

# STORYTELLING AU SERVICE DU CHANGEMENT CLIMATIQUE



# STORYTELLING

- Style du monde anglo-saxon qui met l'accent sur la narration, raconter des histoires humaines pour mieux présenter les enjeux complexes et avoir un impact émotionnel sur l'audience
- Pas l'apanage des médias. D'ailleurs c'est une pratique répandue à Hollywood et de plus en plus développée dans l'industrie de la publicité
- Toucher, susciter l'engagement, pousser à l'action

# INVESTIGATION OU CLIMAT

- « Les meilleurs travaux d'investigation se convertissent souvent en **articles arides et difficiles à lire**. Dans le meilleur des cas, ces enquêtes sont **ennuyeuses**; mais dans le pire, elles sont tout simplement **incompréhensibles**. Malheureusement, ces enquêtes risquent ainsi d'avoir un **impact faible, ou même pas d'impact** du tout, gâchant ainsi des mois de travail ardu», [Olga Simanovych, GIJN](#)

# FAIRE COMPRENDRE LES ENJEUX

- Evident ? Non !
- Trop souvent, on répète juste ce qu'on a entendu.  
( Tel a dit, tel a ajouté, tel a complété, tel a conclu )
- Des **compte-rendu décevants** après des activités
- Comprendre c'est déterminer **pourquoi c'est important** et **pourquoi je vous en parle**. Quel est l'intérêt pour l'audience ? Passé oui, mais l'avenir.
- Demandez, poser des questions jusqu'à comprendre. Résumer ce qu'on a compris et vérifier si c'est exact...

# PROPOSER UNE BONNE HISTOIRE

## Global Investigative Journalism Network

[ship](#) ▾ [Stories](#) ▾ [Resources](#) [Conferences](#) [Awards](#) ▾ [Calendar](#) [Newsletters](#) [Regional Editions](#) ▾ [Jobs](#) [Contact](#)

CONSEILS DE RÉDACTION

**Vous voulez que votre enquête soit lue? Assurez-vous d'avoir une bonne histoire à raconter**

By [Olga Simanovych](#) | November 22, 2018 [Edit This Post](#)

# UNE BONNE HISTOIRE

- Histoire **humaine** (nous sommes tous sensibles aux histoires des semblables)
- Histoire de lieux, de végétaux d'animaux, **humanisée** (l'Eléphant dit « je suis »)
- **Acteurs** captivants (individu, communauté, entreprise, ONG, gouvernement)
- Manifestation **locale** d'un enjeu **mondial**
- Une solution **locale** pour un problème **global**
- C'est la **première fois** ? C'est **la seule** personne/communauté/Administration ? **Rare** ressource ? Femmes et enfants ?



# RACONTER LA BONNE HISTOIRE

- Parler comme à la mémé ou au pépé, langage simple
- Garder l'audience en tête, pendant tout le récit
- Utiliser modérément les jargons et chiffres
- **Utiliser des symboles et équivalences** ( Il ne suffit pas de dire Conférences des Parties de Paris pour expliquer la COP ou Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat pour parler de GIEC. Rappeler leur rôle/importance)
- Exemple : La « cour suprême » de Facebook

Baptisée « conseil de surveillance », cette structure externe

# RACONTER LA BONNE HISTOIRE

- Utiliser des symboles qui parlent à l'audience

## Bouffons la vie contre le Covid-19 : le grilled cheese

Le grilled cheese, c'est l'équivalent de notre croque-monsieur, l'encas rapide et facile à faire, qui plaît à coup sûr aux enfants. Sur le plan ...

22 avr. 2020

En Australie, l'équivalent de StopCovid n'a détecté qu'un seul cas-contact en un mois

Elle s'appelle COVIDSafe en Australie, et elle est l'équivalent de notre StopCovid, l'application déployée en France mardi 2 juin 2020 par le ...

