

**Module de français .**

**1ere master .**

**Spécialité /AUDIOVISUEL .**

**Préparée par DR / NADIA BENOARGLA .**

## **01. BIEN UTILISER LES SOURCES D'INFORMATION**

**La fiabilité de l'information passe par la relation que le journaliste entretient avec ses sources. Même si les rédactions sont de plus en plus sollicitées par les sources qui ont des messages à communiquer, le journaliste reste absolument indépendant de ses sources, qu'il doit consolider et renouveler pour être crédible auprès des téléspectateurs.**

### **L'ACCÈS AUX SOURCES**

- **Avoir un vrai carnet d'adresses :**

La qualité du carnet d'adresses et l'étendue des contacts personnels du journaliste vont servir son efficacité et sa crédibilité.

- **Alimenter un fichier de personnes-ressources :**

Ce fichier, partagé avec l'ensemble de la rédaction, permet de choisir l'interlocuteur le plus fiable ou le plus original, l'expert pertinent pour chaque reportage. Régulièrement tenu à jour, il permet de vérifier que la rédaction ne sollicite pas toujours les mêmes interlocuteurs.

- **Entretenir des contacts réguliers avec les sources institutionnelles :**

Les institutions, les organisations politiques, les associations sportives ou autres, communiquent en permanence. Sans relayer ces sources institutionnelles, le journaliste doit trouver des informateurs et lire les communiqués officiels pour connaître les décisions stratégiques et s'informer à la source.

- **Appeler les permanences des pompiers, de la police, des gendarmes :**

Pour le journaliste, c'est un moyen efficace au quotidien pour être informé rapidement des événements, des faits divers et manifestations.

- **Repérer toutes les sources d'informations publiées dans la presse :**

Ces sources donnent des pistes de traitement mais ne doivent pas être systématiquement exploitées.

- **Rester en alerte grâce aux dépêches des agences de presse :**

C'est un des outils de base pour rester informé sur les événements locaux, nationaux ou internationaux, et rechercher leur déclinaison possible en fonction de la rédaction à laquelle on appartient.

- **Faire une veille ciblée à travers les sites sur Internet et les réseaux sociaux pour trouver de nouvelles sources d'information.**

- **LA RELATION AUX SOURCES : DE LA MOINS FIABLE À LA PLUS FIABLE.**

	<b>Le journaliste n'est pas à l'initiative de l'information. Il a été sollicité pour couvrir un événement ou diffuser une information : il est passif.</b>	Le journaliste sollicite les informations dont il a besoin. Il a l'initiative de l'information : il est actif.
<b>Le journaliste dispose d'une unique source d'information.</b>	<b>Risque important de faire un traitement promotionnel ou un publi-reportage.</b>	<b>Risque de se faire piéger et de faire de la promotion sans s'en apercevoir.</b>
Le journaliste a recoupé <b>plusieurs sources d'information.</b>	<b>Risque limité de tomber dans le reportage promotionnel mais rester vigilant.</b>	<b>Plus grande valeur ajoutée par le journaliste.</b>

UNE INFORMATION DOIT ÊTRE RECOUPÉE AU MOINS DEUX FOIS POUR ÊTRE CONSIDÉRÉE COMME FIABLE.

**Quatre temps forts dans la vie d'une rédaction : la conférence prévisionnelle est hebdomadaire. Chaque jour, la conférence de rédaction rassemble tous les journalistes, la deuxième conférence de rédaction élabore en comité restreint le conducteur du journal télévisé. Après la diffusion du journal télévisé, la conférence critique réunit tous ceux qui ont participé à la diffusion pour un débriefing à chaud. La qualité de construction et la cohérence du Journal télévisé dépendent de ces réunions qui rassemblent une partie ou l'ensemble des professionnels.**

**LES RENDEZ-VOUS DE LA RÉDACTION : PRÉVOIR, PRODUIRE, S'ÉVALUER.**

- **La conférence prévisionnelle :**

Elle a lieu une fois par semaine, pour planifier les reportages et anticiper sur les événements récurrents ou prévisibles. Elle réunit les cadres éditoriaux, les journalistes rédacteurs et les journalistes caméramen, les assistants et les documentalistes. Toutes les sollicitations extérieures sont passées en revue, rejetées ou retenues. Les sujets sélectionnés sont consignés dans l'agenda de la rédaction.

