

RACONTER UNE HISTOIRE 101

De par le monde, les conteurs sont des gens respectés par leur communauté. C'est que ces as de la communication utilisent habilement l'émotion et des exemples tirés de la vie quotidienne pour faire passer leurs messages. En développement international, les enjeux sont souvent complexes et difficilement accessibles pour le grand public. Les histoires concrètes d'individus réels s'avèrent donc être la meilleure façon de rendre ces questions intelligibles et dignes d'être remémorées. Raconter une histoire, c'est transmettre des messages complexes avec plus d'efficacité. C'est passer par l'émotion pour atteindre la raison.

Utilisez les histoires pour sensibiliser vos proches, vos collègues et votre communauté à ce qu'est le développement international. Le modèle proposé ci-dessous s'applique autant aux articles (ex. blogue, journal), aux vidéos, aux baladodiffusions, qu'aux présentations orales ou autres. Choisissez ce avec quoi vous vous sentez le plus à l'aise!!

Qu'est-ce qui fait une bonne histoire ?

- **Elle capte l'attention**
- **Elle contient l'histoire de personnes réelles** : les gens veulent rarement entendre parler de comités ou d'enjeux intangibles, ils veulent entendre parler de gens, leurs vies, leurs luttes, leurs joies, etc.
- **Elle représente un exemple humain du message plus global et abstrait que vous souhaitez transmettre** : il est possible de s'identifier au personnage principal et d'éprouver de l'empathie.
 - o *Ex. plutôt que de parler du concept de l'économie sociale et solidaire, vous pourriez utiliser l'histoire de Mme Nanfadima, une productrice de karité qui est sortie de la pauvreté grâce à son travail avec la coopérative de Léo.*
- **Elle exprime une seule idée centrale** : quelqu'un qui fait quelque chose pour une raison particulière (réponse aux questions qui, quoi et pourquoi).
 - o *Ex. d'idée centrale : « Une productrice de karité rejoint la coopérative de Léo pour améliorer le sort de sa famille. »*
- **Elle adopte un ton qui correspond au sujet abordé** : une histoire triste n'adoptera pas un ton réjoui ou humoristique; le ton doit ajouter de la crédibilité à l'histoire et maximiser son impact émotionnel.
- **Elle touche l'émotion en exprimant des valeurs universelles** : l'amour, la haine, la peur, la fierté, la bravoure, etc.
 - o *Ex. : À la mort de son mari, Mme Nanfadima était très inquiète de l'avenir de ses enfants puisqu'il est difficile pour une veuve de se trouver un emploi au Burkina Faso.*
- **Elle fait appel à la raison en utilisant des arguments rationnels** : expliquer les comportements décrits, justifier pourquoi la personne fait ce qu'elle fait, faire des liens avec les enjeux plus globaux, intégrer des exemples, des chiffres, etc. renforcent tous l'histoire.
 - o *Ex. : Le travail dans une coopérative de production de beurre de karité, activité traditionnellement réservée aux femmes, est apparu à Mme Nanfadima comme la meilleure solution : cela lui procurerait un travail valorisé et une rémunération qui lui permettrait d'envoyer ses enfants à l'école et de sortir de la pauvreté.*

Quelle structure adopter pour faire une bonne histoire ?

- **Débutez avec une phrase accrocheuse** : concernant la personne dont on raconte l'histoire et annonçant le sujet (idée centrale)
- **Situez le contexte** : fermez les yeux et pensez à une image qui vous touche et qui se rapporte à l'histoire. Parlez des éléments du décor et des actions que les gens font, allez ensuite au-delà de ce que vous voyez et pensez à ce que vous pourriez avoir senti (une brise fraîche ou la chaleur du soleil), entendre (la musique, les sons des personnes qui travaillent, etc.), ou même senti ou goûté.
- **Développez l'histoire de la personne** : situez le qui, quoi, où, quand, comment, pourquoi. Ne cachez pas le contenu intéressant! Utilisez un langage simple et engageant. Évitez le jargon, les longues descriptions (d'une organisation, d'un programme ou de leur histoire) qui décourageront les lectrices et lecteurs. Gardez votre attention centrée sur la personne au cœur de votre récit.
- **Faites des liens avec les enjeux plus globaux** : tirés de votre expérience, de vos connaissances, de la programmation, du travail de l'organisation locale, etc. En dire moins, c'est en dire plus! Vous pouvez inclure des statistiques, mais utilisez-les avec parcimonie afin de renforcer votre message plutôt que de le diluer. Bien souvent, quelques mots bien choisis auront plus d'impact qu'une grande quantité de mots.
- **Intégrez les messages clés du programme Uniterra, du CECI et de l'EUMC, d'une campagne en particulier, etc.** : contribuez à montrer qu'Uniterra fait une différence une personne à la fois! À travers votre histoire, montrez de quelle façon le programme Uniterra, le CECI et l'EUMC contribuent à renforcer les capacités des communautés dans les pays en développement. Les gens comprendront que votre exemple sert à illustrer une situation qui s'applique également à d'autres.
- **Suggérer aux lectrices et lecteurs des façons d'aider à améliorer la situation** : peuvent-ils faire un don, se porter volontaire, ou sensibiliser leur entourage? Ils apprécieront d'autant plus votre histoire s'ils sentent qu'ils peuvent contribuer.
- **Assurez-vous de résoudre votre histoire et de résumer l'idée principale** : ne laissez pas les lecteurs en suspens sur une question abordée mais non résolue. Faites à nouveau un lien avec le programme Uniterra (ou le CECI ou l'EUMC) à la fin : bien que votre histoire ne soit pas à propos du programme (ou des organisations), laissez savoir aux gens ce qu'est le programme Uniterra (le CECI et l'EUMC) et qu'ils peuvent en savoir plus sur notre site web.

Quelques trucs

- **L'approche « hey, maman ! » pour choisir l'histoire à raconter** : imaginez que vous revenez à la maison après un séjour à l'étranger et que vous revoyez vos parents ou amis pour la première fois. Qu'est-ce que vous aimeriez leur dire? Ça intéressera probablement le public.
- **Ajoutez des anecdotes** : sérieuses ou humoristiques, des anecdotes bien choisies ajouteront une dimension concrète à votre histoire et pourront la rendre plus facilement mémorable.
 - o *Ex. : Mme Nanfadima s'est déjà blessé gravement le dos en transportant une quantité trop importante de noix de karité sur une longue distance. L'association en coopérative lui permet d'avoir de l'aide de ses collègues et ensemble elles équilibrent les charges.*
- **Personnifiez à l'aide d'une image ou d'une voix** : accompagnez votre histoire d'une photo, d'un dessin, d'une vidéo ou d'un clip audio représentant la personne au cœur de l'histoire.
- **Ne sentez pas le besoin de parler de tout** : l'objectif est de faire comprendre votre idée centrale.
- **N'hésitez pas à décrire vos sentiments** : au début, les gens penseront peut-être que vous êtes très différent d'eux parce que vous avez eu une expérience « exotique » de volontaire, mais si vous décrivez vos sentiments, ils se sentiront beaucoup plus près de votre expérience. Incluez des sentiments qui peuvent paraître évidents (ex. *j'ai été triste d'apprendre que cette femme devenue veuve à un jeune âge n'avait pas le soutien de sa famille*) et d'autres inattendus (ex. *après avoir vu les femmes dynamiques travailler à la coopérative, j'ai été surprise de les voir s'arrêter en plein travail pour prendre leurs médicaments et réaliser qu'elles vivaient avec le VIH*).