



# Au-delà de la pancarte...

Guide sur les pratiques  
créatives d'engagement  
du public en faveur de la  
coopération et de la solidarité  
internationales



Recherche : Caroline Nantel, Luc Gaudet, Sonia Laplante, Martine Laliberté

Rédaction : Luc Gaudet

Comité de lecture : Marie-Eve Bergeron, Christine Girard, Marie Houde

Révision : Marie Eve Bergeron (Mise au jeu) et Josée Roy

Illustrations : Nancy Roberge

Infographie de la page couverture : Marie-Ève Paquin

Mise en page : Christine Girard et Luc Gaudet

Pour obtenir ce guide :

- En ligne (version pdf) : <http://www1.oxfam.qc.ca/fr/campus>
- Version imprimée : communiquez avec Christine Girard à [girardc@oxfam.qc.ca](mailto:girardc@oxfam.qc.ca) ou au 514 382-7922, poste 235

*Ce document a été réalisé grâce au soutien financier du gouvernement du Canada agissant par l'entremise de l'Agence canadienne de développement international (ACDI).*

*Dans le présent document, le masculin est utilisé dans le seul but d'alléger le texte et il désigne aussi bien le féminin.*

## **Au-delà de la pancarte...**

« Dire aux hommes politiques : ' Ne touchez pas aux arts' est ridicule, mais dire aux artistes : 'Défense de toucher à la politique' est inconcevable.

Arts et résistance font bon ménage depuis des siècles. Les arts écrits, vivants, sur toile ou sur pellicule et aujourd'hui sur trame virtuelle, sont très souvent associés à des luttes sociales. L'art permet la mise en idée, la construction imaginaire et appelle à la propagation et à la résistance aux diktats établis. »  
Bertolt Brecht

« Les hommes sont libres aussi longtemps qu'ils agissent, ni avant ni après ;  
en effet, être libre et agir ne font qu'un. »  
Hannah Arendt

« Vous devez être le changement que vous voulez voir dans ce monde. »  
Gandhi

« La plus grande des libertés est de pouvoir se servir de son Imaginaire pour créer. »  
Michel Gatignol, mai 2002

« Puisqu'un sac de lentilles est un instrument de percussion, une cuillère un miroir qui reforme la réalité, un journal la peau future d'une marionnette ; puisqu'une mallette est un théâtre et qu'un mur de béton est une page blanche... Nous, la CrapN', déclarons que : N'importe qui peut faire de l'art, N'importe quand, N'importe où, avec N'importe quoi. Parce que l'art transforme l'individu, rassemble le groupe et nourrit la créativité...Parce que l'art n'est pas encore breveté et qu'en l'occurrence nous pouvons tous nous l'approprier, parce que nous enfermons trop souvent le délire dans la case horaire du vendredi soir. Parce que l'art a le potentiel de déranger le confort de l'indifférence, de créer des espaces où le dialogue est possible et la langue accessoire. L'expérience artistique est un instrument parmi la multitude d'instruments qui reforment la grosse fanfare bruyante, festive et diversifiée qui compose- et improvise- la résistance. »

La coalition pour la réappropriation de l'art avec un petit « a » par N'importe qui, avec un grand « N »  
La CrapN' est la Coalition pour la réappropriation de l'art avec un petit « a » par N'importe qui avec un grand « N ».

Le manifeste de la CrapN'

# Table des matières

<b>Introduction</b> .....	<b>5</b>
<b>La mobilisation</b> .....	<b>6</b>
C'est quoi ? .....	6
Les impacts .....	7
Mobiliser de façon créative : pourquoi, comment et qui ? .....	8
<b>Mobiliser de façon créative : 4 étapes faciles</b> .....	<b>9</b>
<b>1. Cibler l'enjeu</b> .....	<b>9</b>
Établir d'où on part : d'abord, se connaître SOI-MÊME .....	9
...et ensuite, connaître son groupe ! .....	10
Nommer les enjeux qui nous préoccupent.....	11
<b>2. Établir le type d'action</b> .....	<b>15</b>
La mobilisation, ça implique quoi ? .....	15
Quatre types d'actions centrées sur des approches créatives.....	16
1. Agitation-propagande (Agit-prop).....	16
2. Les approches consultatives créatives.....	19
3. Les approches d'interventions artistiques participatives .....	21
4. Les actions directes .....	24
Méthodes et techniques créatives pour concevoir l'action de mobilisation	28
Aides et freins à la créativité .....	31
Modèle de grille de planification d'une démarche d'éducation populaire	32
<b>3. Planifier</b> .....	<b>34</b>
Évaluer les forces, identifier les alliés .....	34
Cerner les objectifs .....	35
Comment attirer l'attention du public ? .....	36
Des trucs pour favoriser la participation.....	37
Planifier une stratégie promotionnelle.....	37
Passer à l'ACTION ! .....	38
Mises en garde concernant le processus de groupe .....	39
<b>4. Le retour ... ÉVALUATION et CÉLÉBRATION</b> .....	<b>39</b>
<b>Pour ne pas conclure</b> .....	<b>41</b>
<b>Bibliographie et références</b> .....	<b>42</b>
<b>ANNEXES</b> .....	<b>43</b>
Annexe 1. Grille de planification d'une démarche d'éducation populaire .....	43
Annexe 2. L'ABÉCÉDAIRE de l'animation réussie.....	44
Annexe 3. Grille d'observations .....	46
Notes.....	47

## Introduction

Pour créer les changements nécessaires à la survie de la Terre et de ses peuples, il faut faire en sorte qu'une foule de gens s'engagent activement et concrètement dans des voies de changement tant dans leur sphère personnelle et dans leur communauté, qu'à l'échelle planétaire. Il y a plusieurs façons d'y arriver.

Le présent guide vise à proposer des outils et des techniques qui font appel à la créativité, afin de soutenir et d'encourager les étudiants et toute personne qui souhaite s'engager dans l'aventure de l'information, de la sensibilisation et de la mobilisation des gens de leur milieu, en faveur de la coopération et de la solidarité internationales.

Ce document est complémentaire à l'atelier de formation **L'art de mobiliser par la créativité**, offert par Oxfam-Québec et l'organisme Mise au jeu. Il s'adresse aux participants à cet atelier, mais aussi à tous les lecteurs que le sujet intéresse. C'est un outil pratique qui contient des références à de multiples ressources, expériences et exercices, et qui se veut une source d'inspiration qui mène à l'action. Vous y découvrirez les principes et préceptes d'une activité de mobilisation réussie qui a la particularité de reposer sur un processus créatif, tant à l'étape de la préparation qu'à celle de la réalisation auprès du public visé.

**Mise au jeu** est un organisme culturel qui a pour mission de stimuler, par le jeu et l'intervention théâtrale participative, une culture de participation et de prise en charge autonome auprès des publics et communautés auprès desquels ses actions se réalisent. L'équipe de Mise au jeu est formée de créateurs polyvalents provenant de divers horizons sociaux et culturels. L'objectif de leurs interventions : que les gens deviennent acteurs de changement dans leurs milieux de travail, d'études et de vie.

Un mot sur le chargé de la rédaction du présent guide :

Luc Gaudet est activement engagé en intervention théâtrale depuis plus de 20 ans. Ses expériences et recherches sur l'utilisation du théâtre comme outil de développement personnel et social l'ont amené d'un bout à l'autre du Québec, en Europe centrale et de l'Est, en Amérique centrale, aux Philippines et en Indonésie. Depuis 1986, il dirige des processus de création en s'inspirant des techniques du théâtre de l'opprimé créé par Augusto Boal. Après s'être initié aux principes de gestion d'un organisme artistique en 1991, il a fondé l'organisme d'intervention théâtrale participative Mise au jeu, dont il assume aujourd'hui la direction générale et artistique.
--

**Oxfam-Québec** est une organisation non gouvernementale (ONG) qui s'emploie à renforcer ses partenaires et alliés des pays en développement dans la conception et la mise en œuvre de solutions durables à la pauvreté et à l'injustice. Elle mobilise la population du Québec afin de permettre l'expression de sa solidarité.

L'organisation, présente dans plus de 20 pays, appuie le développement durable en travaillant de concert avec des partenaires locaux, et en favorisant le développement local ainsi que le renforcement institutionnel de ses partenaires et de la société civile.

Oxfam-Québec fait partie d'Oxfam International, une confédération regroupant 13 affiliés actifs dans plus de 120 pays. La « famille Oxfam » s'est taillée une réputation mondiale dans la lutte contre la pauvreté, dans la défense des droits humains et par ses réponses rapides et efficaces en situation de crise.

# La mobilisation

## C'est quoi ?

Mobiliser, c'est susciter une forme de participation citoyenne en vue de la reconnaissance d'une réalité. C'est rallier de nombreuses personnes autour d'une idée, les convaincre d'agir et de poser un geste concret pour l'amélioration des conditions de vie des plus démunis et, ainsi, lutter pour la justice sociale.

En général, la mobilisation permet de créer un nécessaire rapport de force entre la population et les gouvernements, les décideurs et les politiciens. Grâce à la mobilisation, nous pouvons faire entendre nos revendications communes, les défendre et obtenir en définitive de nouveaux acquis sociaux.

On ne gagne pas nécessairement à tous coups, mais on ne peut pas dire qu'on ne gagne jamais ! La mobilisation porte fruit. Au Québec et au Canada, par exemple, nous n'aurions pas de programmes sociaux si des personnes et des groupes ne s'étaient pas mobilisés.

Sur la scène internationale, les nombreuses actions menées pour lutter contre l'apartheid, par exemple, ont permis de renverser le régime qui soutenait ce système de ségrégation raciale.

## La mobilisation citoyenne, un passage obligé pour une véritable démocratie

Dans une perspective politique, la mobilisation citoyenne est une actualisation des concepts de la démocratie participative et de la démocratie délibérative. Chacune constitue, à sa manière, des suppléments vitaminés nécessaires à la **démocratie représentative** dans laquelle nos sociétés occidentales évoluent. Examinons ces concepts de plus près.

La **démocratie représentative**, ou gouvernement représentatif, est un régime politique dans lequel on reconnaît à un organisme le droit de représenter une nation ou une communauté. La volonté des citoyens s'exprime par la médiation de représentants élus qui incarnent la volonté générale, votent les lois et contrôlent éventuellement le gouvernement.

« ...cette forme de démocratie représentative, présente dans nos sociétés et dont une vision défend l'idée que seules les personnes élues détiennent la légitimité de la prise de décisions au nom de l'intérêt général, sera de plus en plus critiquée par les mouvements sociaux. Cette vision sera perçue comme incapable de rechercher et de produire le bien commun, certains la qualifiant même de « politique d'élites contre les masses » (Barber, 1997). C'est ce qui explique, en partie, la résurgence aujourd'hui des idées de démocratie délibérative et participative (Blondiaux, Sintomer, 2002). Celles-ci sont, en réalité, étroitement associées, agissant comme une sorte de contre-pouvoir à cette pratique élitique de la démocratie, qui se résume souvent à l'élection des représentants à intervalles réguliers »<sup>1</sup>.

Sans simplifier à outrance, on peut affirmer que les modèles politiques alternatifs à l'intérieur desquels s'inscrivent les mécanismes de mobilisation citoyenne sont la **démocratie délibérative** et la **démocratie participative**.

---

<sup>1</sup> MERCIER, Clément et Lise ST-GERMAIN, *La participation citoyenne et le développement des communautés, État des lieux et débats*, 4 avril 2008, page 13.

**La démocratie délibérative** se définit par la capacité d'influencer les décisions d'intérêt général et ce, au moyen d'un processus de discussion publique ouvert à la participation citoyenne. La démocratie délibérative peut se vivre par différents mécanismes qu'on connaît au niveau du processus législatif, comme les commissions parlementaires, les consultations publiques telles les commissions d'enquête, les États généraux de même que différents forums réels et virtuels.

**La démocratie participative** est, quant à elle, parfois définie comme la participation citoyenne par l'entremise des associations volontaires et des mouvements sociaux, comme émanation du capital social<sup>2</sup> et facteur de cohésion sociale. La démocratie participative acquiert un autre sens quand elle est définie comme un modèle politique alternatif qui implique un partage du pouvoir de décisions entre les élus et les citoyens au sein d'instances formelles de participation. Le budget participatif de Porto Alegre<sup>3</sup> en représente un cas type.

