la participation? - Combien de personnes ou organisations désirez-vous mobiliser et quelles formes de participation? Quels sont les indicateurs de participation? 	<p>Types de relation à observer:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Collaboration 2) Influence 3) Confiance 4) Relations conflictuelles <p>Considérer:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Structure du cœur-périphérie - Position centrale ou intermédiaire des acteurs - Intensité de la relation (force des liens) 	<ul style="list-style-type: none"> - Comment est structuré notre réseau? Est-il compact ou éclaté? Qui sont les personnes ou organisations situées en périphérie? Au cœur de votre réseau? - Qui sont les acteurs présents dans les zones de faible participation? Quelles sont les parties en conflit ou ayant des tensions entre elles? - Où sont situées les organisations influentes ou porteuses du projet? Quels types de relations entretiennent-elles entre elles? Quelles sont les personnes qui peuvent agir comme multiplicateur de participation? - Quelles catégories d'acteurs sont prioritaires? Comment intéresser les personnes à mobiliser? Comment pouvez-vous renforcer la relation avec ces acteurs ?

10 variations pour intégrer l'analyse des réseaux sociaux dans vos réflexions stratégiques

Variation	Exemples de questions à se poser	Exemples de résultats
Désirez-vous connaître les acteurs clés dans votre environnement, promouvoir une innovation ou élargir votre réseau d'influence?		
1 Cartographier les parties prenantes	<ul style="list-style-type: none"> - Quelles sont les ressources présentes sur le territoire? - Comment est structuré notre réseau? - Quelles sont les carences ou les forces non exploitées? 	Avoir un portrait partagé des acteurs entourant l'organisation et l'évolution de ces relations dans le temps.
2 Transmettre une information à une communauté	<ul style="list-style-type: none"> - Quelles sont les personnes ou organisations centrales au niveau de la diffusion d'information? - Quels sont les acteurs à prioriser ? - Quelles sont les barrières à la diffusion ? 	Avoir la liste des organisations et personnes influentes à contacter en priorité pour diffuser une information.
3 Favoriser la consolidation d'un changement	<ul style="list-style-type: none"> - Quels sont les types de relations à privilégier ? - Quelles sont les barrières à l'innovation ? - Qui sont les acteurs à convaincre en premier? - Quels sont les sous-groupes pouvant accélérer l'innovation ? 	Avoir un portrait de l'adoption d'un comportement ou d'une innovation au sein d'une communauté ou d'un territoire.
4 Développer des partenariats	<ul style="list-style-type: none"> - Avec qui aimeriez-vous collaborer? - Quelles ressources ou expertises pouvez-vous offrir aux autres? - Quelles sont les ressources nécessaires (humaines, matérielles, financières, expertises) pour réaliser le projet? - Qui a accès à ces ressources? - Qui peut partager les ressources manquantes pour mon projet? 	Avoir un portrait partagé des ressources disponibles et manquantes associées à un projet.
Désirez-vous favoriser la participation à vos activités et assurer un renouvellement des personnes qui s'engagent envers votre mission ?		
5 Augmenter la participation et la mobilisation	<ul style="list-style-type: none"> - Qui est en périphérie de l'organisation que nous pouvons intéresser ? - Quelles sont les personnes qui peuvent agir comme multiplicateur de participation? - Comment pouvez-vous adapter vos stratégies à chacun? - Quels avantages pouvez-vous leur offrir? - Quels sont les motifs de leur non-participation? 	Avoir un portrait partagé de la structure de vos relations centrales et périphériques .

