

Production vidéo : Guide pratique de l'AMO pour les musées

Préparé par
L'Association des musées de l'Ontario
Pour le site Échange professionnel du
Réseau canadien d'information sur le patrimoine (RCIP)

Version: 2.0



L'Association des musées de l'Ontario tient à remercier le Réseau canadien d'information sur le patrimoine (RCIP) de soutenir la création de *Production vidéo : Guide pratique de l'AMO pour les musées*, ainsi que le poste d'adjoint du projet grâce à Jeunesse Canada au travail.

L'OMA tient également à remercier les membres du groupe de travail qui se sont réunis à la Maison George Brown, à Toronto, le 25 janvier 2011. La générosité avec laquelle ils ont partagé leur temps et leur évaluation est très appréciée. Ces membres sont :

- Scott Barrie, Coordonnateur du site Web, Archives publiques de l'Ontario
- Rebecca Breedon, Liaison communautaire, Ingersoll Cheese & Agricultural Museum
- Kathy Fisher, Conservatrice, Ermatinger Clergue National Historic Site
- Laura Garner, Directrice/Conservatrice, Lucan Area Heritage and Donnelly Museum
- Brianna Hammer, Adjointe aux communications et au Musée, Museum Strathroy-Caradoc
- Melissa Ruth, Coordinatrice des relations communautaires, Grey Roots Museum & Archives
- Doug Smith, Directeur/Conservateur, Muskoka Lakes Museum
- Hailey Yates, Adjointe à l'éducation, Station Gallery

Rhiannon Myers, adjointe aux projets spéciaux de l'AMO (soutenu par Jeunesse Canada au travail / RCIP), a fait la recherche et a rédigé *Production vidéo : Guide pratique de l'AMO pour les musées*. Pierre Bois, gestionnaire de projets spéciaux de l'AMO, l'a publié. Le document a été révisé par Cathy Blackburn, gestionnaire du Programme de perfectionnement professionnel de l'AMO, et par Marie Lalonde, directrice générale de l'AMO. L'AMO tient à souligner le soutien et l'expertise de son conseil lors de la création de ce guide.

Table des matières

PARTIE I

1) <i>Scénarisation d'une vidéo destinée au Web</i>	
a. Introduction	3
b. Étapes de la scénarisation d'une vidéo destinée au Web	
Étape 1 – S'inspirer du travail des autres	4
Étape 2 – Définir le but (l'idée maîtresse)	4
Étape 3 – Sélectionner une histoire appropriée pour Internet	4
Étape 4 – Créer l'histoire à l'aide d'un remue-méninges	5
Étape 5 – Façonner l'histoire	6
• <i>Spécimen de scénario</i>	Figure A
Étape 6 – Passer l'épreuve de l'examen par ses collègues	7
2) <i>Scénarimage d'une vidéo destinée au Web</i>	8
a. Introduction	8
b. Étapes de la création du scénarimage d'une vidéo destinée au Web	9
Étape 1 – Formater un document	9
Étape 2 – Imprimer et copier les modèles	9
Étape 3 – Diviser le scénario en segments	9
Étape 4 – Tracer les plans qui correspondent au scénario	9
• <i>Spécimen de scénarimage 1</i>	Figure B1
• <i>Spécimen de scénarimage 2</i>	Figure B2
Étape 5 – Créer la liste des plans	10
• <i>Spécimen de fiches de tournage</i>	10

PARTIE II

1) <i>Tournage d'une vidéo destinée au Web</i>	
a. Introduction	11
b. Étapes du tournage d'une vidéo destinée au Web	
Étape 1 – Vérifier l'équipement	12
Étape 2 – Évaluer l'endroit (éclairage)	12
Étape 3 – Évaluer l'endroit (qualité du son)	13
Étape 4 – Placer la caméra	13
Étape 5 – Composer le plan	13
Étape 6 – Action! Commencer le tournage	13
Étape 7 – Transférer et examiner les séquences à l'ordinateur	14
Étape 8 – Reprendre le tournage au besoin	14
Étape 9 – Sauvegarder/stocker les séquences	14

Annexes

Modèle de scénario	Annexe A
Modèle de scénarimage 1	Annexe B1
Modèle de scénarimage 2	Annexe B2
Types de plans	Annexe C
Glossaire	Annexe D
Liste de matériel suggéré	Annexe E
Exemples de formulaires de consentement et de renonciation en matière de publication	Annexe F

PARTIE I : Scénarisation d'une vidéo destinée au Web

1) Scénarisation d'une vidéo destinée au Web

a. Introduction

D'après des études récentes, la vidéo destinée au Web représente maintenant 80 % du trafic Internet mondial. Le défi que doivent relever les musées et autres établissements du patrimoine en ce qui a trait à la création de vidéos sur Internet est de produire quelque chose qui réussit à bien communiquer une histoire, mais pas n'importe laquelle. Cette histoire doit rejoindre l'auditoire actuel mais aussi un nouveau public, attirer de nouveaux visiteurs et augmenter la fréquentation du musée, sans trop accaparer le personnel ou les ressources disponibles.