Comme conditions requises pour assurer le fonctionnement et les finalités de la démocratie participative, Rabouin (2007) en recense trois :

1. des mesures visant à assurer la participation des groupes défavorisés, notamment par l'éducation populaire et politique continue ;
2. la présence d'un « contre-pouvoir » dans des mouvements populaires organisés ;
3. une logique redistributive ferme et articulée autour de critères formels.

Sur un plan pratique, il est souhaitable que les mobilisations citoyennes que nous suscitons dans le cadre de campagnes et d'actions spécifiques s'accompagnent de processus d'éducation populaire, se réalisent en collaboration avec des organismes issus de la société civile qui travaillent notamment avec les personnes marginalisées, et prévoient des actions qui visent une logique de répartition de la richesse et des pouvoirs.

### **Les impacts**

- La mobilisation permet de relativiser la responsabilité individuelle face aux enjeux globaux.
- La mobilisation permet de développer un sentiment d'appartenance, de marquer le temps, de ritualiser des évolutions de mentalités au moyen de gestes concrets.
- La mobilisation permet de sentir qu'on participe à quelque chose de plus grand que soi, suscite un véritable changement en soi et permet, lorsqu'elle est réussie, de renforcer l'intégrité entre le discours et l'action.
- Lorsqu'on engage les gens dans une démarche créative, la mobilisation va au-delà de l'effet moutonnier et valorise la personne par l'expression de soi.
- La démarche créative rejoint les gens parce qu'elle sollicite leur intelligence et leur esprit.

---

<sup>2</sup> On définit le capital social comme le potentiel que recèle une communauté de par la qualité de ses réseaux sociaux et par lesquels se construit la dynamique communautaire et s'expriment diverses formes d'engagement civique. Le capital social permet donc la cohésion sociale qui détermine et alimente la capacité d'agir de la communauté locale.

<sup>3</sup> À la suite des élections municipales de 1988 dans la ville de Porto Alegre au Brésil, les communautés de base réclament des investissements dans les quartiers. Le nouveau maire découvre la situation financière précaire de la municipalité qui laisse très peu de marge de manœuvre pour intervenir dans les quartiers les plus pauvres. Il décide alors de consulter ces communautés pour trouver avec elles une solution à la situation.

Le budget participatif est une pièce maîtresse d'une série de mesures visant à créer ou à renforcer des structures de participation et de délibération pour la gestion publique du budget et des politiques sectorielles, municipales.

## **Mobiliser de façon créative : pourquoi, comment et qui ?**

### **Pourquoi ?**

La créativité fait appel à la faculté de création, à la capacité d'établir des liens et d'inventer. Nous sommes tous dotés de créativité, à des degrés différents : c'est une question de pratique et d'entraînement. Dans notre monde individualisé axé sur la production et la marchandisation, voire la robotisation des échanges, le développement de la pensée critique et de l'action créative s'inscrit comme un acte de résistance au conformisme, à l'apathie et à l'à-plat-ventrisme citoyens qui dominent dans certains milieux.

### **Comment ?**

- Occuper l'espace public
- Devenir VISIBLES et ACTIFS dans l'espace public et ce, de manière originale
- S'affranchir du lot des messages véhiculés par les discours politiques et économiques dominants
- Se brancher sur l'humain, le plaisir de communiquer, le plaisir de l'esprit
- Faire appel aux sens, aux émotions, à l'expérience et au jeu
- Joindre les gens par leur vécu
- Partir de l'expérience des gens au lieu d'utiliser des formules préfabriquées
- Chercher des manières de faire plus inclusives pour joindre un large public

### **Qui ?**

Tout le monde peut faire de la mobilisation de façon créative ! Chaque action de groupe dépend d'un leadership défini. Au sein d'organisations structurées, l'idéal est de nommer une personne responsable de la mobilisation. Cette personne a pour rôle d'être à l'affût des actions, et d'en informer ses collègues et les personnes qui fréquentent l'organisme. Elle contribue aussi, avec un comité de référence, à établir une liste des priorités de mobilisation. En l'absence d'une personne responsable, on se laisse vite rattraper par les urgences, et la mobilisation est reléguée au dernier plan.

Dans le cas d'une initiative menée par des étudiants, la responsabilité initiale incombe à la personne qui a une idée, une vision, une envie d'adhérer à une cause et, assez rapidement, qui arrive à partager ses intérêts avec d'autres membres d'un groupe. Les projets de mobilisation peuvent partir d'une crise vécue dans un milieu, d'une incohérence reconnue, d'une indignation personnelle ou ressentie collectivement, d'une sensibilisation, d'une vision, ou de talents aptes à être actualisés dans des actions constructives pour une communauté.

## Mobiliser de façon créative : 4 étapes faciles

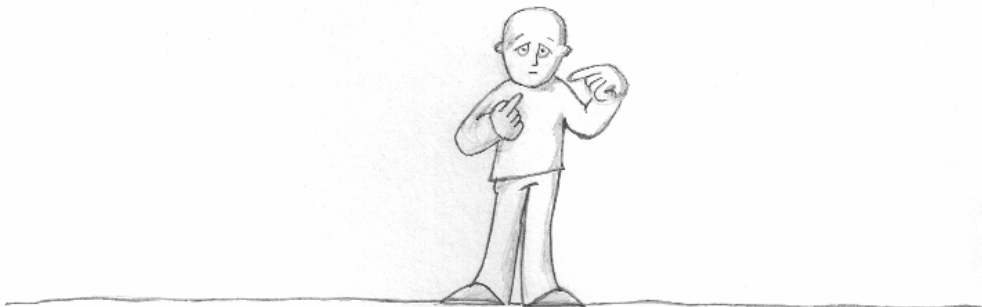
Nous verrons dans les prochaines sections comment planifier en quatre temps une action de mobilisation citoyenne qui fait appel à des processus créatifs. Dans un premier temps, nous examinerons des manières d'utiliser des techniques de créativité pour concevoir des actions ou des campagnes originales et innovatrices. Nous dégagerons ensuite des modèles et des exemples d'interventions qui font appel au sens créatif et à l'expression créative des personnes mobilisées, pour finalement nous pencher sur les principes et préceptes de la planification et de l'évaluation d'actions créatives de mobilisation.

De façon générale, nous pouvons faire preuve de créativité en :

- trouvant de nouvelles méthodes pour obtenir et maintenir l'attention du public ;
- misant sur l'interaction avec le public plutôt que sur une communication unidirectionnelle ;
- associant à des chansons, *jingles* et publicités connues du public des messages de mobilisation en faveur du bien commun ;
- favorisant l'introspection et la réflexion du public ;
- associant un message ou une idée à des objets, à des images symboliques ;
- passant par l'humour ;

...tout en transmettant une information juste et des messages-clés.

### 1. Cibler l'enjeu



#### Établir d'où on part : d'abord, se connaître SOI-MÊME

Tout individu qui a envie de s'investir volontairement dans une démarche de mobilisation citoyenne a intérêt à partir de lui-même, de ses talents, de ses compétences, de ce qui l'intéresse, le préoccupe, le passionne, et de ses contacts.

**MON CV ÉCLAIR**

Mes compétences principales : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Mes talents : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Mes intérêts, mes préoccupations : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Ce qui me passionne : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Mes contacts, mon réseau que je suis prêt à mettre à contribution : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**...et ensuite, connaître son groupe !**

Ensuite, une fois un groupe formé, il est souhaitable de partager les forces de tous et de faire l'inventaire des possibilités communes. On pourra élaborer un CV personnel et collectif par une sculpture corporelle individuelle, puis collective, les potentialités en tant que groupe.

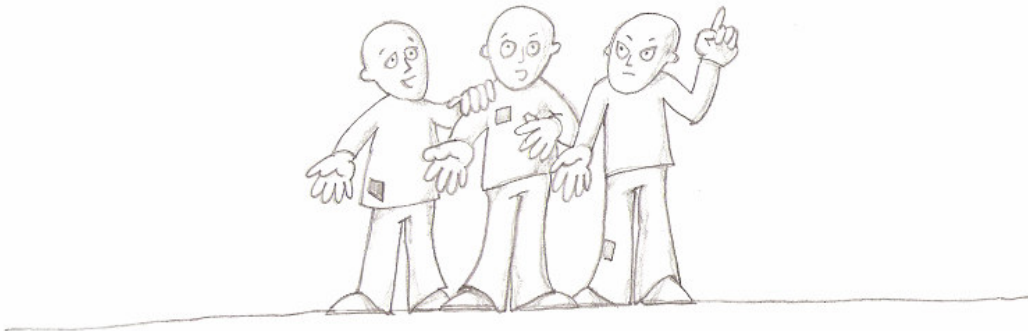
**Une image vaut mille mots**

La **sculpture corporelle**, moyen d'expression différent de l'écriture et de la parole, consiste à représenter une idée, un thème ou une action avec des images créées à partir de son propre corps ou à l'aide du corps des autres personnes présentes. L'image terminée, une fois figée, ressemble à une photo ou à un tableau vivant et représente une pensée individuelle ou collective. La sculpture corporelle ou théâtre image est un dialogue non verbal entre les participants qui expriment leur opinion en image, puis leur interprétation de celle-ci une fois réalisée.

L'avantage de cette technique réside dans le fait que l'image permet d'aller au-delà de l'explication verbale, de VOIR et de SENTIR ce qui se passe réellement dans la situation présentée et, par le fait même, de mieux la comprendre. Les images peuvent réussir à montrer un état intérieur que les mots ne peuvent pas toujours traduire. De plus, comme pour le théâtre forum, il est possible à partir d'images qui représentent des oppressions ou des conflits non résolus, de faire une recherche de solutions en action. Nous verrons comment faire à la prochaine étape.

En conclusion à cette première étape, il peut être utile de cerner les attentes du groupe, ses forces et ses limites, ce qui rallie ses membres, ce qui pourrait les diviser également. Par exemple, le groupe peut se demander :

- Qu'est-ce que nous souhaitons réaliser par cette action ?
- Combien de temps sommes-nous prêts à investir pour ce faire ?
- Qu'est-ce que nous ne sommes pas prêts à faire ?
- Compte tenu de nos forces individuelles, quelles sont les caractéristiques principales qui se dégagent de notre groupe ?
- Quelle serait notre faiblesse ou limite principale ?
- Comment pourrions-nous suppléer à celle-ci ?



### **Nommer les enjeux qui nous préoccupent**

À cette étape-ci, les membres du groupe sont invités à choisir et à révéler les principaux enjeux qui les touchent, les préoccupent.

Après avoir sélectionné les problématiques dominantes, les membres du groupe explorent leurs intérêts, qui peuvent être contradictoires, et leurs histoires personnelles liées aux sujets relevés. Ils forment ensemble une analyse structurelle des enjeux, des acteurs principaux qui y sont associés et de leurs intérêts.

Voyons deux méthodes participatives et créatives qui peuvent être utilisées pour nommer les enjeux et les forces en présence.

#### **1. Le théâtre image comme outil de dialogue et d'analyse**

Nous décrivons ici la technique du théâtre image, qui constitue une évolution de la technique de la sculpture corporelle que nous avons décrite plus haut. Cet exercice peut tout aussi bien être réalisé comme activité de sensibilisation auprès d'un public captif en mesure d'accorder sa pleine attention pendant une quarantaine de minutes.

Le meneur de jeu invite chaque membre du groupe à aller se placer sur un espace scénique déterminé (un échiquier géant, par exemple, ou un espace délimité au centre d'un cercle de chaises) pour jouer en image le rôle d'un personnage qui constitue un acteur important dans la dynamique sociopolitique du sujet exploré.

En ce qui concerne les objectifs du Millénaire pour le développement (OMD), par exemple, vous pouvez poser la question suivante : Qui sont les acteurs principaux dont il faut tenir compte pour mettre en place un partenariat mondial pour le développement ?