- **La conférence de rédaction :**

Elle a lieu 8h ou 6 h avant le JT, pour construire le journal du jour. Elle se tient avec l'ensemble des journalistes de la rédaction et selon la dimension de la télévision, les responsables et les équipes techniques. Elle débute par la revue de presse du jour, la consultation de l'agenda prévisionnel puis chacun exprime son point de vue, ses propositions. Le rédacteur en chef choisit les sujets à traiter et précise les angles des reportages à réaliser. Au fil du tour de table s'élabore le pré-conducteur du Journal Télévisé (JT). La réunion dure entre 20 minutes et 45 minutes.

- **La conférence préparatoire :**

Elle se tient 4 ou 2 heures avant le JT. Le rédacteur en chef, son adjoint ou le chef d'édition, les scripts, le présentateur, fixent la hiérarchie définitive du conducteur du JT. Ce conducteur définitif sert de guide à l'ensemble des équipes de production (caméraman de plateau, régisseur vidéo, mixeur son, truquiste, présentateur...).

- **La conférence critique a lieu juste après le JT.**

A chaud, il s'agit de pointer les points forts et les points faibles avec l'ensemble des journalistes et des techniciens impliqués dans la diffusion, de passer en revue les problèmes techniques rencontrés, les ratés, ou les succès journalistiques. Des informations qui seront partagées le lendemain en début de conférence de rédaction.

- **Un visionnage critique peut être organisé pour reVISIONNER tout ou partie du journal et améliorer la fabrication des JT suivants .**
- **UNE MÉTHODE POUR ANTICIPER SUR LES ÉVÉNEMENTS PRÉVISIBLES.**

Pour que la production d'informations ne dépende pas uniquement des sollicitations, il faut anticiper sur les événements.

En fin de conférence de rédaction, le rédacteur en chef, ou l'un des ses adjoints, consulte le calendrier pour voir à J +15 ou J+30 les événements prévisibles. Il désigne une équipe pour réfléchir au traitement de ce sujet.

Pour cette équipe, il ne s'agit pas d'avoir 15 jours pour réaliser le reportage mais d'y réfléchir à l'avance, de faire preuve le jour J d'originalité dans le choix des sources et de créativité dans la réalisation.

**Le journaliste repère des informations intéressantes et propose des sujets. Quand la rédaction décide de traiter un sujet ou de couvrir un événement, le journaliste choisit un angle, trouve et vérifie les informations pour construire un reportage qui va marquer le téléspectateur. Toujours en éveil, le journaliste se tient informé à travers de nombreuses sources. Curieux, il sait repérer des informations intéressantes et des sujets inédits. Tenace, il connaît les dossiers qu'il faut suivre sur le long terme.**

### **CÔTÉ JOURNALISTE, PRODUIRE DE L'INFORMATION, CONSISTE D'ABORD À SUIVRE L'ACTUALITÉ.**

Le journaliste arrive toujours en conférence de rédaction avec des « propositions » de sujets d'actualité. La discussion avec toute la rédaction permet de déterminer l'angle d'attaque qui convient le mieux pour traiter un sujet et trouver sa place dans le journal télévisé.

**Trouver un traitement différent pour chaque sujet, faire preuve de créativité, constitue la valeur ajoutée apportée par le journaliste et par l'ensemble de l'équipe qui prépare le journal télévisé. (différent des autres medias, des autres télévisions, des années précédentes ...).**

La conférence de rédaction est l'heure des choix. Pour chacun des sujets retenus pour le journal télévisé, le rédacteur en chef peut demander au journaliste de :

- Partir en tournage sur le terrain avec une équipe de reportage.
- Réaliser un encadré ou un récit à partir d'images d'agence, d'images d'archives ou d'images de synthèse.

Le rédacteur en chef peut aussi décider de laisser le présentateur ou la présentatrice du journal traiter le sujet au cours d'une séquence en plateau (avec ou sans images d'accompagnement, avec un invité ou un

chroniqueur). Lorsque toutes ces décisions sont prises, chacun des journalistes de la rédaction doit respecter les contraintes de traitement, de dispositif et de durée pour garantir la qualité du journal télévisé.

