

Neuf étapes pour une bonne narration - Comment faire chanter une bonne histoire

Allen Carroll, équipe StoryMaps d'Esri, 15 octobre 2020

Il est facile de raconter une histoire. Mais ce n'est pas aussi facile de créer le grand roman américain, ou un film primé aux Oscars, ou une carte d'histoire de premier ordre. Mais en gardant à l'esprit quelques principes, vous pouvez bien démarrer ;

Voici une poignée de techniques éprouvées qui feront en sorte que votre histoire médiocre commence à vraiment résonner auprès de votre public. Certains de ces principes sont des principes universels de narration ; d'autres sont plus spécifiques aux story maps. Quoi qu'il en soit, si vous tenez compte de ces conseils, vous serez sur la bonne voie pour devenir un grand conteur.

Première règle - Commencez par un bang

Ne vous laissez pas aller à votre histoire. Attrapez vos lecteurs par les revers avec une image forte et un titre fort. Il y a une raison pour laquelle nous ne donnons pas aux auteurs la possibilité d'utiliser une carte comme image de titre. Autant que nous aimons les cartes, nous pensons que les images ou les courtes vidéos évoquent une réponse viscérale plus immédiate. Voici un exemple : [Gardiens de la nuit](#)

Les coopératives du plateau et du bassin du Colorado et de la gamme Dark Sky ont collaboré sur une belle carte d'histoire et ont judicieusement choisi une vidéo en accéléré séduisante et en boucle pour leur couverture. La vidéo complète parfaitement le titre poétique et évocateur. Il est difficile de résister à faire défiler vers le bas pour en savoir plus sur les efforts des groupes pour réduire la pollution lumineuse qui entrave notre vision du ciel.

[A la recherche d'un refuge](#)

Une Story Map de Vicki Lynn Cove d'Esri associe adroitement les mots à une image graphiquement frappante. Il est souvent utile d'incorporer un verbe dans le titre de votre histoire. Les titres d'étiquettes simples peuvent sembler statiques et ternes. Et n'utilisez pas le terme «story map» sur votre couverture - c'est votre message qui compte, pas le support!

Deuxième règle - Ajoutez un héros

Les gens aiment les gens. Nous aimons regarder les gens, nous aimons lire à leur sujet. Si vous le pouvez, trouvez un ou plusieurs personnages intéressants à intégrer dans votre récit.

[Les voix du Grand Canyon](#)

Le Grand Canyon Trust a présenté cinq Amérindiens dans sa merveilleuse histoire explorant comment les tribus de la région vénèrent depuis longtemps le Canyon. «Le Grand Canyon», explique l'histoire, «est un foyer spirituel pour les peuples autochtones dont les ancêtres cultivaient le long de la rivière, construisaient des maisons dans les falaises et chassaient le long des bords du canyon depuis des temps immémoriaux». Le Trust aurait pu adopter une approche conventionnelle de l'histoire, mais il a judicieusement choisi de laisser cinq personnes raconter leurs propres histoires via des vidéos intégrées et des clips audio.

[Voyage d'un bécasseau semipalmé](#) par Manomet

Les héros ne doivent pas nécessairement être humains. L'organisation de conservation Manomet a décrit une année dans la vie du bécasseau semipalmé numéro "T971" qui, selon l'histoire, "pèse à peu près autant qu'une pile AA et a parcouru plus de 11 000 miles". L'histoire décrit le voyage remarquable de l'oiseau, mettant en évidence les principales escales et décrivant les efforts de conservation qui visent à protéger ces points de passage vitaux.

Troisième règle - Donnez du rythme à votre histoire.

Toutes les histoires n'en ont pas besoin, mais avoir un élément ou un thème répétitif peut donner une structure à votre histoire. Le rythme est réconfortant. La répétition permet à vos lecteurs de s'installer et d'anticiper une série de nouveaux éléments, de nouvelles perspectives.

[Lieux sacrés, voies sacrées](#)

Notre story map sur les grands pèlerinages religieux a un rythme interne. Chaque chapitre décrit un itinéraire ou une destination de pèlerinage; chacun s'ouvre avec un panneau de titre, une phrase initiale et un texte d'introduction avec une photo ou deux. Vient ensuite une grande carte, suivie de texte et d'images supplémentaires. Les cartes sont grandes; les lecteurs doivent faire défiler pour voir toutes les images de la carte. C'est intentionnel - le parchemin oblige les lecteurs à faire une sorte de mini-pèlerinage.