4 juin 2020

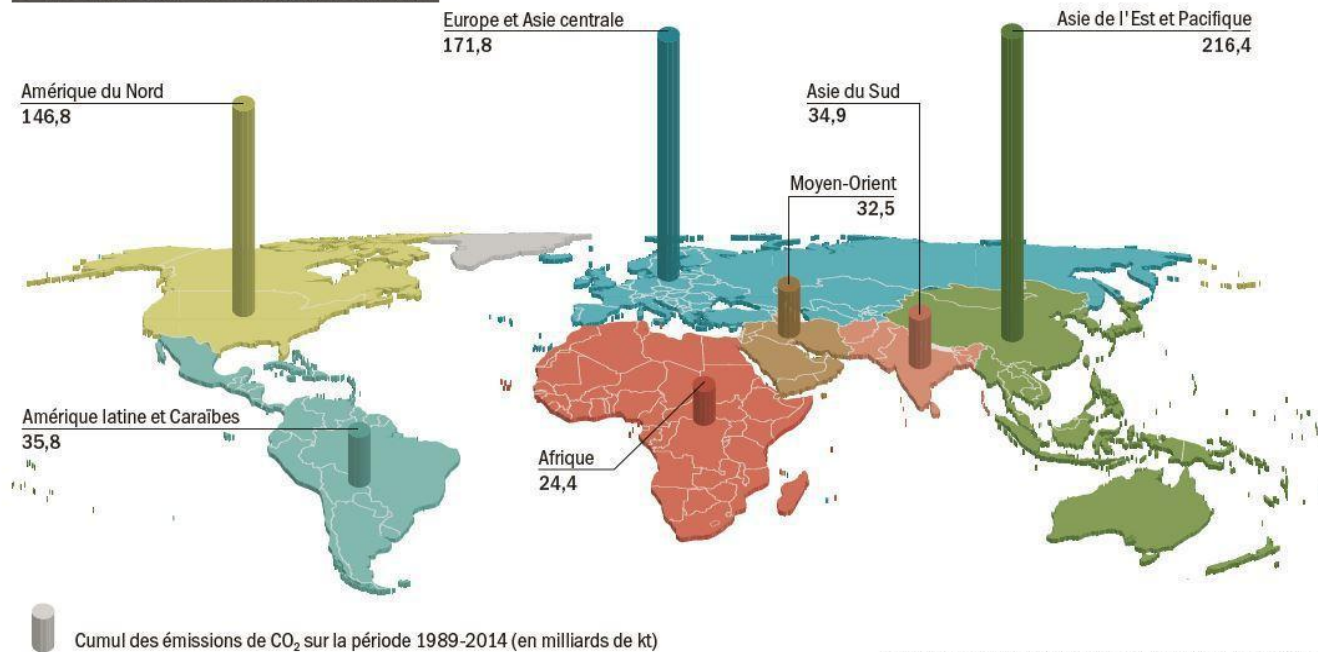
**Rénovation de l'église de Guebwiller :  
«Pour la commune, ça représente  
l'équivalent de Notre-Dame pour Paris »**



# RACONTER LA BONNE HISTOIRE

- Illustrer, une image vaut mille mots.

## ■ Les émissions de CO<sub>2</sub> dans le monde



SOURCE : LA MOUREUX LAURENCE / LA CROIX

# RACONTER LA BONNE HISTOIRE : POURQUOI PAS EN VIDEO ?

- **Sortez-vos téléphones, filmez !** (c'est un gars venu de la presse écrite qui vous le recommande)

“**Le monde a changé**, les gens

consomment les informations différemment, et si vous voulez que votre travail soit remarqué et qu'il fasse réagir, sortez votre iPhone et filmez”, ajoute-t-elle. “Allez sur Youtube, et vous pourriez obtenir 20, 30, 100 fois les vues que vous obtenez en version imprimée. Il en va de même pour les journalistes au Botswana ou en Ouganda : si vous pouvez écrire une enquête pour le papier, vous pouvez aussi écrire un scénario et faire une vidéo. ”

- **Et vous verrez l'impact !**

**MERCI**