## LE REPORTAGE = UN SUJET + UN PROPOS

Le « 11 septembre 2001 » est un événement. Pour couvrir le 10<sup>ème</sup> anniversaire de cet événement, les journalistes délimitent des sujets précis, (le sujet = ce qui est connu le point de départ du reportage). Chacun de ces sujets peut être abordé sous de nombreux angles à partir desquels le journaliste va produire un propos (propos= ce qui est inconnu, l'information, la valeur ajoutée) :

- Le « 11 septembre 2001 » : rappel des faits, minute par minute, heure par heure ...
- Le « 11 septembre 2001 » : témoignages des rescapés français (ou américains ou...) dix ans après.
- Le « 11 septembre 2001 » : récit d'un pompier qui raconte le jour le plus long de sa carrière.

Le journaliste ne doit pas chercher à tout dire : pour un même sujet, un seul propos suffit. Le traitement audiovisuel d'un sujet est réussi lorsque les informations sont bien réparties entre les images et les sons, ce qui implique une bonne coordination entre le caméraman, le rédacteur et le monteur, et plus largement entre tous les membres de la rédaction tout au long de la journée.

**Côté téléspectateur, l'information passe si le sujet (le point de départ du reportage) a su éveiller son intérêt, si le traitement journalistique a retenu son attention et si le propos tenu lui apporte des informations inédites.**

**Pour chaque sujet, il faut choisir le genre qui en dégage l'actualité, la spécificité ou l'originalité. Comme en presse écrite, chaque genre obéit à des « lois » qui donnent des idées de tournage et facilitent les choix au montage. C'est un bon outil pour préciser la commande du rédacteur en chef, affiner l'angle du reportage et permettre un traitement pointu de l'information.**

Spécificité ou originalité du sujet :	GENRES :
Guidé par les faits ou l'événement, le reportage répond à la question QUOI ?	<b>Captation sportive</b> <b>Plateau de situation</b> <b>Compte rendu</b>
Le reportage est orienté par la question OU ?  (Où est-ce que ça se passe ?)	<b>Etat des lieux</b> <b>Visite guidée</b> <b>Découverte</b>
Le reportage répond à la question QUAND ?	<b>Chronologie</b> , une histoire par date, par étape, par épisode ... <b>Film des événements</b>

(Quand est-ce que ça se passe ?)	<p><b>Feuilleton</b> : événement à épisodes multiples, à rebondissements</p> <p><b>Rétrospective</b> de la semaine, de l'année, d'une époque</p> <p><b>Rappel des faits</b> (passé), agenda ou programme (avenir)</p>
Le reportage répond à la question POURQUOI ?	<p><b>Enquête</b> (x interviews s'enchaînent)</p> <p><b>Reportage</b> + explications données</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· soit en plateau de situation</li> <li>· soit par un chroniqueur en plateau</li> </ul>
Le reportage est déterminé par la question COMMENT ?	<p><b>Témoignage</b></p> <p>L'événement est raconté de l'intérieur par une personne qu'il a vécu</p> <p><b>Récit</b></p> <p>L'évènement est rapporté par le journaliste ou par un expert</p> <p><b>Vulgarisation</b></p> <p>Un expert ou le journaliste décode une information ou un évènement</p>
Le reportage répond à la question QUI et dédié à une personne.	<p><b>Nécrologie</b></p> <p><b>Portrait</b></p> <p><b>Faire part</b></p> <p><b>Présentation</b></p>
C'est le téléspectateur QUI devient le personnage central : le reportage lui est directement adressé.	<p><b>Info service</b></p> <p><b>Décodage, éclairage, point sur ...</b></p> <p><b>Explications</b> : « un mur d'eau qui ravage tout sur son passage.</p> <p>Voici ce qu'est un « tsunami »</p> <p>(comme pour la vulgarisation, les explications sont plus efficaces si elles vont du connu à l'inconnu)</p>
C'est le journaliste QUI prend en charge le contenu du reportage et en	<p><b>Chronique</b></p> <p><b>Tribune libre</b></p>

assume la responsabilité au nom de la rédaction à laquelle il appartient.