L'équipe StoryMaps a également produit ce récit mettant en évidence les divisions marquées entre les secteurs de recensement riches et à faible revenu dans plusieurs villes américaines. Pour chaque ville, une brève introduction précède une «visite guidée» de cartes démographiques mettant en évidence des exemples d'enclaves riches à proximité de quartiers à faible revenu. Les utilisateurs ont la possibilité d'explorer les cartes par eux-mêmes, mais l'histoire est structurée de sorte que les lecteurs voient les modèles sans avoir à interagir avec les cartes.

Quatrième règle - Créez un petit monde.

Vous souhaitez plonger vos lecteurs dans une expérience. Cela ne signifie pas seulement écrire un bon texte; cela signifie s'efforcer d'unifier tous les éléments de votre récit en un tout visuel et éditorial harmonieux. L'un des moyens les plus efficaces d'y parvenir est d'utiliser la couleur de manière cohérente et judicieuse. Essayez de choisir une palette de couleurs limitée, puis de la déployer tout au long de votre histoire - dans les traitements de caractères, les infographies, les cartes et les images.

[De tous les poissons de la mer](#)

Cette carte d'histoire élégante d'Aaron Koelker combine la science, l'histoire et la conservation dans un récit sans faille qui est incroyablement beau en apparence. Toutes les cartes et images sont en noir et blanc, avec des accents rouge vif dans les cartes, l'art et les graphiques tout au long de l'histoire. Le résultat est une expérience immersive et transparente. Il y a beaucoup d'informations dans l'histoire, mais elles sont présentées si simplement que le lecteur ne se sent jamais perdu ou dépassé.

[Les Deux Corées](#) par l'équipe StoryMaps

Pour une Story Map sur le conflit coréen et ses conséquences, notre équipe a utilisé une palette de couleurs bicolores, le rouge représentant la Corée du Nord et le bleu-gris symbolisant le Sud. Une série de cartes statiques a montré le flux et le reflux du conflit; les mêmes couleurs ont été utilisées pour les infographies. Nous avons également conçu les graphiques pour refléter la page de titre en écran partagé, avec le nord à gauche et le sud à droite.

Le générateur ArcGIS StoryMaps aide les auteurs à obtenir un effet cohérent et petit monde. Six thèmes - Summit, Obsidian (celui que vous visualisez actuellement), Ridgeline, Mesa, Tidal et Slate - permettent aux auteurs d'obtenir un effet unifié en un seul clic. Le sélecteur de thème modifie non seulement les polices et les arrière-plans de l'histoire, mais change également automatiquement le style des cartes express dans l'histoire. Restez à l'écoute pour découvrir d'autres façons de personnaliser vos histoires.

Une taille ne convient pas à tous. Nous avons travaillé pour nous assurer que les Story Maps fonctionnent sur une variété de tailles d'écran : PC, tablette, mobile. Mais cela ne signifie pas que vous ne devriez pas penser à ce à quoi votre récit ressemblera dans ces différents contextes.

Pendant que vous travaillez sur votre histoire, jetez-y un coup d'œil de temps en temps dans différentes tailles et proportions de fenêtre de navigateur. ArcGIS StoryMaps permet de voir facilement à quoi ressemblera votre histoire sur différents appareils. Cliquez simplement sur "Aperçu" dans la barre d'en-tête pour un aperçu rapide mais précis de l'apparence de votre histoire sur ordinateur et mobile. L'un des objectifs de notre nouvelle application de narration d'histoires est de rendre votre histoire aussi belle quel que soit l'appareil que vous utilisez. Pourtant, il vaut mieux vérifier.

Cinquième règle - Voir grand. Penser petit.

Si vous aimez les cartes, vous savez que l'échelle est vraiment, vraiment importante. Une carte à petite échelle donne un aperçu; une carte à grande échelle montre les détails locaux. Changer d'échelle fonctionne également comme une technique de narration. Commencer par un exemple local ou individuel, puis «faire un zoom arrière» pour une vue d'ensemble, peut être un moyen efficace d'introduire un sujet ou un problème général. À l'inverse, vous pouvez commencer par un aperçu, puis vous rapprocher.

[The Cost of Beef](#) par l'équipe StoryMaps

Notre story map sur le coût environnemental de l'industrie du bœuf fournit des informations générales sous forme de cartes et d'infographies (exemple: carte de production de bœuf ci-dessous). Ensuite, le texte et les images se concentrent sur les impacts locaux, y compris les abattoirs géants et les parcs d'engraissement tentaculaires, pour donner une idée de l'échelle industrielle de l'industrie du bœuf. L'intégration du macrocosme et du microcosme dans votre récit ajoute de la variété et aide à rendre les grands problèmes plus accessibles et compréhensibles.