Variation	Exemples de questions à se poser	Exemples de résultats
<p>6 Assurer le recrutement et le membership</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Quelles compétences avons-nous au sein de l'organisation? - Quels sont nos besoins en termes de ressources (expertises, matériels, financière, etc.)? Quels acteurs ont accès à ces ressources? - Comment renforcer la relation avec les acteurs qui ne sont pas engagés envers notre mission? 	<p>Avoir un portrait partagé de la structure de vos relations orientées selon les expertises existantes et manquantes.</p>
<p>Désirez-vous avoir une organisation plus solidaire, plus efficiente et résiliente ?</p>		
<p>7 Favoriser la collaboration interne</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comment est structurée notre organisation? - Quelles sont les expertises de chacun? - L'ensemble des membres a-t-il accès à ces ressources? - Comment circule l'information au sein de l'organisation? - Existe-t-il des sous-groupes ? Comment augmenter la communication entre les sous-groupes ? 	<p>Avoir une représentation des relations au sein des équipes de travail et de la communication au sein de l'organisation.</p>
<p>8 Réduire les conflits internes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Quelles sont les parties en conflit ? - Existe-t-il des enjeux de pouvoir liés à ce conflit? - Quels acteurs peuvent avoir une influence positive sur la dynamique? - Quels sont les risques pour la santé mentale des personnes ? 	<p>Avoir une représentation des relations de confiance et des zones de tension au sein de l'organisation.</p>
<p>9 Prévenir l'épuisement du personnel</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Quelles sont les personnes les plus sollicitées au sein de l'organisation? - Est-ce que le réseau informel d'influence concorde avec la structure hiérarchique de l'organisation? - Qui assure des rôles de soutien envers leurs collègues au sein de l'organisation? Quelles sont les ressources disponibles pour ces personnes? - Existe-t-il des personnes isolées ? 	<p>Avoir une représentation des personnes centrales en termes d'influence, de diffusion d'information et de soutien envers les pairs.</p>
<p>10 Assurer un transfert des connaissances</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Qui possède quelles expertises au sein de l'organisation? - Comment planifier un départ d'une personne? Quelles expertises, informations ou liens sont à risque d'être perdu en cas de départ? - Comment favoriser ce partage d'information afin d'assurer une meilleure résilience? 	<p>Avoir un portrait de la répartition de la mémoire organisationnelle et de l'expertise au sein de l'organisation.</p>

Quelques pistes pour poursuivre votre exploration...



Ressources

Réseau social qualitatif

Réaliser une **analyse qualitative de son réseau social** (en ligne) (Mongeau et Saint-Charles, S.D.):
http://bit.ly/reseau_quali

Initiation aux réseaux

Concepts de base et idées essentielles (NetSciEd, S.D.):
<http://bit.ly/NetLit>

Initiation aux réseaux

Concepts de base et idées essentielles (NetSciEd, S.D.):
<http://bit.ly/NetLit>

Analyse des parties prenantes

Outil alternatif pour l'analyse des parties prenantes (ETH et Nadel, S.D.):
http://bit.ly/NADEL_pp

Évaluer et analyser le soutien social

Profil de l'insertion sociale par l'analyse de réseau : un outil pour la relation d'aide (Biron et coll., 2008):
<http://bit.ly/biron-et-al2008>

Immersion

Application en ligne ludique de vos relations par vos courriels
<https://immersion.media.mit.edu/>

Formation pratique à l'analyse des réseaux sociaux

Comprendre les connexions sociales dans les communautés: comment utiliser l'analyse des réseaux sociaux - Formation pratique (Regroupement des Organismes de Bassins Versants du Québec, Verville et Dick, 2015):
http://bit.ly/gephi_par_bassin

Logiciels pour réaliser ou présenter ses réseaux



UCINET

Analyse des graphes, logiciel Windows payant à télécharger
<https://sites.google.com/site/ucinetsoftware/>



Gephi

Présentation de graphes, logiciel libre (toutes plateformes) à télécharger
<https://gephi.org/>



Lynks

Création de graphes simples, logiciel en ligne gratuit
<http://lynksoft.com/>



Kumu

Création de graphes simples et complexe, en ligne gratuit (version publique) et payant (version privée)
<https://kumu.io/>



yEd

Présentation de graphes, logiciel libre (toutes plateformes) à télécharger
<https://www.yworks.com/products/yed>



R (avec l'aide de RStudio : Statnet, SNA ouiGraph)

Progiciel avec des bibliothèques dans R, analyse des graphes et visualisation,
localement et gratuit
<https://cran.r-project.org/>

Qui sommes-nous?

Vanessa et François sont membres du Groupe-Réseaux UQAM (<https://groupe-reseaux.uqam.ca/>) qui a pour mission de faire de la recherche et de favoriser le partage de connaissances sur l'analyse des réseaux sociaux.

François P. Robert (PhD) est à l'affut de pratiques émergentes de délibération et d'engagement. Docteur en communication (PhD) à l'UQAM, il enseigne au niveau universitaire la gouvernance et les parties prenantes, les méthodes quantitatives et qualitatives, l'animation de groupe ainsi que l'analyse des réseaux sociaux. Il a un vif intérêt pour la délibération et les pratiques de transfert de connaissance

robert.francois@uqam.ca

(514) 659-4048

Vanessa Tremblay-Carter (MSc) a développé, au fil de sa pratique, une sensibilité particulière aux liens entre la santé et l'environnement, aux dynamiques relationnelles au sein des équipes de travail, ainsi qu'au renforcement de la collaboration en contexte d'interdisciplinarité. Elle sera bientôt diplômée à la maîtrise en sciences de l'environnement à l'UQAM et détient un baccalauréat en communication (relations humaines).

vanessa_tremblay1@hotmail.com

(514) 980-0940