

Le journaliste vidéo

Par Laura Jarvis

Le journaliste vidéo est un peu reporter mais pas seulement. Il est garant du sujet et de l'angle de la vidéo. Souvent, il doit aussi gérer les formats de la production de différentes formes vidéo : reportages, interviews, fictions...

L'interlocuteur du fond

Le journaliste vidéo, comme le journaliste écrit, prépare d'abord son tournage. Il fait son enquête, et choisit l'« angle » de traitement de son sujet.

Ensuite, accompagné de l'équipe technique, il est celui qui pose les questions aux personnes interviewées, tout en gardant un œil attentif sur l'image. Il gère tournages et montages...sans pour autant toucher aux machines. Le journaliste vidéo travaille parfois en binôme avec un réalisateur, qui devient donc garant de la qualité, de la couleur, du cadre de l'image. Dans ce cas de figure, le journaliste vidéo est responsable de la bonne compréhension du contenu.

En revanche, sans réalisateur, c'est le journaliste vidéo qui garantit la qualité de l'image, évidemment sans jamais oublier le sens et le message de la vidéo.

De la préparation au montage

Une fois le tournage achevé, le journaliste « derushé » les séquences filmées et procède ainsi à son plan de montage (identification des séquences clés à intégrer au sujet). Ce document est alors soumis au monteur pour intégration. Ces derniers travaillent ensuite de concert pour mettre l'image au service du sens.

De l'adaptation du message au média

Le journaliste vidéo rédige également en adaptant son style au support. Car les vidéos sont bien souvent accompagnées de textes lus qui situent le sujet, donnent des chiffres, présentent les intervenants. Le journaliste vidéo enregistre souvent des voix-off (en français « commentaires sur image ») et peut également faire quelques doublages. Mais attention, journalisme oblige, il ne s'agit pas de doublage « lip-synch », mais d'interprétariat.

De la proximité avec le client

Le journaliste vidéo pour bien réaliser ses sujets, doit être proche de son client. Il a besoin d'échanger, de comprendre les valeurs de son client, ses attentes, la teneur des messages à passer. Résultat, il est même assez souvent l'unique interlocuteur. Dans ce cas, le journaliste vidéo devient de fait le chef de projet.