**Billet d'humeur**  
**Editorial**  
**Présentation du journal**

**Un même sujet peut être traité dans des rubriques ou à travers des dispositifs différents. Chaque sujet doit être traité selon la formule qui produit le plus d'informations et qui participe le mieux au rythme et à l'intérêt du journal télévisé dans lequel le reportage s'insère.**

## FORMATS ET DURÉES DES REPORTAGES DANS LE JOURNAL TÉLÉVISÉ

- **Images seules commentées (« off » ou « à travers »)**

Il s'agit de séquences de 15 à 30 secondes d'images commentées par le présentateur en plateau.

Au montage, il faut :

1. Faire coïncider étroitement commentaire et une ou deux images fortes.
2. Privilégier l'accroche (en image et en commentaire qui débute en général 5 à 10 secondes avant les images).
3. Monter les plans de fin en longueur pour faciliter le retour de l'image sur le présentateur au moment du dernier mot de son commentaire.

- **Interview seule**

L'interview sèche est une information qu'il n'est pas utile d'encadrer ou de recouvrir avec des images prétexte. Le lancement doit souligner son intérêt (témoignage exceptionnel, unique, rare, exclusif, émouvant...) ou rappeler les conditions dans lesquelles cette interview a été sollicitée ou obtenue.

- **Reportage de terrain**

Le reportage de terrain rapporte des images et des sons pour montrer la réalité au plus près. Un commentaire descriptif dit « de cloutage » incite le téléspectateur à regarder l'image et laisse de la place au son d'ambiance.

- **Encadré explicatif**

Lorsque le sujet porte sur des notions abstraites impossibles à montrer, le commentaire explicatif s'appuie sur des illustrations : images d'agence, d'archives, illustrations ou infographies.

- **Dossier**

Un dossier traite un même sujet à travers des angles différents en articulant plusieurs propos.

Dans le journal télévisé, le dossier peut atteindre 4 minutes. Dans un magazine d'information ou une émission spéciale, le reportage long peut aller de 13 à 56 minutes.

## PRINCIPALES RUBRIQUES QUI STRUCTURENT LE JOURNAL TÉLÉVISÉ

- Justice / Faits divers / Education.
- Politique / International.
- Vie locale / Social / Société .
- Economie / Sciences.
- Santé / Médecine / Nouvelles technologies / Culture.
- Sport / Environnement.

Pour un sujet donné, il est important de choisir la rubrique dont il relève : un cas de violences conjugales peut appartenir à la rubrique « fait divers » comme à la rubrique « société » selon le traitement choisi. Ce choix révèle la ligne éditoriale de la rédaction.

**Le choix de l'angle est primordial. L'angle est le chemin qui va conduire du sujet vers le propos. Le tableau à double entrée permet de visualiser l'ensemble des possibilités et de tracer la trajectoire pertinente, qui génère le plus d'informations.**

## EXEMPLE : SOIT UN ÉVÉNEMENT, LES INONDATIONS DANS UN VILLAGE.

1. Construire un tableau :

- En colonne faire la liste de l'ensemble des acteurs concernés par cet événement (QUI ?).
- En ligne : pointer tous les thèmes abordés (QUOI ?).

2. Remplir le tableau avec toutes les informations récoltées sur l'événement : archives, documentation, interviews au téléphone, déclarations, témoignages recueillis sur Internet.

3. Rechercher les cases vides : c'est ici qu'il faut enquêter pour produire la valeur ajoutée du reportage. Dans l'exemple ci-dessous, le préfet ne dit rien sur les causes de l'inondation : le journaliste décide de creuser cette question.



4. Repérer les axes qui génèrent les thématiques ou les problématiques les plus fortes pour le futur reportage, soulignées ici.

<b>Thèmes QUI QUOI Acteurs</b>	<b>Causes techniques</b>	<b>Faits</b>	<b>Organisation des secours</b>	<b>Solutions techniques</b>
<b>Riverains Victimes</b>		Rez de chaussée inondé	Héliporté durant la nuit	<b>Demander des subventions pour reconstruire « en dur »</b>
<b>Riverains Victimes</b>		Père surpris en plein sommeil	Arrivé trop tard..	
<b>Maire du village</b>	<b>Aucune aide de l'Etat pour rénover les digues</b>	<b>Impuissance face au flot</b>	<b>Mauvaise coordination, arrivé trop tardive des secours</b>	<b>Avenir du village compromis</b>
<b>Préfet</b>	??	Coordination des secours	Le plan secours a bien fonctionné	<b>Détruire les maisons en zone inondable</b>
<b>Architecte</b>	Vétusté des digues			<b>Déclarer « non constructibles » les zones sensibles</b>
<b>Secours/ Pompiers</b>		Bilan entre sauvés et disparus	Pas assez de moyens pour agir vite	
<b>Pêcheur</b>		La vague a été vue 2 heures avant		<b>Annuler le projet de marina</b>