Utilisez des cartes actives et passives.

Les cartes peuvent servir à de nombreuses fins dans les histoires. Ils peuvent jouer des petits rôles, comme simplement localiser où se déroule une histoire. Ils peuvent jouer des rôles principaux, montrant des interrelations ou visualisant des analyses complexes ou des ensembles de données. Et ils peuvent jouer divers rôles de soutien. Pour en savoir plus, consultez notre histoire

["Cartes dans des rôles dramatiques"](#) .

[Justice différée](#) par l'équipe StoryMaps

Nous avons tous utilisé des cartes interactives, dans lesquelles vous pouvez effectuer un panoramique, zoomer et cliquer pour afficher des fenêtres contextuelles. Nous adorons l'interactivité, mais nous avons réalisé que les cartes interactives ne sont pas toujours essentielles. Parfois, une carte statique suffit; en fait, créer une carte statique personnalisée vous permet de présenter à vos lecteurs exactement ce que vous voulez qu'ils voient, sans risque de distraction. La carte ci-dessus fait partie d'une série d'une histoire illustrant le déplacement de milliers de Japonais-Américains pendant la Seconde Guerre mondiale. Les cartes sont efficaces, belles et statiques.

[L'état surprenant des girafes d'Afrique](#), par l'équipe StoryMaps

L'avènement d'ArcGIS StoryMaps, le produit de carte d'histoire de deuxième génération d'Esri, apporte avec lui une nouvelle option de cartographie: les cartes express. Ils permettent la création de cartes simples montrant un ou plusieurs emplacements, itinéraires ou zones, ainsi que des étiquettes, des repères et des flèches. La création de cartes de base est simple et intuitive - aucune compétence spécialisée n'est requise. L'histoire de notre équipe sur les girafes comprend des cartes Web affichant des données de distance et d'autres informations, ainsi que des cartes express telles que celle ci-dessus.

Sixième règle - Soyez bref et doux.

Nous savons que vous aimez votre travail, votre passe-temps ou votre cause. Et nous savons que vous pouvez décrire vos passions avec des détails infinis. Mais la plupart d'entre nous n'ont pas la patience de plonger dans une longue histoire, en particulier sur le Web, un média qui regorge de tentations de cliquer.

Un exemple d'un long récit est ce Story Map Journal présentant des sites sauvages qui ont été inondés lorsque le barrage de Glen Canyon a formé le lac Powell dans le sud-ouest des États-Unis. L'histoire compte environ 100 sections, ce qui demande beaucoup aux lecteurs.

D'un autre côté, l'histoire est bien racontée, les images sont belles et le sujet est convaincant. Il n'y a pas de longueur idéale; si vous pensez que votre public partage votre passion pour votre sujet, peut-être qu'un récit de longueur roman est parfait.

[Spaceports](#) par l'équipe StoryMaps

L'histoire récente de «Spaceports» de notre équipe, en revanche, est une lecture assez rapide. Il y a beaucoup de sports spatiaux ces jours-ci, mais l'équipe a choisi de ne présenter que sept des plus intéressants et historiques. Je suis un peu fou de l'espace et je souhaite en savoir plus. Encore une fois, c'est une question de jugement.

Faites un appel à l'action.

Maintenant que vous avez inspiré votre public, ne laissez pas vos lecteurs en suspens. Donnez-leur quelque chose à faire, même s'il ne s'agit que de fournir un lien vers plus d'informations. Si vous racontez une histoire sur une cause ou un problème, il est doublement important de conclure votre récit par un ou plusieurs appels à l'action. Une carte d'histoire réussie inspire les lecteurs; vous voulez transformer cette inspiration en action.

Carte d'histoire de [Protect Our Winters](#)

Protect Our Winters est une organisation à but non lucratif qui sensibilise aux menaces que le changement climatique apporte aux sports d'hiver. Leur story map illustre de manière convaincante les avantages économiques des activités de plein air hivernales. Sagement, ils ont conclu leur histoire en présentant plusieurs façons dont les individus peuvent agir. La recherche montre que la narration met les gens dans un état d'esprit réceptif (voir [Pourquoi raconter des histoires](#)); vous et votre cause pouvez bénéficier de cette réceptivité.

Source - <https://storymaps.arcgis.com/stories/429bc4eed5f145109e603c9711a33407>