

Communiquer avec un objectif : le *storytelling* d'investigation

par Di Luong

« Communiquer et raconter notre investigation est essentiel, c'est l'un des piliers de notre travail en tant qu'investigatrices et investigateurs. La communication peut être une arme à double tranchant utilisée pour créer de faux narratifs et manipuler, or dans les mains des bonnes personnes, dans nos mains comme investigatrices et investigateurs, communiquer avec un objectif est essentiel pour obtenir un changement, sensibiliser ou rassembler les gens, entre autres choses » (Nuria Tesón). Voici une exploration des approches possibles du *storytelling* et des conseils pour choisir la piste qui fonctionne le mieux pour votre investigation.

Cet article présente un résumé de l'intervention de [Nuria Tesón](#) « Communiquer avec un objectif : le *storytelling* d'investigation » lors de la conférence « L'investigation, c'est de la collaboration » ([Investigation is Collaboration conference](#)) organisée par le projet *Exposing the Invisible* du 2 au 6 août 2021.

« Chacun·e d'entre nous pourrait être une investigatrice, un investigateur, car nous sommes essentiellement des personnes qui racontent ce qui arrive aux gens », déclare Nuria Tesón en décrivant comment nous sommes tous et toutes des communicant·e·s et des narrateurs spontané·e·s. Cependant les investigations demandent beaucoup de travail et sont souvent menées dans des circonstances difficiles. Pour ces raisons, et pour accroître leur impact et leur portée, les investigatrices et investigateurs doivent viser au-delà de la bulle journalistique et inclure une communauté plus large en faisant appel à des compétences et des approches propres aux anthropologues, aux artistes, aux spécialistes des technologies et à d'autres domaines de pratique.

Nuria Tesón présente plusieurs recommandations pratiques qui peuvent vous aider à adopter une approche du *storytelling* d'investigation propre à votre contexte et aux publics que vous souhaitez atteindre.

Précisez votre objectif

Quel objectif voulez-vous atteindre ?

Avoir un objectif en tête vous aidera à sélectionner un style de communication et de *storytelling* qui correspond le mieux aux actions que vous devez mener pour atteindre votre objectif.

L'objectif (ou les objectifs) peut être d'informer, de sensibiliser ou de dénoncer des méfaits, d'agir la mise en place d'une action juridique ou d'une législation, de collecter des fonds pour les victimes d'abus, d'obtenir un soutien pour poursuivre une investigation, de mettre des informations à la disposition d'autres investigatrices et investigateurs, d'obliger les aut·eur·rices d'un méfait à rendre des comptes, ou de réfuter un discours dominant, entre autres.

Nuria considère que le rôle d'un·e journaliste n'est pas de mobiliser ou de faire campagne comme un activiste. Cependant, les journalistes ont la responsabilité d'informer les gens au sein d'une société afin que d'autres puissent utiliser les éléments de preuves pour s'engager activement dans le processus sociopolitique. Les questions clés à garder à l'esprit, pour rester dans l'objectivité dans les cas où il est difficile de trouver un terrain de compromis en fixant vos buts, sont les suivantes :

- Quel type d'éléments de preuves dois-je recueillir ?
- De quoi ai-je besoin pour communiquer et partager ces éléments de preuves ?

Identifiez votre public

L'objectif, combiné à la connaissance du public que vous souhaitez atteindre, permet de déterminer le format et la méthode de communication et de storytelling appropriés. Si le public que vous cherchez à atteindre est souffre illettrisme ou n'a pas l'électricité, envisagez d'organiser une pièce de théâtre pour toucher une communauté plus large. Si vous êtes un·e artiste ou si vous pouvez collaborer avec un·e artiste, envisagez d'adapter vos résultats pour les exposer dans un musée afin de toucher un public plus large et plus diversifié.

Utilisez plusieurs formats pour raconter la même histoire

Le format ne doit pas nécessairement être un format classique, écrit. Comme nous l'avons vu plus haut, certains publics risquent même de ne pas en profiter du tout. Il peut être formulé sous une autre forme narrative : une exposition, un atelier, une performance dans la rue, ou toute autre approche liée à la manière dont vous envisagez d'interagir avec le public. Idéalement, vous pourriez combiner plusieurs formats et canaux de communication pour un impact plus large. Lorsque vous partagez votre histoire en ligne, quelqu'un·e d'autre peut utiliser les informations pour développer ses actions ou l'élargir en investiguant davantage. L'utilisation d'une variété d'outils et de tactiques ne peut que contribuer à votre investigation.