A partir du même exemple, il est possible de croiser les acteurs et les lieux (QUI/OU) , ou les acteurs et les dates (QUI/QUAND) etc... et de préparer d'autres questions intéressantes.

**Les interlocuteurs rencontrés au cours de l'enquête ou questionnés par le journaliste pour préparer le reportage fournissent un grand nombre d'informations. Certaines sont éliminées parce que non informatives, déjà connues ou trop attendues. D'autres seront reprises dans le commentaire du journaliste. Il faut interviewer deux ou trois personnes\* capables de produire une information qu'elles sont les seules à pouvoir énoncer à un moment donné et dans une situation donnée. Ces extraits seront intégrés dans le reportage.**

## CHOISIR LE PROFIL DES INTERLOCUTEURS PERMET DE PRODUIRE DES INTERVIEWS INFORMATIVES.

- **L'acteur : « il a fait ou subi ».**

Au cœur de l'événement, il raconte ce qu'il a vécu. Une information « de première main » souvent délivrée sur un mode narratif, chronologique et détaillé que journaliste doit synthétiser dans son commentaire.

Pour obtenir un récit vivant, l'interviewé-acteur peut être mis en situation (l'interviewer sur les lieux de l'action, lui montrer une photo, une vidéo ou un objet emblématique de l'événement).

- **Le témoin : « il a vu ou entendu ».**

A la périphérie de l'événement, il ne peut donner que son point de vue. Il ne faut pas lui demander de commentaires ou de généralités.

Pour reconstituer la réalité, le journaliste doit multiplier les témoignages. Le rôle du journaliste est de préciser le point de vue de chacun des témoins et la distance qui les sépare de l'événement dont ils parlent.

- **L'expert : « il sait ».**

C'est celui qui donne une évaluation objective. Il peut développer une analyse ou un jugement fondés sur son savoir et ce qu'il connaît de l'événement.

Il ne faut pas lui demander ses sentiments, ses impressions ou des prédictions.

Pour permettre à l'expert de mieux calibrer ses explications, le journaliste doit expliquer les contraintes du reportage : durée limitée et téléspectateurs non spécialistes. Au besoin, le journaliste peut reformuler dans son commentaire les explications de l'expert.

- **Le mandataire, le responsable : « il déclare ».**

C'est la personne publique qui veut réagir par une déclaration. Il souhaite faire une déclaration pour rendre des comptes et s'expliquer sur ses responsabilités.

- **L'attaché de presse, le porte-parole : « il remplace » le témoin, l'expert ou le mandataire.**

Il n'est qu'un intermédiaire, et même s'il se présente spontanément, il ne doit être interviewé qu'en dernier recours.

***\* A éviter : les personnes faciles à contacter, s'exprimant facilement quel que soit le sujet, proposant des messages faciles à utiliser dans n'importe quel reportage, pouvant même à la demande répondre ce que le journaliste veut entendre...***

## AUTRES FORMES D'INTERVIEWS :

- **Les réactions, l'opinion**

L'interviewé représente une catégorie de personnes ou bien il est emblématique d'un fait de société ou d'un courant politique : il s'agit de réactions qu'il faut additionner pour rendre compte de la diversité des points de vue.

En principe, toute opinion doit être contrebalancée et rééquilibrée par les opinions opposées.

- **L'entretien**

L'entretien est une longue interview pour dresser un portrait d'une personne ou faire le tour d'une problématique. Le journaliste doit se documenter.

- **Le micro-trottoir**

Le micro-trottoir ne produit jamais d'information. Il illustre seulement une tendance connue. Répondant à une même question, les extraits d'interview sélectionnés se succèdent au montage et, en général, les personnes interrogées ne sont pas identifiées par un sous-titre (synthés).