Un participant nomme la Banque mondiale. Il va se placer sur l'échiquier dans la position de ce « personnage », en adoptant l'attitude corporelle qui le caractérise. Vous pouvez lui offrir un accessoire (mallette, lunettes, argent) pour appuyer son statut. Le meneur de jeu demande aux participants ce qu'ils savent de cet acteur, son âge (depuis combien de temps la Banque mondiale existe), sa mission principale, son fonctionnement, son état actuel, etc. Idéalement, un membre du groupe aura fait un peu de recherche préalablement et est en mesure de compléter l'information qui émane du groupe.

Ensuite, un autre participant nomme le Fonds monétaire international. Le meneur de jeu invite ce participant à prendre la place de cet acteur sur l'échiquier. Ainsi de suite, à tour de rôle, les autres personnages entrent sur l'échiquier : l'Agence canadienne de développement international (ACDI), les gouvernements des pays du Sud, les travailleurs, les paysans, les femmes et les enfants, les gouvernements de l'Occident, les populations du Nord, etc. Vous pouvez mettre l'accent sur les étudiants des niveaux collégial et universitaire, en précisant ce qu'ils connaissent de cette dynamique mondiale, des moyens à prendre, des actions à réaliser pour mettre en œuvre un partenariat mondial en vue d'assurer l'atteinte des objectifs du Millénaire pour le développement.

Une fois les acteurs importants en place dans l'image collective, le meneur de jeu demande : Quels sont les intérêts, les acteurs ou les mécanismes qui risquent de bloquer l'élaboration d'un partenariat mondial pour le développement ? Il peut aussi poser la question : Pourquoi en est-il ainsi ? Les participants seront alors invités à répondre à cette question en s'appuyant sur les particularités de l'image que le groupe a constituée, soit en position d'observateurs extérieurs ou de membres sculptés en position d'un ou l'autre acteur. Les participants inclus dans l'image peuvent corroborer en fonction des motivations qu'ils sentent à partir de leur position ou personnage. Ensuite, le meneur de jeu demande :

- Quels sont les intérêts, les acteurs et les forces qui peuvent aider à l'élaboration d'un partenariat mondial pour le développement ?
- D'où émanera le changement ?
- Qu'est-ce que les étudiants des établissements d'enseignement du Nord, par exemple, peuvent faire pour agir en ce sens ?

Les éléments de réponse peuvent alors être expérimentés en action. À partir de la fresque conçue en image corporelle, chacun des personnages mis en place agit ou réagit par rapport à la proposition, par une très brève improvisation, en respectant la nature et les intérêts de son personnage.

Après avoir exploré quelques pistes de solution au moyen de cet exercice, les membres du groupe discutent des résistances, impulsions ou difficultés qu'ils ont perçues. Il convient de déterminer, à partir de cette discussion, des actions à proposer à sa communauté en guise de pistes de solution.

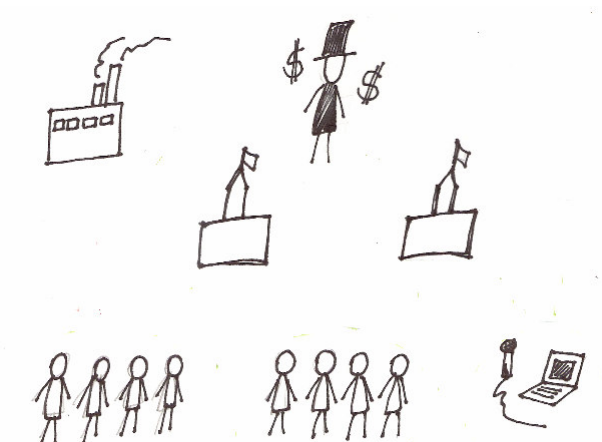
## 2. Le dessin collectif <sup>4</sup>

Une variante possible à l'exercice précédent est de reproduire graphiquement sur papier le portrait global de la situation qui retient notre attention. Cette méthode doit idéalement être dirigée par un meneur de jeu habile en dessin qui posera les questions d'éclaircissement et d'analyse à son groupe de participants.

Matériel requis :

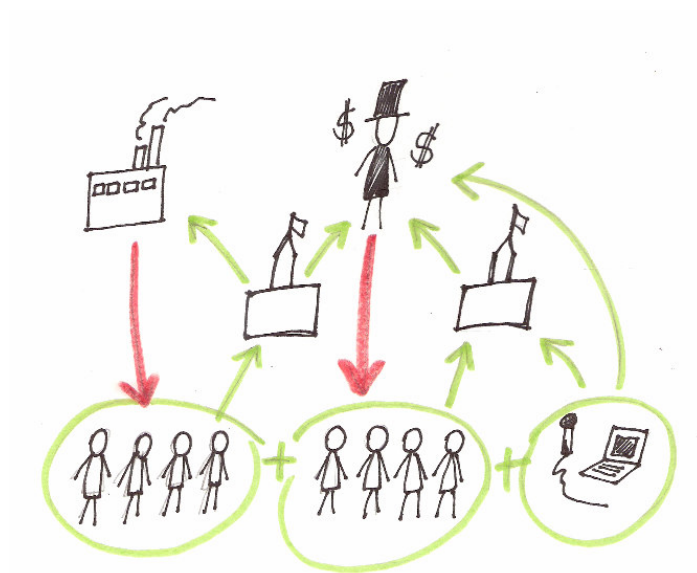
- une grande feuille de papier ;
- quelques crayons feutres de couleurs différentes ;
- un espace adéquat pour réaliser le dessin collectif sur le plan vertical ou horizontal, de manière à ce que chacun des membres du groupe le voit bien.

De la même manière que dans l'exercice de théâtre image, le meneur de jeu tente d'illustrer, cette fois par de simples pictogrammes, les principaux acteurs impliqués dans la problématique qui fait l'objet de la discussion. Il les dessine un à un sur la feuille en demandant aux membres du groupe où les placer. En outre, il cherche à savoir quelle est la teneur du pouvoir qu'ils accordent à chaque acteur, considérant que le haut de la feuille correspond à une zone de pouvoir supérieur.



Une fois les principaux acteurs placés graphiquement sur la feuille, il cherche à établir des liens entre eux par des traits (flèches) rouges qui caractérisent les échanges faisant partie du problème, les obstacles et, ensuite, par des traits verts qui représentent les actions à réaliser pour atteindre l'objectif visé. Le groupe évalue ensuite, grâce à cet exercice, quels sont les principaux problèmes à surmonter et quelles stratégies adopter pour y arriver. Le meneur de jeu note en rouge les énoncés et les éléments du problème et, en vert, les stratégies de résolution, à mesure qu'ils émergent de la discussion.

<sup>4</sup> Cet exercice est inspiré de la méthode séminaire *Ah-Hah! A New Approach to Popular Education*



*Difficultés, résistances*

➡ ...

➡ ...

*Stratégies, alternatives*

➡ ...

➡ ...

Une discussion suit pour cerner des pistes de solution qui pourraient faire l'objet de la mobilisation entreprise plus tard par le groupe.

## 2. Établir le type d'action

Quelques principes et philosophies de base peuvent vous guider dans l'étape de planification de votre action. Nous en explorons brièvement quelques-uns dans un premier temps, et nous tentons ensuite de dégager de la pratique quatre types d'actions créatives qui peuvent être menées dans votre milieu.

### **La mobilisation, ça implique quoi ?**

- créer l'agitation, l'intérêt par rapport au sujet, le sentiment qui amène les gens à vouloir agir à la source du problème ;
- faire émerger l'indignation des gens ;
- remplir les gens d'espoir, de désirs de changement ;
- engager un processus d'éducation populaire au moyen de l'action proposée.

**Les scénarios dysphoriques** (contraires d'euphoriques, c.-à-d. qui traduisent un état de malaise difficile à supporter) font émerger davantage l'indignation ou l'esprit de révolte que les scénarios euphoriques. Par exemple, un hôpital réussira mieux à stimuler la sympathie de ses donateurs potentiels en montrant l'image d'une chambre d'enfant vide que celle d'une famille heureuse réunie avec parents et enfants en santé. Quand on utilise des scénarios dysphoriques, il faut toutefois s'assurer DE NE PAS SURVICTIMISER UN GROUPE PARTICULIER en omettant de montrer que celui-ci a du pouvoir ou, à tout le moins, la volonté ou la capacité de sortir de son état déplorable.

**La pédagogie des opprimés**, élaborée par Paolo Freire au Brésil dans les années 1960, implique que les connaissances se construisent à partir des expériences des participants ou de ceux qu'on peut considérer des apprenants dans des démarches où il n'y a pas de professeur et où tous enseignent et tous apprennent. Dans cette perspective, mettre en branle un processus d'éducation populaire consiste à élaborer un processus par étapes qui part des expériences des participants, ajoute de l'information nouvelle et spécifique, soutient une démarche d'analyse et encourage pour finir l'élaboration d'un plan d'action collectif. Voici, à titre d'exemple, une démarche type, qui illustre les différentes étapes d'une démarche d'éducation populaire, ainsi que des éléments de planification logistique qui y sont rattachés. Vous pouvez utiliser la grille de planification vierge qui se trouve à l'annexe 1 pour élaborer un concept éducatif de cette nature en lien avec votre propre projet.

## Quatre types d'actions axées sur des approches créatives

### 1. Agitation-propagande (Agit-prop)

#### Caractéristiques de la forme

Il s'agit de transmettre des messages de manière imagée, colorée, attrayante, voire surprenante, en jouant sur les émotions, et de déclarer clairement ses intentions et les messages clés qu'on souhaite que le public retienne.

Cette catégorie d'interventions se concrétise souvent par des saynètes théâtrales percutantes à l'esthétique simple, où on utilise peu de décors, mais quelques accessoires symboliques qui marquent le spectateur. Voici quelques exemples d'actions qu'on peut associer à cette forme d'intervention.



Lors de la conférence sur les changements climatiques à Bali en décembre 2007, un groupe d'activistes d'Oxfam Grande-Bretagne a mis en scène une bande d'ours polaires qui manifestaient en faveur de secourir les êtres humains aux prises avec les changements climatiques. À la suite de ce surprenant défilé, deux membres se sont démasqués pour adresser à la foule de journalistes sur place un plaidoyer visant à inciter les décideurs et citoyens du monde à prendre les mesures requises pour stopper les avancées du réchauffement de la planète.

<http://www.youtube.com/watch?v=Z4K9lvD1tv8>

Dans le but de promouvoir la campagne *Pour tous !*, le groupe Oxfam McGill, accompagné de Mise au jeu, a réalisé une intervention portant sur l'accès aux services publics que sont l'eau, la santé et l'éducation. Les élèves d'une classe d'un pays du Sud quittent à tour de rôle la classe, car ils n'ont pas accès à ces services essentiels et, à la fin, même l'enseignante doit quitter, faute de salaire. L'intervention a été reproduite lors de la Marche 2/3 2008 dans les rues de Montréal, devant quelques 15 000 jeunes.

<http://www1.oxfam.gc.ca/fr/campag>



Plusieurs formes d'interventions publiques qui provoquent la réflexion sur divers enjeux de notre monde contemporain, telles le théâtre journalistique, le théâtre invisible ou encore sans avertissement, se révèlent à divers degrés efficaces pour attirer l'attention du public.

- **Le théâtre journalistique**

Issu des formes primitives des techniques du théâtre de l'opprimé développées par Augusto Boal dans les années 1960 et 1970 sous le régime dictatorial du Brésil, le théâtre journalistique constitue une forme de lecture publique animée d'articles de journaux des médias officiels. Les lecteurs font grand usage de rires, de pleurs, de musique, d'images théâtrales, de vives émotions qui texturisent le discours officiel. Ici, « la propagande » ne se fait pas en mots, pour des raisons de sécurité.

- **Le théâtre sans avertissement ou théâtre invisible**

Le théâtre sans avertissement, quant à lui, est un dérivé du théâtre invisible où des acteurs présentent sans crier gare un conflit non résolu dans un lieu public de manière à faire réagir le public relativement au sujet abordé. Dans le cas du théâtre invisible, les acteurs qui créent le conflit s'éclipsent pour laisser place à des échauffeurs qui, sans s'identifier comme tels, c'est-à-dire qu'ils se font passer pour des membres du public, tentent de faire parler les gens sur ce qui vient de se passer afin de connaître leurs opinions et les forcer à prendre position. Cette forme d'intervention, puisqu'elle laisse libre cours à l'interprétation du public, se trouve normalement dans la troisième catégorie, les approches d'interventions artistiques participatives, qui sera présentée plus loin. Nous en faisons mention ici pour introduire sa variante, la forme d'intervention du théâtre sans avertissement. Dans le cas du théâtre sans avertissement, donc, après la présentation de l'action théâtralisée, les comédiens se dévoilent et saluent le public à l'insu duquel ils ont joué, pendant un certain temps du moins. Ce peut être alors l'occasion de préciser les messages clés à transmettre.