Créez de nouvelles narrations

Dans les cas de conflits à long terme, les communautés impliquées peuvent potentiellement être oubliées par les médias et disparaître de l'attention du grand public. Il est particulièrement important de trouver de nouvelles nuances à ce qui se passe afin de maintenir la vigilance du public sur ces situations. La plupart des investigations nécessitent du temps et un investissement personnel considérable, car les investigatrices et investigateurs s'efforcent d'imaginer différentes pistes pour communiquer une histoire sous différents angles et de manière accessible. Lorsque vous développez votre propre investigation et créez sa narration, regardez comment des histoires

similaires ont été traditionnellement communiquées, ajoutez vos propres questions et angles et insufflez à ces histoires de nouvelles perspectives.

- *Par exemple, Nuria Tesón et son collaborateur, le photographe [Miguel Ángel Sánchez](#), ont utilisé la photographie d'art pour révéler des questions que personne ne considérerait au lendemain de la confrontation de novembre 2012 entre Israël et le gouvernement du Hamas à Gaza : "Opération Pilier de Défense". Après avoir couvert la guerre, ils ont décidé de revenir en arrière et de faire le portrait des personnes qu'ils ont rencontrées pendant le conflit afin de trouver de nouvelles façons d'engager et d'informer des publics éloignés qui avaient été saturés par les nouvelles et les reportages sur le conflit fournis par les grands médias. Le [projet](#) qui en a résulté – une série de photographies d'art accompagnées d'histoires personnelles et d'événements documentés par les personnes représentées elles-mêmes – est né de leur « volonté de montrer Gaza quand personne ne la regarde, mais aussi d'une exploration sur la manière dont le siège et le conflit quotidien affectent les êtres humains sur le plan psychologique. Les portraits sont une approche intime des sujets qui frisent la folie et l'obscurité qui se trouvent dans les différentes couches de leur conscience, comme un cauchemar continu qu'ils affrontent sans crainte mais perturbé·e·s ».*

Réfléchissez donc à la manière dont votre investigation pourrait toucher, engager ou atteindre différents publics et collaboratrices, collaborateurs. Le choix d'une approche de storytelling alternatif peut aider votre investigation à toucher un nouveau public ou un public plus large, à maintenir l'attention du public plus longtemps, à contourner la censure plus facilement et à permettre aux individus de partager leurs histoires dans leur propre style.

Suivez le conseil de Nuria à ce sujet : « Quelles que soient les informations dont nous disposons ou auxquelles nous participons, tout type d'investigation est comme un morceau de bois. On peut en faire un cendrier ou une belle sculpture. »

*[Nuria Tesón](#) est une journaliste et écrivaine multimédia indépendante, cofondatrice du collectif MásTesón. Elle est basée au Moyen-Orient où elle couvre depuis 12 ans les événements les plus marquants de la région. Elle a fait des investigations sur, entre autres, la piste des mercenaires en Libye pendant la guerre, les activités des combattants formés par les milices libyennes dans les années qui ont suivi, ainsi que l'infiltration d'Al-Qaïda dans l'est de la Libye ; les liens entre les auteurs des attentats terroristes de mars 2004 à Madrid et les combattants étrangers espagnols en Syrie ; la fracturation hydraulique ; la corruption politique en Espagne et en Roumanie ; la destruction de la forêt tropicale indigène dans le bassin amazonien du Brésil et son impact sur les communautés locales. Son travail a été publié dans Time, CNN, Al Jazeera, AJ+, The New York Times, France 24, El País et Le Monde, entre autres, et exposé sur plusieurs continents. Elle collabore avec des universités, des institutions et des entités privées en créant du contenu pour des séminaires, des ateliers, des expositions et des performances autour du journalisme, de la couverture des zones de conflit, de l'utilisation de l'art et du journalisme pour obtenir des changements structurels, des médias et des conflits, des couvertures avec une approche de genre (sexe). Depuis 2018, elle est membre de l'Aspen Young European Leaders.

Cet article fait partie d'une série qui comprend des publications produites par l'équipe de Exposing the Invisible au cours d'un projet d'un an (septembre 2020 - août 2021) soutenu par la Commission européenne (DG CONNECT).



Ce texte reflète le point de vue de l'auteur. La Commission n'est pas responsable pour tout usage qui pourrait être fait des informations qu'il contient.