## POUR DESSINER UN PORTRAIT RICHE ET INFORMATIF :

- **Pour enrichir l'interview de la personne dont on fait le portrait :** multiplier les lieux de tournage et trouver un cadre différent pour chacun des thèmes abordés.
- **Pour que le portrait soit intéressant :** multiplier les personnes interviewées et croiser les regards portés sur la personne dont on fait le portrait.

**Cette approche dessine souvent un portrait plus juste qu'un long entretien réalisé avec une seule personne.**

**Interviewer est au cœur du métier de journaliste. Quel que soit le media, c'est une pratique qui doit produire de l'information pour le lecteur, l'auditeur ou le téléspectateur. Ce jeu de questions/réponses est un échange asymétrique. L'interviewé apporte l'essentiel de l'information. L'intervieweur limite son temps de parole et s'impose par la pertinence de ses questions et de ses relances, par la qualité de son écoute et la clarté des reformulations.**

## IL CADRE L'INTERVIEW, ORIENTE ET RYTHME SON DÉROULEMENT.

**Le rôle du journaliste est de mener l'interview et de respecter les contraintes du dispositif. Il doit :**

- **Annoncer les règles à l'interviewé :**
  - La durée de l'interview : le temps dont on dispose (pour la réalisation et pour la diffusion).
  - Le type de dispositif : interview en direct ou interview montée.
  - Le cadre de diffusion (Journal Télévisé, magazine etc...).
- **Tirer le meilleur de l'interviewé :**
  - L'interlocuteur est un « habitué du micro ». Il développe un discours tout fait : le journaliste doit apporter la contradiction avec des informations précises et indiscutables préparées avant l'interview.
  - La personne interviewée est intimidée par la situation d'interview ou choquée par un événement extraordinaire : le journaliste amorce l'interview par des questions simples, fermées et familières (l'âge, le domicile, le nom) et utilise si possible les mêmes mots que ceux de l'interviewé. Le journaliste doit aider l'interviewé sans jamais donner les réponses à la place de l'interviewé.

## TECHNIQUES D'INTERVIEW.

- **Ne pas mettre la réponse dans la question :**

La question porte sur un sujet et la réponse de l'interviewé la complète par un propos.

Lorsque, le journaliste met la réponse dans sa question, l'interviewé n'a plus rien à ajouter.
- **Reformuler la réponse pour le téléspectateur :**

La reformulation d'une réponse sert de socle à la question suivante.

  - Sur la forme, la reformulation sert de transition entre les questions et les réponses.
  - Sur le fond, en reformulant les réponses trop longues ou trop techniques, le journaliste donne des informations claires au téléspectateur qui ne doit jamais perdre le fil de l'interview.
- **Cadrer les questions :**

Le cadrage est une phrase affirmative qui précède la question. Elle donne des informations qui précisent la question pour obtenir une réponse riche en informations inédites.

Exemple : Interview de Bill Clinton par le journal Le Monde :

**« VOUS AVEZ SEULEMENT CINQUANTE-QUATRE ANS, VOUS ETES AU SUMMUM DE VOS POSSIBILITES, AVEC L'EXPERIENCE ET LES CONTACTS LES PLUS INCROYABLES QU'UN HOMME PUISSE AVOIR, VOUS QUITTEZ VOS FONCTIONS. QU'ALLEZ-VOUS FAIRE DE VOTRE TEMPS ? »**

- **Utiliser un mot-clé en fin de question :**

L'interviewé est prêt à répondre dès qu'il entend le mot-clé qui résume à lui seul toute la question :

Ce que le journaliste rajoute à la suite du mot clé parasite la question et bloque la réponse :

- L « Quel est votre **rôle**/ .... (dans cette opération ?)
- J « Dans cette opération, quel est votre **rôle** ? »

- **RÉDIGER LES QUESTIONS SOUS FORME DE MOTS-CLÉS :**

Le journaliste note ses questions sous forme de mots clé, sur une petite fiche ou dans la paume de sa main, facile à voir d'un coup d'oeil. Il évite ainsi les bruits de papier dans le micro, regarde l'interviewé et se concentre sur les réponses.