Voici quelques exemples de théâtre sans avertissement et invisible.

Des étudiantes d'un cours de théâtre du Collège Grasset s'adonnent à une performance de type théâtre invisible. Elles se laissent surprendre par des passants et des médias électroniques à pêcher dans des accumulations d'eau printanières dans les rues de Montréal. Dans ce cas, les deux protagonistes ont pu expliquer sommairement leur geste aux médias dans une interview. Elles auraient pu exprimer quelques récriminations, mais l'exercice visait à rester humoristiquement « vague » !



Ci-haut, deux autres étudiantes du même établissement s'adonnent sans avertissement à une étrange pratique de suremballage dans un supermarché. Dans cette expérience, il aurait fallu des échauffeurs pour attirer davantage l'attention des consommateurs présents sur le ridicule de cette pratique d'une part, et pour la soutenir d'autre part, afin de renforcer la provocation et de susciter sur place un débat. Les protagonistes ont eu la surprise de constater que même une caissière de l'établissement n'avait pas fait cas de l'exagérée boule de plastique qui enrobait le pauvre poivron qu'elles achetaient. Il s'agit ici de théâtre invisible qui aurait gagné à être davantage interactif pour se retrouver dans la catégorie intervention participative. L'intervention aurait aussi pu être accompagnée d'un commentaire narratif pour être plus revendicatrice et devenir du théâtre sans avertissement. Bien qu'à cheval entre les deux types d'intervention, l'expérience nous apparaît intéressante.

## **2. Les approches consultatives créatives**

### **Caractéristiques de ces approches**

Les approches consultatives créatives suscitent l'introspection et la réflexion chez les participants. Elles font appel à leur expérience et à leur imaginaire comme point de départ d'un échange au sujet de l'intervention par questionnement. Sont décrites ci-après des techniques qui peuvent être employées à ces fins.

- **Ma vie en images**

Cette activité se révèle très efficace pour amorcer des exercices consultatifs. Elle consiste essentiellement à laisser les gens choisir, dans une banque d'images, l'image qui exprime le mieux leur opinion sur un sujet ou un élément de réponse à une question posée.

Cette activité simple contribue à la prise de parole. Elle permet d'indiquer où chacun se situe par rapport à un sujet donné, aide les gens à s'exprimer, à réfléchir et à prendre position sur un sujet, et elle donne lieu à une discussion qui gagne rapidement en profondeur. Dans un groupe, elle fait ressortir des facettes des autres souvent inconnues ou méconnues.

Pour la réaliser, vous devez préparer une banque d'images et une question de départ.

À cette fin, choisissez dans des revues ou sur Internet lorsque c'est possible des images parlantes et inspirantes, qui illustrent différents aspects de la vie, des personnages, des mises en situation, des paysages, des œuvres artistiques, etc. Visez la diversité des sujets, mais tenez aussi compte de ce que l'image dégage. Découpez les images et collez-les sur différents cartons, de manière à ce que chacune soit séparée. Vous pouvez les plastifier si vous pensez les utiliser plus d'une fois.

Votre banque d'images est maintenant prête. Vous devez à présent trouver la question qui vous permettra de recueillir l'information pertinente.

Truc : demandez à quelqu'un de faire le cobaye pour vous. Souvent, c'est en entendant les réponses qu'on arrive à cibler la meilleure question.

Vous pourriez par exemple demander à vos participants, comme élément déclencheur, de trouver parmi les images celle qui représente le mieux leur expérience ou leur vision de la pauvreté dans le monde et, ensuite, d'expliquer leur choix. Le même exercice pourrait aussi servir à susciter un échange sur des pistes de solution pour l'élimination de la pauvreté dans le monde si la question de départ est la suivante : Si vous aviez à trouver une image qui correspond le mieux selon vous à une piste de solution pour l'élimination de la pauvreté dans le monde, quelle serait-elle et pourquoi ?

Plus la question est spécifique, cependant, plus il faut d'images variées qui peuvent appuyer les réponses par la positive ou par son contraire.

- **Laisser parler l'objet**

Dans cette activité, vous invitez les participants à s'exprimer librement ou en réponse à une question précise comme dans la méthode précédente, mais à partir d'objets plutôt que d'images. Si le lieu et le temps vous le permettent, vous pouvez encourager les participants à observer l'objet choisi à partir des cinq sens durant deux ou trois minutes. Après la période d'observation, demandez-leur de décrire l'objet observé de façon symbolique ou de faire une association avec des émotions ou des faits vécus.

Par exemple, l'équipe Mise au jeu s'est adonnée à une consultation/mobilisation citoyenne dans les rues et parcs d'un quartier populaire de Montréal en portant sur un plateau des objets hétéroclites et en demandant aux personnes rencontrées d'en choisir un qui décrivait le mieux l'expérience de leur quartier. Fusil à eau, pinceau, tournevis, rouleau de sous, fleur, bouchon de liège et *Post-its* en forme de flèche ont permis aux gens de tous les âges de révéler des visions et des anecdotes savoureuses à propos de leur milieu de vie.

- **Récolte de mots**

Dans cette activité, une équipe de deux animateurs-comédiens anime une série de rencontres avec des citoyens d'un territoire par petits groupes, en assemblées de cuisine ou café au salon. Ils encouragent la prise de parole au moyen de carnets de parole. Les histoires personnelles et collectives sont récoltées et inspirent ensuite la création d'une pièce de théâtre qui devient le reflet de ce que les gens sentent, vivent, pensent et souhaitent améliorer dans la communauté.<sup>5</sup>

- **Écriture automatique**

Les participants à l'activité sont invités à écrire de manière automatique, c'est-à-dire sans déposer leur crayon ni même laisser la mine du crayon ou la bille du stylo décoller du papier. À partir d'une question de départ posée par l'animateur et à la suite d'un petit moment de réflexion personnelle, les participants se mettent à l'œuvre. Après un délai déterminé, de cinq à dix minutes, les participants qui le désirent peuvent partager avec les autres membres du groupe le fruit de leur exercice, en lisant soit la totalité de leur texte, soit des extraits choisis, ou en partageant leurs impressions sur l'exercice.

---

<sup>5</sup> Ce type d'activité est inspiré d'une expérience qu'a menée le Théâtre des petites lanternes de l'Estrie. Tiré de *Développement social*, volume 8, numéro 2, décembre 2007, pages 60 et 61.

### 3. Les approches d'interventions artistiques participatives

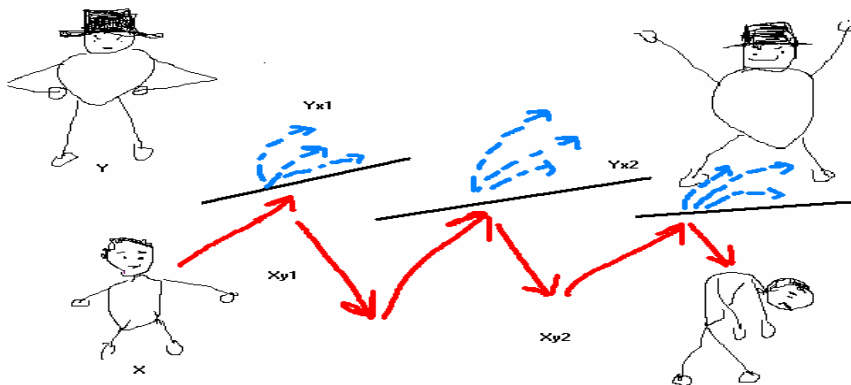
#### Caractéristiques de ces approches

Ces approches, qui supposent des mises en scènes particulières, provoquent la réaction des spectateurs, soutiennent, encouragent, dirigent la prise de parole pour que les gens dégagent eux-mêmes des actes dramatisés des solutions aux problèmes posés.

En voici des exemples :

- **le théâtre forum**

Un théâtre forum, c'est d'abord une pièce de théâtre qui met en scène des réalités connues du public et qui illustre des impasses. C'est aussi un forum où, dans un contexte convivial, les spectateurs sont invités à intervenir à certains moments de la pièce pour proposer des solutions. La structure dramatique d'un théâtre forum présente un ou des protagonistes (X) qui tentent une série d'actions pour se libérer d'une oppression qui les accable ou d'un conflit non résolu auquel ils se heurtent. Au bout de quelques essais qui demeurent infructueux du fait qu'ils sont soumis aux volontés contraires d'un ou de plusieurs personnages antagonistes (Y) dont l'intérêt réside dans le statu quo, les protagonistes abandonnent leurs efforts et se retrouvent en définitive dans une situation pire que celle observée au départ.



Les spectateurs sont donc confrontés à une histoire et des personnages protagonistes anti-modèles. L'intervention consiste ensuite, pour un meneur de jeu et l'équipe des acteurs en scène, à inviter les spectateurs à devenir acteurs à leur tour pour démontrer par l'improvisation dans le jeu théâtral ce que les personnages protagonistes (X) pourraient ou devraient faire pour atteindre leurs buts en s'alliant aux autres personnages (Xy1, Yx2, etc.) présents dans l'histoire.

On vise ici à dégager une variété de stratégies  qui émanent du public et à démontrer qu'il existe bel et bien de multiples pistes de solution au problème posé.

- **le théâtre législatif**

Un théâtre législatif, c'est d'abord une pièce de théâtre qui met en scène des réalités connues du public et qui illustre des impasses. C'est aussi un forum où, dans un contexte convivial, les spectateurs sont invités à intervenir à certains moments de la pièce pour proposer, dans le jeu théâtral, des solutions constructives et formuler, en bout de parcours, des projets de réglementation municipale ou de loi en guise de réponse collective aux impasses qui perdurent.<sup>6</sup>



**Feu sacré**, une intervention théâtrale de type législatif réalisée dans le cadre du projet Jeunesse enJEUX Montréal par l'équipe Mise au jeu entre 2001 et 2005. Grâce à cette mobilisation, plus de 1500 jeunes ont rencontré leurs décideurs locaux dans une vingtaine d'arrondissements pour discuter d'améliorations à apporter aux aménagements et d'assouplissements réglementaires concernant leur occupation de l'espace public urbain.

---

<sup>6</sup> Pour plus de détails sur cette récente évolution des techniques du théâtre de l'opprimé, lire *Legislative Theater* d'Augusto Boal, éditions Routledge, 1998, 254 pages.

- **le théâtre déambulatoire in situ**

Accompagné d'un guide humain ou d'un audio-guide, le spectateur-participant déambule dans le site choisi (édifice, rue, quartier) en se laissant conduire par de multiples voix qui témoignent de la complexité et de l'intensité de la dynamique humaine ou historique du lieu. Musique et bruits ambiants viennent composer une trame sonore qui invite le spectateur-participant à suivre les histoires des uns et des autres, à la découverte du site. À n'importe quel moment, le spectateur peut s'attarder auprès des personnes rencontrées, qu'ils soient comédiens ou non. L'itinéraire est le même pour tous les spectateurs-participants, mais l'intensité de l'expérience varie d'une personne à une autre. À la fin du parcours, on peut inviter le participant à s'exprimer sur son expérience.



**Femmes à coudre de la Cellule Lumière rouge de Mise au jeu**

Les conceptrices de cette pièce ont investi l'univers montréalais de l'industrie textile pendant plus d'un mois pour observer des ouvrières, majoritairement immigrantes, dans leur solitude et travail quotidiens. Plus d'une vingtaine de femmes aux origines et croyances différentes ont dévoilé, avec une générosité désarmante, leur vie secrète avec ou contre Dieu. La pièce Femmes à coudre a été créée à partir de ces témoignages et observations.

Chaque soir pendant trois semaines (septembre 2007), les spectateurs-participants ont été invités à prendre place aux postes de travail des travailleuses d'une usine de textile de Montréal. Cette incursion dans un univers encore méconnu de la majorité des Québécois a permis à près de 700 personnes de faire un voyage des plus exploratoires.

