

FICHE TECHNIQUE D'ANIMATION

LE DEBAT MOUVANT

L'OBJECTIF DU DEBAT MOUVANT

Il s'agit ici de permettre au plus grand nombre d'une assemblée de prendre la parole de manière démocratique à l'inverse des débats traditionnels dans lesquels seuls ceux qui demandent la parole la prennent. En effet, le format traditionnel des débats (frontaux : une tribune face à une assemblée, puis l'assemblée est sollicitée pour poser des questions ou apporter un point de vue ...) est rapidement stérile puisque souvent seules les personnes peu timides, habituées à parler en public y participent.

L'objectif de cette approche est donc de susciter la participation du plus grand nombre à un débat, de manière organisée.

De plus, le fait de se déplacer encourage chaque individu de l'assemblée à prendre le temps de réfléchir personnellement à la question mise en débat et de se positionner.

L'objectif n'est pas d'apporter un postulat déjà construit de la part du formateur, mais bien de soumettre une réflexion à la collectivité, pour en tirer le maximum d'argument, de visions et d'opinions possible, de sorte. La réflexion collective permet aux participants de développer un esprit critique et de pouvoir enrichir son raisonnement.

Les participants développent alors :

- Leur capacité d'introspection qui permet de mettre en lumière, sans honte ni culpabilité, les pensées qui les traversent,
- Leur capacité de décentration qui consiste à mieux entendre et prendre en compte le ressenti et le point de vue des autres.

Ce type de débat a aussi pour objectif de créer du lien entre les participants (ils échangent en petits groupes). C'est ainsi que l'animer en début de séance, même avant un tour de table, permet à chacun de s'exprimer librement, sans pression.

LES PRINCIPES DE BASE DU DEBAT MOUVANT

Le premier principe de base est de mettre en débat une affirmation suffisamment polémique pour diviser une assemblée. La phrase doit être choisie avec beaucoup d'adresse et d'habileté pour éviter que le débat ne porte sur la sémantique.

Le deuxième principe de base est de favoriser la participation de chacun dans le débat. Les participants doivent tous à un moment exprimer leur opinion.

LE DEROULE DU DEBAT MOUVANT

L'animateur sépare l'espace en deux camps : « d'accord » / « pas d'accord » ou bien « pour » / « contre » etc.

L'animateur énonce la phrase à débattre. Par exemple : Dans une boutique AdM, les consommateurs n'ont aucune garantie que les produits sont réellement équitables.

L'animateur demande à l'assemblée de se positionner dans l'espace en fonction de leur opinion d'accord ou pas d'accord.

L'animateur laisse 5 minutes à chaque camp pour lister des arguments. Ce moment est le plus intéressant en terme de participation : il permet à **chacun** de s'exprimer. Il est donc fondamental de demander aux personnes de se

rassembler en sous-groupes de trois personnes maxima pour confronter les opinions. Un porte parole par sous-groupe sera chargé d'annoncer les arguments listés.

Le groupe « d'accord » et le groupe « pas d'accord » exposent tour à tour leurs arguments.

A tout moment, chaque participant a le droit de changer de groupe s'il se sent convaincu par les arguments exposés. L'objectif de chaque groupe est d'essayer de convaincre les personnes qui se trouvent dans l'autre camp ou dans la rivière s'il y en a une, de le rejoindre.

Attention, l'animateur ne doit pas prendre part au débat, il ne doit pas non plus « synthétiser pour orienter l'opinion ». L'idée est bien de faire sortir le maximum d'arguments pour ou contre de manière à favoriser l'esprit critique.

VARIANTES ET ASTUCES :

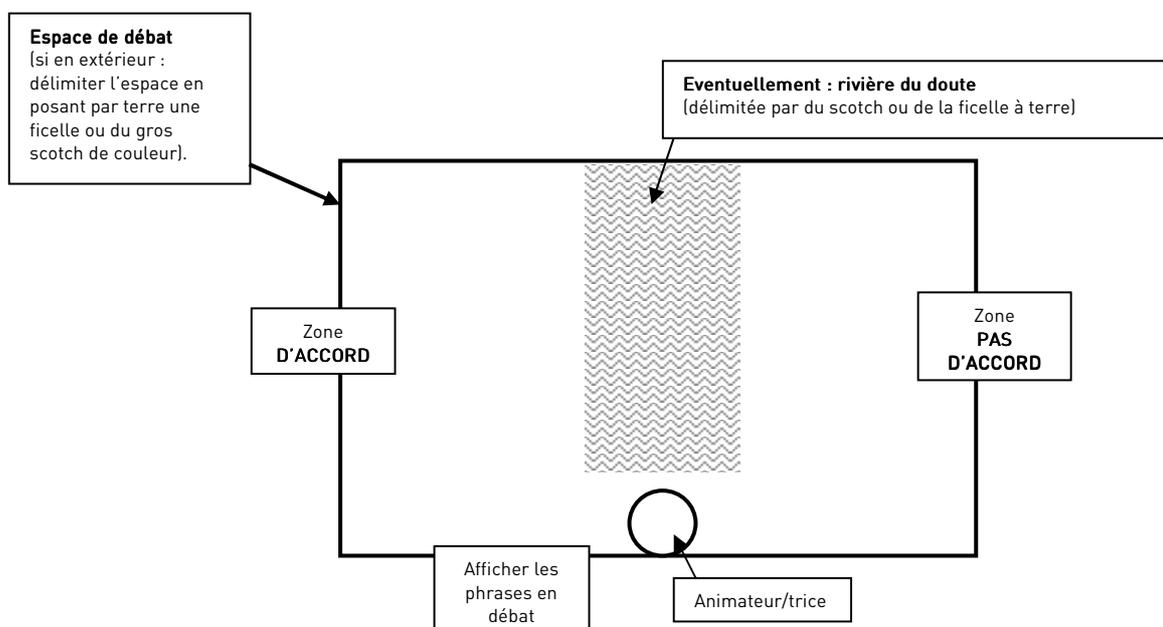
La rivière du doute

Ceux qui n'ont pas d'opinion, ou qui ont des « doutes » se placent au centre, dans une rivière imaginaire, « la rivière du doute ».

En revanche, le groupe qui doute n'a pas le droit de s'exprimer

Susciter la participation

L'animation de ces débats en espaces ouverts permet de susciter le questionnement aussi chez les passants sans pour autant qu'ils prennent part à la discussion.



Ici, le 13 mai 2012, des candidats aux législatives doivent convaincre par leurs arguments, les 50 personnes du public (leur électorat) de les rejoindre dans leur zone sur la phrase, positionnée au milieu par l'animatrice :

La réduction de la pauvreté passe par la croissance économique