**Quelle que soit sa forme et sa durée, l'interview est une des séquences les plus marquantes du reportage. La « présence » de l'interviewé incarne des propos sélectionnés qui doivent être mis en scène par un dispositif maîtrisé : cadrage, valeurs de plan et prise de son participant au sens produit par l'interview et son intérêt pour le téléspectateur.**

## **LE RÔLE DU CAMÉRAMAN.**

- **Toujours privilégier les interviews en situation :**

Le boulanger devant son fourneau, le peintre avec son modèle, le joueur de football s'entraînant sur le terrain... le contexte dans lequel vit et évolue l'interviewé va enrichir le contenu de ses propos.

- **Soigner le cadre de l'interview pour qu'il apporte de l'information :**

Si l'interview est long ou susceptible d'être partiellement couvert au montage, les plans tournés à cet effet, illustrations ou plans de coupe, doivent apporter un complément de sens à l'interview.

- **Choisir la valeur de plan propre à rendre compte du propos :**

– Cadrage serré : le propos est intime.

– Cadrage plan moyen (plan : approché poitrine) le propos est général.

– Cadrage demi-ensemble ou large : le propos est solennel (déclaration officielle ou publique).

- **Tenir compte des sous-titres (synthés) :**

Le cadrage de l'interviewé doit laisser place à environ 1/5 de la partie inférieure de l'image pour les sous-titres ou synthés qui identifient le nom et la fonction des interviewés.

- **Changer de cadre ou d'axe de caméra à chaque changement de thème abordé avec l'interviewé.**
- **Vérifier le plan serré pour éviter d'avoir un fond parasite (plante sur la tête de l'interviewé, panneau « WC » etc...) avant de commencer à tourner :**

C'est le plan serré qui détermine la justesse du plan large.

- **Vérifier que l'arrière-plan image et l'arrière-plan sonore de l'interview ne détournent pas l'attention.**
- **Veiller à ce que l'interviewé ne parle jamais directement à la caméra :**

Pour que le regard de l'interviewé soit proche de l'objectif sans s'adresser directement à lui, le journaliste doit se placer près du cameraman et tenir le micro avec le bras opposé à la caméra.

## **AUTRES DISPOSITIFS :**

- **L'intervieweur dans le champ.**

Le journaliste reste dans le champ de la caméra si sa présence avec l'interviewé apporte de l'information : pour montrer que le journaliste partage la même expérience que l'interlocuteur, ou pour mettre en évidence les étapes d'une enquête.

- **L'interview scénarisée.**

Elle ne se justifie pas, même si aucune autre possibilité n'existe.

Elle n'est acceptable que si l'interviewé accepte de reproduire devant la caméra des gestes ou une situation qu'il accomplirait de toute façon en dehors d'une situation d'interview.

- **L'interview en marchant.**

C'est un dispositif qui peut dynamiser l'image et offrir l'opportunité de révéler en arrière plan le sujet abordé dans l'interview.

- **L'interview au téléphone est un pis aller.**

A moins que l'isolement, l'anonymat, ou l'urgence ne justifient ce genre de dispositif, il est préférable de reprendre dans le commentaire les informations récoltées au téléphone.

**En reportage, le journaliste cameraman tourne selon ce qu'il voit sur le terrain et selon son style. Il utilise la richesse du langage des images pour jouer sur les significations produites par: le choix de la caméra, l'angle de prise de vue, le cadrage, la lumière, les mouvements et la position par rapport au sujet du reportage.**

## SIGNIFICATION DES VALEURS DE PLANS.

A chaque fois que le caméraman met en route sa caméra, filme et stoppe, il produit un plan. L'ensemble des plans tournés dans un lieu ou autour de l'évènement constitue une séquence, une famille de plans qui doit être riche et diversifiée :

- **Le plan large** sert le contexte général de l'évènement.
- **Le plan d'ensemble** situe les personnages.
- **Le plan américain** décrit les personnages en action.
- **Le plan taille** : montre un ou plusieurs personnages en scène.
- **Le plan moyen ou plan rapproché poitrine** : classique du format « télévisé », coïncide avec la vision naturelle de la relation que nous avons avec les autres.
- **Le gros plan** oriente le regard sur un détail corporel ou matériel, une action précise.
- **L'insert** concentre l'attention sur un indice visuel reliée à l'action qui est décrite.