Des artistes du groupe *Improv Everywhere* réalisent d'autres formes d'intervention de type performances publiques in situ, et sans avertissement, à des fins poétiques et artistiques, dans des espaces publics et commerciaux de la ville de New York. On peut voir sur leur site Internet des exemples de leurs actions : 100 personnes volontaires qui jouent des consommateurs dans une quincaillerie grande surface et se mettent au même moment à bouger au ralenti, puis passent simultanément cinq minutes immobilisées, au grand étonnement, comme on peut voir ci-dessous à droite, des employés qui se trouvent sur la mezzanine !  
<http://improveverywhere.com/>



#### **4. Les actions directes**

##### **Caractéristiques de ces approches**

Dans le cadre d'actions directes, la population est invitée à participer à un événement collectif festif de création en vue de vivre une expérience d'échange ou de manifester une opinion au sein d'une communauté ou auprès de décideurs. Voici quelques expériences d'actions directes qui font appel à des moyens créatifs pour attirer l'attention du public et des décideurs sur des enjeux envers lesquels ils sont invités à s'engager constructivement.

- **ATTENTAT**, des artistes de l'Action terroriste socialement acceptable (ATSA), est un véhicule utilitaire sport (VUS) encore fumant ayant préalablement fait l'objet d'une explosion et auquel ont été intégrés une bande sonore et une vidéo-manifeste. Il s'agit donc ici d'une mise en scène hyper réaliste d'un attentat terroriste qui dénonce d'un même souffle l'industrie automobile, les consommateurs et les gouvernements. C'est une expérience déstabilisante et sans équivoque qui, grâce à son caractère violent, conscientise le public sur les effets pervers de la vénération des véhicules énergivores. Les attentats sont également accompagnés de campagnes de distribution de constats d'infraction citoyenne symboliques remis par des citoyens volontaires à des véhicules énergivores garés ici et là dans la ville.



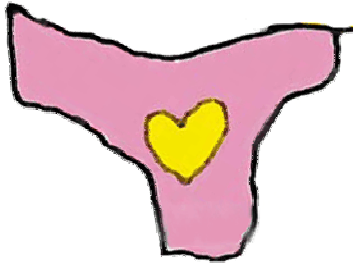
<http://www.atsa.qc.ca/pages/attentatlemanifeste.asp>

- **Squat polaire, une intervention sur les changements climatiques**, est une autre installation rassembleuse et éducative de l'ATSA. Elle porte cette fois sur les changements climatiques et propose une vision nouvelle et interactive de la problématique. Ce projet amène à la fois une conscientisation, une réflexion, une mobilisation générale et des gestes concrets de la part de chacun d'entre nous. Squat Polaire comprend une mise en scène qui bouleverse et suscite la réflexion, un Centre de ressources virtuel qui contient une multitude de renseignements incitant à l'action (Équiterre, Greenpeace, Hydro-Québec, Ville de Montréal, ATSA, etc.), ainsi qu'un lieu de discussion rassembleur pour toute la famille.



Au sein de l'installation, l'ATSA propose aussi aux citoyens le projet Ouvre ta boîte. Les gens sont invités à confectionner une carte postale à partir d'une boîte de céréales, de biscuits ou de pizza recyclée qui comporte une missive claire par rapport à l'environnement à expédier au premier ministre du Canada, Steven Harper.

- **P'tites culottes pour la paix**



**Appuyez les femmes de Birmanie  
Faites chuter le régime militaire  
Contribuez à l'aide humanitaire  
Envoyez vos p'tites culottes pour la paix**

La campagne P'tites culottes pour la paix a été lancée le 16 octobre 2007, à l'initiative des femmes de Birmanie de l'organisation Lanna Action for Burma (LAB) et à la suite de la répression, en Birmanie, à l'endroit des moines bouddhistes en septembre 2007 (révolution safran).

#### **Pourquoi des petites culottes ?**

En Birmanie, il existe un tabou selon lequel les hommes perdent leur pouvoir s'ils touchent à un vêtement que les femmes portent en dessous de la taille, surtout les petites culottes. Les généraux birmans sont très superstitieux et y croient dur comme fer. Dans le cadre de cette campagne, les femmes de Birmanie invitent toutes les femmes du monde entier à envoyer leurs petites culottes aux représentants de la junte militaire de leur pays (c.-à-d. aux ambassades du Myanmar). La campagne a pour but de faire chuter le régime en rendant les militaires impuissants. Il s'agit simplement de détruire la croyance en ce tabou qui opprime les femmes.

- **Campagne de fax et Blitz téléphone rouge<sup>7</sup>**

Dans ces deux types de campagne, les membres de groupes doivent faxer une lettre type ou faire un appel téléphonique, au nom de leur organisme, à un ministre ou un député. Ces actions visent à montrer que la demande est largement appuyée par le milieu. Le Blitz téléphone est un peu plus dérangeant pour les gouvernements que la Campagne de fax.

- **Grève étudiante 2005 : le carré rouge à l'avant scène**

Action d'« encubation » : L'action était planifiée au quart de tour. En plein milieu d'une nuit du mois d'avril 2005, entre deux rondes des policiers, une trentaine de personnes arrivent à la course sur le terrain du parlement de Québec avec des bâtons de bois et des cubes rouges. En moins de 90 secondes, les têtes des statues sur le parlement sont toutes encubées. (...) l'art prenait une dimension qui nous était inconnue et le quotidien était suspendu pour laisser place à une intensité d'envergure. (...) une idée dominait : animer, voire déstabiliser la scène politique.

Phénomène du carré rouge : symbole d'appui à la lutte étudiante, cette action culturelle très simple a rapidement pris une ampleur majeure à l'échelle nationale et nous a démontré à quel point l'identification à une cause peut contribuer à sa crédibilité. En moins d'une semaine, l'appui de la population n'était plus qu'une question de sondage, elle était visible et indéniable. (...) Le Québec, habitué au regard sensationnel des médias de masse qui oriente l'attention sur les rares gestes de violence, voyait un **mouvement imaginatif, vivant et festif**. Durant plus de trois semaines, les pages couvertures des différents quotidiens montraient des photos fortes et évocatrices, des instants créatifs captés dans le vif de l'action.

Vidéo : <http://www.uqamengreve.org/index4.php#photo>

- **Action dessins-pétition**



Une pétition par dessins est livrée ici par Aïki Mekerian, 11 ans, élève de l'École Nouvelle Querbes de Montréal, au printemps 2007.

---

<sup>7</sup> Cette idée est tirée du guide suivant : RAPSIM, *La boîte à outils de la mobilisation, Un guide du réseau d'aide aux personnes seules et itinérantes de Montréal*, 2007, 7 pages.

Une lettre adressée au premier ministre et accompagnée de 300 dessins des élèves de l'école a été remise à Ottawa au député de l'Opposition chargé du dossier de l'environnement, Nathan Colin, pour exiger le respect du Protocole de Kyoto. Des élèves des divers niveaux de l'école ont formé un comité d'appui à cette action et ont fabriqué un ruban vert qui a été remis à tous les enfants qui ont participé à l'action. Plusieurs députés ont répondu par écrit à l'équipe, et un reportage média a été réalisé et diffusé dans l'ensemble du pays.

## **Méthodes et techniques créatives pour concevoir l'action de mobilisation**

Tout comme l'intelligence, la créativité ne se développe pas en vase clos, dépourvue d'un environnement, d'une structure ou de techniques qui soient en mesure de la canaliser. Nous abordons ici quelques approches utiles pour déterminer en groupe des moyens novateurs de mener des actions de mobilisation.

### **Le remue-méninges**

La technique de créativité la mieux connue dans tous les domaines est certainement le remue-méninges, ou tempête d'idées (*brainstorming*). Cette technique n'est malheureusement pas toujours exploitée à son plein potentiel.

Le remue-méninges vise à activer l'hémisphère droit du cerveau, trop souvent bâillonné par l'hémisphère gauche, foyer de la pensée logique et cartésienne. Durant la phase d'idéation, il faut donc laisser l'hémisphère droit s'exprimer librement. Dans un deuxième temps, on sollicitera l'hémisphère gauche pour trier les idées et voir ce qu'on peut en tirer. Pour tirer le meilleur parti possible de cette technique, on reprend ensuite chaque idée qui semble présenter un potentiel intéressant et on la développe durant une minute. On garde ensuite les idées les plus inspirantes.

La plupart des techniques de créativité sont basées sur le jeu du hasard, des analogies et des associations. Ces techniques reposent sur l'habileté à sentir, à voir, à manipuler et à établir ensuite des liens nouveaux avec les éléments du problème.

Une séance d'idéation créative commence par des exercices de conditionnement de l'esprit ou d'échauffement proposés par un animateur. En voici un exemple :

### **Association d'idées**

Il s'agit d'associer des caractéristiques à un objet quelconque en lien avec un aspect de la problématique. Prenons par exemple une bouteille d'eau. Chaque participant doit, à tour de rôle, décrire des aspects de cet objet. Pour les aider, l'animateur peut poser les questions suivantes :

- Quelle est **la fonction principale** de l'objet ?
- Quel est **son mode de fonctionnement** ?
- Quelles sont **ses caractéristiques** ?

Dans un deuxième temps, l'animateur demande au groupe d'associer les éléments précités à l'action de mobilisation que le groupe souhaite mener. Il note les associations.

Les énoncés suivants pourraient par exemple ressortir :



- Cette bouteille a pour fonction de rafraîchir les individus ; on souhaite que notre action aussi soit en quelque sorte rafraîchissante pour les gens.
- Il suffit de dévisser le bouchon pour accéder à son contenu ; notre action implique une action de la part des participants, si simple soit-elle.
- Déboucher signifie créer une ouverture à quelque chose de fermé ; de la même manière, nous souhaitons **créer des ouvertures** chez les gens par rapport au sujet de l'eau.
- Si elle n'est pas recyclée, la bouteille est cependant nuisible à l'environnement ; nous espérons que notre action ne le soit pas.
- Etc.

En synthèse, pour mettre un terme à l'exercice, l'animateur propose d'élaborer une liste d'autres valeurs qui vont baliser l'action à savoir si, par exemple, elle respectera **les principes de la non-violence, la démocratie, l'environnement, l'intégrité et la sécurité des gens**, etc. En outre, il peut aussi être utile de définir d'autres paramètres budgétaires, de temps, de territoire, etc.

### **Formulation d'une question de départ claire et précise**

Après avoir acquis une image un peu plus précise de la situation globale sur laquelle vous comptez intervenir et cerné un certain nombre de contraintes liées à l'action que vous entendez mener, vous en êtes à formuler un problème ou une question de départ apte à orienter votre recherche d'idées.

La formulation de la question de départ est importante : elle doit pouvoir donner lieu à une foule de réponses.

La question de départ pour l'idéation pourrait par exemple être celle-ci : **De combien de manières pourrions-nous chercher l'indignation des étudiants du campus relativement au problème du manque d'accès à l'eau potable dans le monde ?** Une autre formulation pourrait permettre d'axer la production d'idées sur la recherche de moyens pour... **faire vivre le problème du manque d'accès à l'eau potable dans le monde**, ou encore... **par combien de façons pouvons-nous faire comprendre aux étudiants du campus les sources du problème d'iniquité d'accès à l'eau potable dans le monde ?**

### **Recherche d'idées**

L'étape de la recherche d'idée est caractérisée par la formulation d'idées, sans jugement ni retenue, qui répondent de multiples façons aux questions posées ou encore au problème déterminé à l'étape antérieure.

Pour donner les meilleurs résultats possibles, cette étape doit se dérouler avec dynamisme et être dirigée par un animateur. Il vaut mieux déterminer à l'avance la durée de l'exercice, et la respecter. La durée de la phase de recherche d'idées en groupe ne devrait pas dépasser dix minutes.

Dans la phase d'idéation du remue-méninges, l'animateur doit laisser place à toutes les idées qui viennent spontanément à l'esprit des participants sans les juger. Il est recommandé de les noter toutes sans exception, au fur et à mesure qu'elles émergent. L'animateur veille à ne pas formuler de commentaires, approbateurs ou réprobateurs, de manière à ne pas inhiber, dans leurs élans de production, les participants qui pourraient craindre que leur idée soit moins bonne que la précédente ou... mauvaise ! L'animateur peut cependant lancer des encouragements s'il sent la réception des idées saugrenues fragilisée : « Les idées les plus folles font qu'on décolle ! », ou répéter et reformuler au besoin la question de départ.

### **Sélection d'idées**

À partir de la liste des idées formulées durant la phase de recherche d'idées de dix minutes, vous procédez ensuite, en groupe, à la sélection de quelques idées qui paraissent intéressantes ou risquées, voire casse-cou. Vous les reformulez au besoin, soit par association ou au moyen d'une nouvelle question ou de nouvelles recherches d'idées (une minute par idée retenue).

Vous revenez ensuite à la liste de critères et de paramètres déterminés antérieurement pour sélectionner et adapter au besoin les idées les plus prometteuses pour votre mobilisation. N'oubliez pas de tenir compte des contraintes et limites que vous avez.

Comme nous l'avons mentionné au début de la présente section, nous passons ci-après en revue quelques considérations supplémentaires qui pourraient vous être utiles dans la planification de votre action.

### **Aides et freins à la créativité**

Les types d'actions et de méthodes créatives que nous avons brièvement présentés font appel à des aptitudes d'ouverture et de détachement par rapport au connu des participants et utilisateurs. Plusieurs auteurs d'ouvrages spécialisés sur la créativité considèrent les attitudes suivantes comme **des aides à la créativité** :

- l'acceptation inconditionnelle de soi
- l'acceptation inconditionnelle des autres
- l'empathie
- la congruence
- le jugement différé
- l'imagination libérée
- la tolérance à l'ambiguïté
- la construction sur les idées des autres

À cette liste, nous pouvons ajouter **l'intuition**.

« Les messages intuitifs proviennent probablement d'information que l'on a emmagasinée sans en être conscient. Ces informations ne seraient pas répertoriées clairement et en détail, mais elles nourriraient une sensation que l'on a devant une situation, par rapport à une personne. »<sup>8</sup>

Selon Sylvain Rouillard, écouter et faire confiance à ses intuitions exige une ouverture qui est en lien direct avec l'ouverture associée à la créativité. Elle permet d'explorer des avenues bizarres ou inhabituelles, mais qu'on sent fructueuses. L'intuition créative s'exprime souvent sous forme d'une image qui ne semble avoir aucun lien avec le problème. Il faut savoir enfin que « l'intuition nous rassure quelque peu lorsqu'on est en train de créer ; on ne sait pas trop ce que sera le résultat final, mais on sent qu'on est sur une piste ». <sup>9</sup>

Les attitudes suivantes sont par contre considérées comme **des freins à la créativité** :

- le poids de l'autorité
- la recherche de la réponse unique et exacte, de la bonne réponse
- la présomption, l'absence de remise en cause de ce qui paraît évident
- le conformisme
- un jugement hâtif, l'esprit critique
- la confiance exagérée dans la logique
- le refus du rêve « jouer, c'est pas sérieux »
- la peur de se tromper, la peur de l'échec
- la crainte du ridicule
- la crainte de la nouveauté
- une attitude négative face à un problème
- l'esprit de compétition
- la croyance que l'on n'est pas créatif

---

<sup>8</sup> ROUILLARD, Sylvain, *La créativité : concepts de base*, page 13

<sup>9</sup> Ibid., page 14.

**Se nourrir l'esprit de belles choses, d'expériences à succès**

Comme le suggère Julia Cameron dans son ouvrage *Libérez votre créativité*, il est utile pour créer de nourrir régulièrement son « artiste intérieur ». Pour ce faire, on peut aller au musée, porter attention aux belles choses de notre environnement et, par extension, s'exposer régulièrement aux œuvres d'autres artistes engagés, pairs, militants créatifs, et s'inspirer d'autres actions de mobilisation menées dans le monde.

**Apporter un soin particulier à la présentation de son sujet et sa proposition d'action**

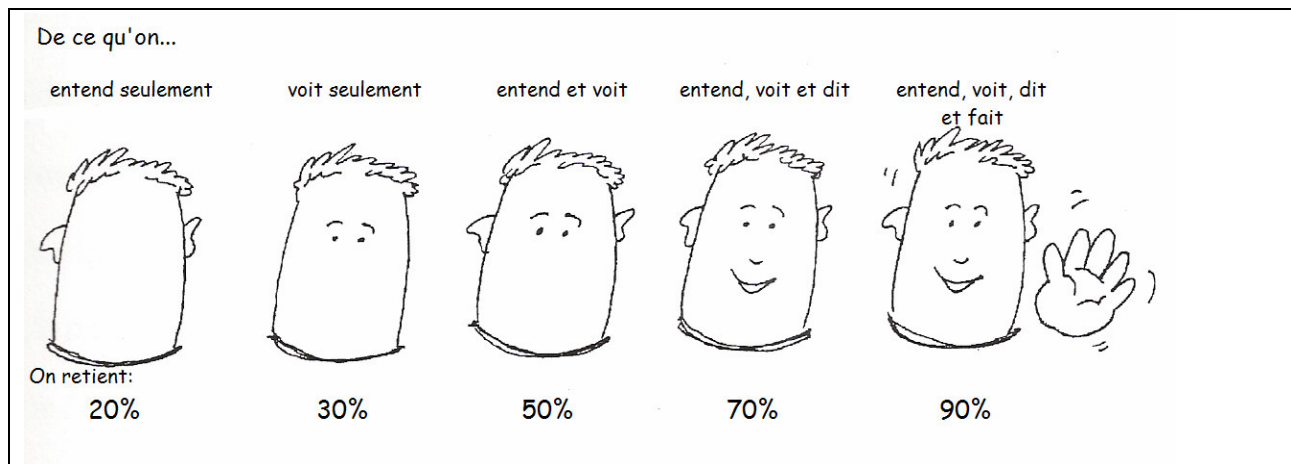
Selon l'un des principes de la promotion et la communication, plus on apporte de soin à la manière de faire passer son message, plus on capte l'attention du public. Le public risque dès lors d'être touché et rejoint par notre message qui prendra de la valeur à ses yeux, ses oreilles et son cœur.

**Modèle de grille de planification d'une démarche d'éducation populaire**

Étapes	Objectifs	Activités	Matériel	Temps	Qui ?
<b>Partir de l'expérience des participants</b>	Cerner ce que signifie la pauvreté pour les participants	<b>Ma vie en images</b> : chacun choisit une image qui renvoie à son expérience ou sa perception de la pauvreté et justifie son choix en groupe (pour plus d'info, voir la page 19)	Banque d'images, musique pour la durée des images	15 min	Meneur de jeu anime l'activité
<b>Ajouter de l'information</b>	Présenter des faits liés à la pauvreté dans le monde et les objectifs du Millénaire pour le développement (OMD)	Courte pièce de théâtre et présentation PowerPoint sur les OMD	Accessoires, costumes, appareil de projection et/ou ordinateur portatif	40 min	Personne-ressource fait la présentation
<b>Analyser</b>	Comprendre les intérêts et enjeux liés à la lutte contre la pauvreté	Théâtre image (voir la description du théâtre image à la page 11)	Accessoires	20 min	Meneur de jeu anime l'activité avec une personne-ressource et des participants
<b>Planifier l'action</b>	Cerner comment les participants souhaitent/peuvent agir personnellement et collectivement	Remue-méninges pour cerner les actions individuelles et collectives. Établir les priorités d'une action collective réaliste	Tablette géante, crayons feutres	15 min	Meneur de jeu dirige l'activité avec les participants

Rappelons-nous que la communication implique une dimension rationnelle dite objective ou informationnelle, donc qui a rapport aux faits non discutables, et une autre plus émotionnelle qu'on peut aussi qualifier de subjective. Des faits et des données précises permettront de joindre et mobiliser les personnes plus rationnelles, tandis que les émotions permettront de joindre les autres. Vous serez compris sans aucun doute par un plus grand nombre de personnes si vos communications font appel à ces deux dimensions.

Précisons aussi que plus l'expérience de communication sollicite tous les sens, plus les gens qui reçoivent l'information sont susceptibles de la retenir.

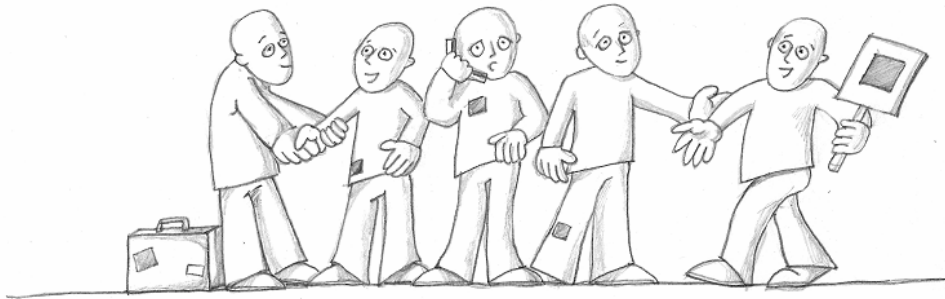


Les « Learning Heads », extrait du Code d'animation pour assemblées délirantes de Mise au jeu

Il est démontré que les participants à un atelier retiennent davantage ce qu'ils ont appris s'ils ont eu la chance d'en parler et de le mettre en pratique. Comme il est illustré dans le dessin ci-dessus, plus on fait appel aux sens et aux dimensions expressives autres que l'ouïe et la vue, plus les chances d'assimilation de la matière sont grandes.

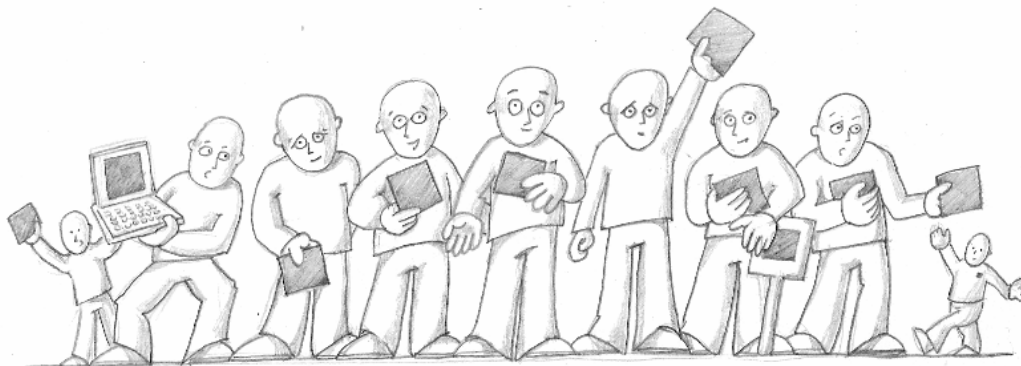
### 3. Planifier

À l'étape de la planification, nous verrons dans un premier temps comment repérer, dans son milieu, avec qui s'allier pour faire une différence. Nous examinerons ensuite comment, grâce à la technique du remue-méninges, concevoir en groupe des actions originales tout en tenant compte de ses moyens et limites. Enfin, nous passerons en revue quelques considérations supplémentaires à prendre en compte pour la planification de l'action.



#### Évaluer les forces, identifier les alliés

Le groupe noyau qui dirige l'action peut tirer parti de ses contacts. Vous pouvez faire un exercice afin d'identifier spécifiquement les membres de la communauté qui peuvent devenir des alliés dans l'action que vous souhaitez proposer et ceux qui pourraient éventuellement s'y opposer, et cerner les raisons et les circonstances en jeu. Vous pouvez, par exemple, vous tourner vers les membres de l'association étudiante, de la direction de votre établissement, du personnel enseignant et de son syndicat, des associations professionnelles, d'autres étudiants, des résidents et des commerçants du milieu et les élus, leur présenter votre projet d'action et échanger avec eux pour déterminer comment ils le perçoivent et, s'ils se sentent interpellés, comment ils pourraient y contribuer. Sollicités ainsi de manière proactive et sans urgence, les acteurs de notre milieu peuvent répondre de manière étonnante. Les gens aiment généralement se faire demander une contribution à leur mesure. Au cas où vous vous heurteriez à des résistances ou, vraisemblablement, à un manque d'intérêt à l'égard de votre action, prévoyez des approches éducatives ou de sensibilisation qui vous permettront de joindre vos interlocuteurs dans leurs préoccupations et intérêts.