## LES EFFETS DE TOURNAGE PRODUISENT DES EFFETS DE SENS.

- **L'amorce** :

Un personnage ou un objet apparaissent partiellement en bordure du cadre ce qui a pour effet d'accentuer la profondeur de champ de l'image.

- **Plongées et contre-plongées** :

L'axe de prise de vue est orienté du haut vers le bas ou du bas vers le haut et va donner une impression de domination de celui qui regarde ou de celui qui est regardé.

- **Le plan séquence** :

La caméra n'est pas coupée : la séquence, non découpée, est constituée d'un seul plan. Sans s'interrompre, la caméra suit l'action en cours ou la description d'un lieu.

- **La caméra subjective** :

l'image se confond avec le regard d'un personnage impliqué dans l'action. Elle donne au téléspectateur l'impression de vivre la scène.

## LES MOUVEMENTS DE CAMÉRA.

- **Panoramique** :

La caméra tourne sur son axe, sur pied, pour montrer le contexte d'un évènement, le situer dans l'espace.

- **Travelling :**

La caméra est mobile et suit une trajectoire continue, souvent parallèle au personnage, à l'objet ou au personnage qu'elle filme. En reportage, le travelling s'effectue depuis une voiture, un train... Il peut signifier un processus, une histoire, une évolution...

## LES MOUVEMENTS ET EFFETS OPTIQUES.

- **Le zoom :**

Par un procédé optique, les objets lointains sont rapprochés.

En reportage, la meilleure façon de « zoomer » est de se rapprocher en marchant vers l'objet filmé.

- **Le flou/net :**

En modifiant la mise au point optique de la caméra le journaliste cameraman va faire passer la netteté d'un élément de premier plan au deuxième ou l'inverse. C'est un effet qui permet de marquer une transition sans rupture de ton

- **Le fondu au noir ou au blanc :**

C'est un procédé qui marque une rupture nette. Utilisé entre deux extraits d'interview, il montre clairement les effets de montage de l'interview.

## LES AXES DE TOURNAGE.

- **La règle de trois :**

Une action se décrit en minimum trois plans. Ces trois plans doivent avoir au moins deux échelons de différences dans les classifications cinématographiques pour éviter les « sautes » d'images.

- **La règle des 180 degrés :**

Normalement une action ne doit jamais franchir une ligne invisible qui sépare l'espace en deux. La scène tournée devient illogique donc incompréhensible si la caméra ne maintient pas son point de vue sur un côté ou l'autre de cette ligne.

- **Les hors champs sonores et/ou visuels :**

Un cadre évoque autant ce qui est montré que ce qui est suggéré en dehors de ce qui nous est montré. Un rétroviseur révèle la voiture en entier, un bouton de manchette un personnage.



#### 4 CONSEILS :

- **Faire très peu de mouvements** : laisser au téléspectateur le temps de voir la scène.
- **Travailler le plus souvent possible avec un pied, tripode ou monopode** : une image stable est une image professionnelle, donc, à priori, crédible pour le téléspectateur.
- **Contrôler le son avec un casque** : des sons peuvent perturber l'écoute ou la compréhension de l'interview ou de la scène (climatiseur, passage d'un train hors champ...).
- **Toujours vérifier son matériel avant le départ en reportage** : batteries, cartes mémoires, éclairage...

#### COMBIEN DE PLANS FAUT-IL RAPPORTER AU MONTEUR ?

**Un reportage = environ 20 plans montés = 60 plans tournés**

(rapport tournage / montage de 3 pour 1).

**Sur les plans à tourner pour obtenir un montage énergique, il faut :**

- 2 plans généraux, soit 6 plans à tourner.
- 8 plans moyens, soit 24 plans à tourner.
- 10 gros plans, soit 30 plans à tourner.
- 30 secondes d'interview (2 minutes à tourner) .

#### L'IMAGE RÉPOND BIEN AUX QUESTIONS OÙ ? QUI ? QUOI ?

Le lieu, l'environnement, la situation, l'espace où se passe l'évènement ainsi que les acteurs de l'évènement, interviewés et personnes concernées par l'évènement.

Dès le tournage, le journaliste et le caméraman pointent toutes les réponses qui ne peuvent pas être prises en charge par l'image et le son. Le commentaire prend en charge les réponses aux questions plus abstraites telles que Pourquoi ? Comment ?