## **Cerner les objectifs de transmission de connaissances, de savoir-faire et de savoir-être**

Durant la planification de votre action, vous avez intérêt à différencier les niveaux de sensibilisation, de démystification, d'information et de savoir, et de préciser les messages clés à transmettre. Vous avez aussi avantage à vous fixer des objectifs relatifs au savoir-faire et au savoir-être, c'est-à-dire le climat, l'ambiance, l'état d'esprit dans lesquels vous souhaitez que les participants évoluent durant et après l'activité. Il vaut mieux formuler les objectifs à partir de la perspective des participants, afin de pouvoir facilement en évaluer la réalisation à partir de ceux-ci plutôt qu'à partir d'une liste d'actions qui aurait été dressée par des organisateurs d'événements.

### **Exemples d'objectifs liés à des actions de mobilisation**

Une action de mobilisation peut cibler plusieurs objectifs. En voici quelques exemples :

#### Objectifs de transmission de connaissances :

Que les participants, à la fin de notre échange...

- aient compris quelles sont les trois causes principales de la pauvreté dans le monde ;
- soient en mesure de formuler quels sont les huit objectifs du Millénaire pour le développement et ce, dans leurs propres mots ;
- aient cerné au moins cinq pistes de solution qu'ils peuvent actualiser à leur niveau.

#### Objectifs de savoir-faire (au besoin) :

Que les participants, à la fin de notre intervention...

- aient dessiné une carte postale et l'ait envoyée à leur député fédéral ;
- aient réalisé au moins une production créative par écrit ou verbalement ;
- aient expérimenté l'écriture d'un poème collectif ;
- aient élaboré un nouvel argumentaire en faveur de la lutte à la pauvreté.

#### Objectifs de savoir-être :

Que les participants durant l'activité...

- se soient amusés ;
- aient surmonté la peur du ridicule ;
- se soient prêtés à au moins un jeu ;
- aient mangé de la nourriture de qualité qui leur a plu ;
- aient manifesté l'envie de répéter l'expérience ou de se rencontrer de nouveau.

**Attention ! NE FIXEZ PAS D'OBJECTIFS IRRÉALISTES.**

La mobilisation prend du temps et se construit souvent une personne à la fois !

## Comment attirer l'attention du public ?

Plusieurs moyens sont à votre disposition pour attirer l'attention du public, entre autres :

- faire du bruit, avec un tambour, des clés, des chaudrons
- répéter un même mouvement
- faire la lecture à haute voix d'un journal, d'une lettre, d'une déclaration
- faire le silence au milieu du chaos
- bouger au ralenti ou s'immobiliser dans la foule
- souligner les contrastes
- créer des lignes, des mouvements et effets de groupe
- mettre une brève histoire en scène
- installer un périmètre de sécurité dans un lieu public
- utiliser des tissus de couleur unie, la multiplicité d'un même objet



Depuis 30 ans, les « Mères de la Place de mai » luttent, en Argentine, avec leurs réputés foulards blancs sur la tête pour que la disparition de leurs fils soit reconnue comme un génocide et que leurs tortionnaires soient punis.

- accorder de nouveaux usages à des objets du quotidien pour créer un sentiment festif, ou d'inconfort



Un manifestant anonyme a utilisé l'assiette vide comme symbole de son désarroi face à la baisse des bourses étudiantes.

- penser autocollants, pour joindre les jeunes, tatous non permanents, festival de planches à roulettes, expériences de graffiti, d'expression par la vidéo
- inviter les gens d'affaires à une conférence d'experts de type petit-déjeuner ou 5 à 7, à l'Hôtel de ville, par exemple.

### **Choisir le momentum, lier l'action à une date ou événement stratégique**

À cette fin, vous pouvez consulter un calendrier des journées thématiques en faisant une recherche sur Internet en fonction de votre objet de mobilisation. Par exemple, le 17 octobre est décrété Journée internationale pour l'élimination de la pauvreté ; le 22 mars, Journée mondiale de l'eau. Vous pouvez aussi, bien que ce soit plus hasardeux, choisir une période pour réaliser votre action en fonction de l'actualité.

### **Des trucs pour favoriser la participation**

- **Offrir un lunch** aux personnes participantes (ou une collation selon l'heure à laquelle l'action a lieu)
- **Intégrer une partie culturelle**, un spectacle, la contribution d'artistes locaux, amateurs ou professionnels, auxquels les gens visés pour votre action s'identifient
- **Intégrer dans l'équipe de mobilisation des personnes qui connaissent bien le milieu**, la culture, la langue des gens visés par la mobilisation
- **Organiser le transport** et/ou donner des billets d'autobus
- **Organiser une activité de fabrication de bannières, de costumes, d'accessoires.** Cela permet de sensibiliser les gens pendant qu'ils s'amusent, et de créer un sentiment d'appartenance et de fierté d'avoir réalisé ensemble quelque chose de visible.

### **Planifier une stratégie promotionnelle**

Pour élargir la portée de vos actions de mobilisation, vous devez préparer une stratégie promotionnelle qui vise à informer la population de vos activités. Vous pouvez à cette fin :

- afficher et distribuer des tracts, des affiches ;
- diffuser largement l'information ;
- utiliser le bouche-à-oreille ;
- veiller à fournir, par la conception de l'événement, des images intéressantes aux médias ;
- rédiger un communiqué de presse, l'envoyer une semaine à l'avance aux médias, faire le suivi quelques jours auparavant auprès de journalistes clés pour assurer leur présence à l'événement ou, à tout le moins, celle de leur photographe ;
- préparer une ou deux personnes à devenir les portes-paroles du groupe ;
- aider les portes-paroles à préciser deux ou trois messages clés à transmettre lors d'entrevues ;
- les faire répéter des canevas d'entrevue avant l'événement ;
- écrire une lettre d'opinion du lecteur et l'envoyer aux journaux avant l'événement (c'est une bonne façon de préparer la communauté aux idées que vous souhaitez mettre de l'avant, surtout si l'actualité commande ce geste) ;
- encourager les membres du groupe à faire de même pour augmenter les chances qu'une de vos lettres soit publiée ;
- avoir recours aux sites Internet et listes d'envoi par courriel qui, de nos jours, constituent des moyens de rendre beaucoup d'information accessible à peu de frais ;
- imprimer des cartes postales, t-shirts, objets utilitaires (tasses, sacs imprimés), etc.

Une action de mobilisation qui mise sur une approche créative n'est pas nécessairement coûteuse. Il est en effet possible d'exploiter de bonnes idées efficaces avec un minimum de matériel, voire du matériel recyclé, des accessoires minimalistes, voire imaginés, etc. Vous avez cependant avantage à établir un budget pour les ressources financières et matérielles nécessaires à l'élaboration de vos idées et à faire appel à vos réseaux de contacts pour accéder à ce que vous souhaitez.

### **Conditions de réussite d'une action de mobilisation**

L'expérience démontre qu'une des conditions aptes à assurer la réussite d'actions de mobilisation du public est la **création d'espaces de confiance** à l'intérieur desquels les gens sont enclins à s'exprimer et à échanger librement. À cet effet, rappelez-vous que personne n'apprend dans un état de peur.

Pour installer ces conditions, vous devez préalablement vous assurer de bien connaître les participants ciblés. À cette fin, vous avez intérêt à :

- chercher d'abord à savoir où ils en sont dans leur réflexion sur le sujet que vous comptez aborder ;
- savoir ce qu'ils ont déjà accompli par rapport au sujet ;
- cerner quels ont été les obstacles, les échecs ou les limites des essais antérieurs ;
- miser sur l'humour et l'ironie, s'il le faut, pour créer une complicité avec votre public, montrer que vous comprenez son exaspération, sa réalité ;
- établir un fin dosage entre émotion et raison, c.-à-d. faire rire, attrister, toucher et compléter votre présentation par une information claire, juste et objective ;
- établir un équilibre entre le visuel, l'auditif et le kinesthésique ;
- faire en sorte que la personne jointe apporte une contribution individuelle pour créer un effet d'ensemble. Le carré de tissu rouge porté par les étudiants comme signe de résistance à la hausse des frais de scolarité avant, pendant et après les périodes de grèves étudiantes est un exemple d'un phénomène simple qui a de l'effet.

### **Passer à l'ACTION !**

Après avoir conçu et préparé votre intervention créative, vous devez bien sûr la mettre en pratique pour pouvoir obtenir l'effet escompté. Il peut être utile de tester votre intervention auprès d'un groupe témoin. Pour ce faire, vous pouvez inviter des amis et personnes de confiance qui pourront formuler des commentaires constructifs sur votre intervention. Vous n'avez ensuite qu'à apporter les améliorations nécessaires à votre intervention et à renforcer vos bons coups.

Voici quelques conseils pour vous aider à maximiser le potentiel de votre intervention :

- veiller à ce que le matériel soit en place et fonctionnel ;
- faire des exercices de réchauffement de la voix ou du corps, selon le moyen de communication choisi ;
- vous fixer un objectif personnel spécifique d'animateur ou de communicateur et le garder en tête ;
- relire votre plan d'intervention ;
- avoir avec vous des notes sur le contenu à transmettre pour pouvoir les consulter au besoin ;

- vous préparer à vous laisser surprendre par quelque chose d'inattendu, vous donner le droit à l'erreur ;
- vivre l'expérience de l'action avec curiosité, comme un projet de recherche ;
- communiquer à partir de l'expérience des personnes avec qui vous engagez la conversation.

### **Mises en garde concernant le processus de groupe**

Organiser une action de mobilisation, si créative soit-elle, peut faire vivre de l'inconfort ou du stress à certaines personnes qui ont peu l'habitude de s'affirmer en public, et faire surgir toutes sortes d'insécurités. À cet effet, il est sage de :

- rechercher le consensus autour d'un projet commun sans aplanir les divergences d'opinions sur ce qui devrait être fait ;
- utiliser les conflits qui se présentent inévitablement en cours de route pour apprendre, et guider le groupe vers leur résolution, afin de poursuivre l'actualisation de vos objectifs communs ;
- envisager les possibilités de rupture dans le groupe. Dans un tel cas, prévoir des plans B (personne n'est irremplaçable) ;
- savoir que lorsqu'il a traversé l'étape du conflit, le groupe se trouve souvent plus soudé et en mesure d'aller plus loin.

## **4. Le retour... ÉVALUATION et CÉLÉBRATION**

Après avoir mené en équipe une action de mobilisation, vous avez intérêt à tenir une discussion de groupe pour en dégager les résultats. Vous pouvez réunir les participants et échanger commentaires et réflexions sur ce qui s'est passé. Vous pouvez aussi demander aux membres du groupe de remplir une grille d'observation (voir en annexe) où ils consignent les points forts et à améliorer de l'intervention, ou de rédiger, sous forme d'écriture automatique ou de poésie, un court texte qui résume leurs impressions et observations sur l'intervention. Vous pouvez également réaliser des entrevues vidéos pour récolter des témoignages et les diffuser ensuite avec la permission des personnes interviewées.

Lors de cette rencontre vous pouvez :

- afficher des photos prises lors de l'action ;
- afficher les articles de journaux qui ont été publiés sur l'évènement ;
- continuer à parler du sujet, des progrès et des gains, tout en faisant le lien avec les mobilisations passées ou à venir ;
- faire ressortir le côté positif de l'action menée, ensuite les améliorations possibles ;
- nommer ce que vous avez à fêter ;
- célébrer la victoire ou les victoires ;
- analyser, évaluer et planifier une action ultérieure dont la cible est encore plus précise.

## Comment mesurer les effets d'une mobilisation ?

Vous avez différentes méthodes à votre disposition pour mesurer les effets d'une mobilisation. Il peut être fort utile de documenter visuellement, quantitativement et qualitativement dans un format narratif les diverses étapes réalisées ainsi que les effets observés. Voici quelques exemples de méthodes à cet effet :

- faire remplir un questionnaire avant et après l'activité, et mesurer les changements de perception et de connaissance par rapport au sujet abordé par votre mobilisation ;
- mesurer le niveau de participation au moyen d'un registre des présences/coordonnées des participants ;
- répertorier l'impact médiatique ou communautaire de votre action ;
- quantifier les appuis institutionnels et politiques ;
- signaler les capacités des personnes de nommer les enjeux clairement après l'activité ;
- mesurer le nombre de nouveaux adhérents ou signataires ;
- répertorier l'émergence de projets ou d'actions à long terme.<sup>10</sup>



### Un rayonnement insoupçonné

Il est important de se rappeler de l'effet multiplicateur parfois insoupçonné des actions que l'on mène. Les gestes que l'on pose rayonnent de manière complémentaire à d'autres gestes posés par d'autres personnes mobilisées. Notre action fait souvent partie d'un tout, complémentaire à d'autres actions. C'est de s'inscrire dans cet ensemble en mouvement qui compte !

---

<sup>10</sup> L'équipe Mise au jeu, avec l'appui de la Ville de Montréal et de nombreux partenaires locaux, a conçu et orchestré dans plus d'une vingtaine d'arrondissements, entre 2001 et 2004, l'action de mobilisation/consultation Jeunesse enJEUX Montréal dont certains effets ne se sont concrétisés que de deux à cinq ans après les interventions réalisées. Il s'agit notamment de l'ouverture d'un terrain de basket-ball dans un secteur où cette ressource était inexistante donc inaccessible aux jeunes ; la création d'une ressource jeunesse X-ARTS dans un quartier multiethnique axée sur l'expression artistique par et pour les 16-30 ans ; la mise sur pied d'un groupe ACQUIS DE DROITS, d'intervention et de prise en charge des enjeux liés à la relation respectueuse entre les jeunes adultes de minorités visibles et la police.

## **Attention aux mercis !**

Il y a plusieurs façons d'exprimer votre reconnaissance envers les personnes mobilisées. Dire merci aux participants peut être perçu comme une manière de vous approprier la lutte que vous êtes en train de mener ensemble. Les gens ne participent pas pour vous faire plaisir ou pour se mettre à votre service, mais parce qu'ils ont espoir avec vous que les choses changent. Exprimez alors davantage votre appréciation d'avoir fait cet heureux bout de chemin avec eux et votre envie de dire à la prochaine !

## **Pour ne pas conclure...**

En résumé, voici quelques réflexions primordiales concernant les pratiques créatives de participation citoyenne et de mobilisation :

- S'engager dans la voie de la mobilisation citoyenne fait partie d'un droit, voire d'une responsabilité citoyenne, dans le cadre de nos démocraties représentatives.
- L'engagement du public par des pratiques créatives se fait par la voie du plaisir, de l'exploration sensorielle, de l'expression des émotions, de l'abandon au jeu et à l'humour, avec rigueur et organisation toutefois.
- Le recours aux méthodes créatives permet la simplicité et une économie de moyens.
- Les démarches créatives font appel à l'imagination des gens, à leur capacité d'illustration de réalités complexes et multiples à partir de leur corps, du dessin, de l'illustration photographique, de la vidéo, de la musique, du théâtre, du mariage de plusieurs disciplines artistiques.
- Plus on implique de sens dans l'expérience de la communication, plus la capacité de rétention de l'information échangée est grande.
- Il est souhaitable que les mobilisations citoyennes proposent, en plus d'un processus réflexif qui part de l'expérience des gens, des actions spécifiques.
- Tout comme l'intelligence, la créativité ne se développe pas en vase clos, dépourvue d'un environnement, d'une structure ou de techniques qui soient en mesure de la canaliser.

## **Et maintenant...**

Nous pouvons influencer sur l'avenir par nos actes d'aujourd'hui.

En notre qualité d'êtres humains, nous sommes des organismes extraordinaires débordant d'énergie créatrice. Que se passe-t-il si nous n'utilisons pas cette énergie ? Où va-t-elle ? Sans doute dans la voie de la pollution, la frustration, la rage, la violence. Qu'allons-nous faire avec elle alors ? Le présent guide nous invite à l'utiliser à bon escient, à pousser nos recherches et explorations, à passer à l'action, à apprendre de nos réussites et erreurs. Les possibilités sont infinies, **Sky is the limit !**

## **À nous de jouer !**

## Bibliographie et références

- ALINSKY, Saul, *Manuel de l'animateur social, une action directe non violente*, Éditions du Seuil, 1976, 242 pages.
- BARNDT, Deborah et Carlos FREIRE, *Naming the Moment, Political Analysis for Action: A Manual for Community Groups*, Jesuit Centre for Social Faith and Justice, Toronto, Canada, 1989.
- BOAL, Augusto, *Legislative theater*, éditions Routledge, 1998, 254 pages.
- CAMERON, Julia, *Libérez votre créativité Osez dire oui à la vie !*, Dangles, 1995, 309 pages.
- CUSSON, Paul, *La créativité à l'ordre du jour*, Louise Courteau éditrice, 1993, 158 pages.
- GATT-Fly, *Ah-Hah! A New Approach to Popular Education*, Toronto, Between the Lines, 1983 (réimprimé par Catalyst Centre).
- GAUDET, Luc, *Volverse actor@s del cambio, Guia para prepara y presenter un teatro participativo*, GTZ, Corporacion tecnica alemana, El Salvador, 2003, 47 pages.
- GOLDBERG Natalia, *Writing Down the Bones*, Shambhala, 1986, 171 pages.
- UNIVERSITÉ CONCORDIA, INSTITUT DE DÉVELOPPEMENT COMMUNAUTAIRE CENTRE DE L'ÉDUCATION PERMANENTE, *Pour mobiliser la participation de la base dans une ère démobilisante : expériences des groupes communautaires, apprentissages critiques et pistes stratégiques*, compte rendu de la table ronde des 8 et 9 décembre 1997, 19 pages.
- INSTITUT NATIONAL DE SANTÉ PUBLIQUE DU QUÉBEC, « La gouvernance partagée et l'amélioration des conditions de vie », *Développement social*, volume 8, numéro 2, décembre 2007, 95 pages.
- MERCIER, Clément et Lise ST-GERMAIN, *La participation citoyenne et le développement des communautés État des lieux et débats*, 4 avril 2008, 54 pages.
- MISE AU JEU, *Code d'animation pour assemblées délirantes, répertoire de jeux d'animation*, 7<sup>e</sup> édition revue et corrigée, 2004, 61 pages.
- RAPSIM, *La boîte à outil de la mobilisation*, Un guide du réseau d'aide aux personnes seules et itinérantes de Montréal, 2007, 7 pages.
- ROUILLARD, Sylvain, *La créativité : concepts de base*, 1996, autoédition, 79 pages.

Oxfam-Québec : [www.oxfam.qc.ca](http://www.oxfam.qc.ca)

Oxfam International : [www.oxfam.org](http://www.oxfam.org)

Action terroriste socialement acceptable (ATSA) : [www.atsa.qc.ca](http://www.atsa.qc.ca)

Artistes pour la paix : <http://artistespourlapaix.com/>

Bread and Puppet Theatre : [www.breadandpuppet.org](http://www.breadandpuppet.org)

Engrenage noir : <http://www.engrenagenoir.ca/index.php?lang=1>

ENvironnement JEUnesse : [www.enjeu.qc.ca](http://www.enjeu.qc.ca)

How To Guide for organizing a reading :

[http://www.poetsagainstthewar.org/download/READING\\_HOWtos.doc](http://www.poetsagainstthewar.org/download/READING_HOWtos.doc)

Mise au jeu : [www.miseaujeu.org](http://www.miseaujeu.org)

Ne pas plier : le graphisme au service du politique :

<http://www.place-publique.fr/mag/mag10/zoom3.html>

Poeple & Planet : [www.peopleandplanet.org](http://www.peopleandplanet.org)

Pulsart : <http://www.pulsart.org>

Senscène : [www.senscene.uqam.ca](http://www.senscene.uqam.ca)

The 411 Initiative For Change : [www.whatshe411.ca](http://www.whatshe411.ca)

Les ViVaces : <http://lesvivaces.org/>

# ANNEXES

## Annexe 1. Grille de planification d'une démarche d'éducation populaire

Étapes	Objectifs	Activités	Matériel	Temps	Qui ?
Partir de l'expérience des participants					
Ajouter de l'information					
Analyser					
Planifier l'action					

## **Annexe 2. L'ABÉCÉDAIRE de l'animation réussie lors de présentations publiques**

### **Accueil des participants**

Que ce soit lors d'événements publics ou de rencontres individuelles, qu'il se fasse par un personnage ou par un animateur, le premier contact est le moment de créer une complicité avec les participants, de « les mettre de son bord ».

### **Bonhomie**

L'attitude idéale de l'animateur pour inspirer confiance aux participants : sourire aux lèvres, ouvert, à l'écoute, dynamique, concentré, muni d'une bonne dose d'humour et prêt à s'adapter.

### **Capter l'attention**

Au début de l'animation, il est essentiel d'attirer l'attention par la voix, un bruit, un mouvement, un objet, une blague ou un autre moyen adapté à son propos.

### **Demeurer vigilant**

Mieux vaut prévenir que guérir. Il y a lieu de balayer constamment le groupe du regard, d'être attentif aux signes de fatigue et d'impatience, d'agir avant de perdre l'attention, de faire bouger les participants, d'accélérer un moment plus théorique, et d'avoir recours à l'humour.

### **Conserver l'intérêt**

Petits trucs :

- Bouger, éviter d'être statique
- Diriger l'attention
- Déplacer le focus
- Surprendre
- Casser le rythme
- Ponctuer d'interactions imprévues au besoin
- S'adapter

### **Favoriser le rythme et la circulation de l'énergie**

L'animation suppose une notion de spectacle. Le rythme est primordial. Il faut rester dynamique. L'énergie de l'animateur influence celle des participants.

### **Gérer son énergie**

Même si on maîtrise toutes les techniques d'animation, il demeure important de gérer et d'économiser son énergie.

Voici quelques conseils « de prévention » qui permettent à l'animateur de se ménager tout en offrant la meilleure performance possible :

- Cerner les moments dans la journée qui nécessiteront une grande dépense d'énergie et être économe entre ces moments.
- Prendre le temps de se concentrer avant une animation, de manière à ramasser son énergie. Une minute ou deux suffisent. Respirer profondément, se remémorer ses indications sur son personnage si tel est le cas, établir son objectif personnel.
- La nervosité engendre une grande dépense d'énergie. Si c'est le cas, veiller à se calmer, grâce notamment à la détente, au massage du visage, à des étirements, à des exercices de respiration, etc.
- Être attentif à son rythme personnel et le respecter.
- Faire attention aux « bouffeurs d'énergie », ceux qui accaparent et qui grugent la patience.

- Marquer clairement la fin d'une animation et, s'il reste des questions, les renvoyer si possible à quelqu'un d'autre.
- Essayer de se garder des moments de répit à l'intérieur même d'une animation.
- Faire travailler, si possible, les participants.
- Rester ouvert, mais protégé, de manière à ne pas recevoir personnellement la mauvaise humeur ou l'agressivité d'un participant. Garder une distance.
- Se souvenir que des commentaires manifestement négatifs à l'égard de votre intervention constituent souvent des marques d'intérêt déguisées. Il vaut mieux les recevoir comme tels et ne pas se laisser déstabiliser.
- Vivre l'animation au présent, c'est-à-dire ne pas s'inquiéter de ce qui s'en vient ni s'attarder sur une erreur.
- Toujours se garder un temps de récupération après une animation.

### **Remercier pour les interventions**

Si les participants sentent que leurs questions ou commentaires sont pertinents et appréciés, ils auront envie d'en formuler d'autres et demeureront attentifs. À l'inverse, un participant dont les questions restent sans réponse risque de perdre le fil et donc de décrocher.

### Annexe 3. Grille d'observations

**Renseignements généraux :**

Nom de l'activité :

Nom de l'observateur :

Date de l'activité :

Nombre de participants :

Lieu de l'activité :

Durée de l'activité :

Animateur(s) :

Animation et déroulement (remplir après l'activité)

	Points forts	Points faibles	Recommandations	Suivi
Animation				
Formule				
Lieu				

Résultats de l'activité et commentaires généraux :

**Notes**