Cette section vise à aider à raconter clairement une histoire et à la transmettre sous forme de scénario pour la réalisation d'une vidéo destinée au Web. Il peut sembler fastidieux de rédiger un scénario en entier, mais cela répond aux deux grands buts suivants :

- S'assurer que le contenu est complet et se déroule logiquement. Le but visé est de générer un contenu fluide, précis et significatif qui touche les spectateurs;
- Le fait de revoir le scénario en détail aide à trouver les mots qu'il faut à l'enregistrement et à les transmettre clairement en cas de nervosité devant la caméra.

Voici quelques questions qu'il faut se poser avant de commencer à lire le *Guide* :

- Lorsque vous songez à votre organisation, quelles images, quels objets ou quelles anecdotes vous viennent à l'esprit? De quelle façon peut-on les présenter à l'auditoire de façon fluide, précise et significative à l'aide d'objets, d'images et/ou de dialogues?
- Quelle anecdote est propre à votre organisation?
- Il faut tenir compte du temps et des ressources disponibles. Est-il possible de déléguer des tâches à d'autres membres du personnel ou à des bénévoles pour partager les responsabilités?
- Quel est l'auditoire ciblé (niveau scolaire, adultes, jeunes, étudiants)?
- Quelle est l'utilisation finale (site Web, galerie, hall d'entrée du musée, sites de médias sociaux)?
- Savez-vous de quel équipement vous aurez besoin¹ ou de quel équipement vous disposez pour créer la vidéo destinée au Web?
- Savez-vous comment vous servir de l'équipement?

Au moment de créer la vidéo destinée au Web, mettez à profits vos compétences dans le domaine du patrimoine et de la culture. Voici des exemples de compétences qui peuvent se transférer :

- Recherche, interprétation et narration;
- Conception d'expositions (rédaction de cartels, mise en place d'objets);
- Numérisation (photographie, éclairage);
- Gestion de collections (description et mise en place d'objets en contexte);
- Conservation (narration, design d'objets);
- Marketing (promotion des programmes, de la collection et des événements de votre organisation).

Finalement, examinez ce que votre organisation fait déjà ou a fait récemment pour optimiser ses ressources et, éventuellement, pour adapter le contenu (p. ex. images, vidéoclips et audioclips). Cela peut comprendre le contenu des sources suivantes :

- Expositions en cours et passées;
- Programmes pédagogiques et conférences;
- Événements spéciaux (p. ex. ouverture de galeries, activités de financement ou galas);
- Numérisation des collections (p. ex. objets de collection 2D et 3D).

¹ Voir la liste de matériel ci-jointe (annexe E).

** Note en matière de droit d'auteur (droits de propriété intellectuelle) : Avant de publier toute vidéo destinée au Web, il faut s'assurer d'acquiescer les droits appropriés pour le contenu présenté et de faire signer, par tous les figurants, des renoncements permettant d'utiliser leur image sur Internet par le truchement de sites Web institutionnels ou par d'autres voies apparentées (voir les exemples de formulaires de consentement et de renoncement en matière de publication, à l'annexe F).*

b. Étapes de la scénarisation d'une vidéo destinée au Web

Étape 1 : S'inspirer du travail des autres

Prendre le temps de regarder des vidéos sur Internet créées par d'autres musées, archives, galeries d'art et organismes voués au patrimoine. Au moment de créer une vidéo destinée au Web, il est important de savoir ce qui se fait ailleurs et de quelle façon les auditoires y réagissent. Voici ci-dessous une liste de sites Web dont le contenu a été généré par des musées et d'autres établissements culturels. À mesure que les vidéos se déroulent, prendre en note ce qui pourrait servir pour votre propre vidéo.

Contenu généré par des utilisateurs/musées

- Le Canada a d'incroyables trésors!
<http://www.museevirtuel-virtualmuseum.ca/sgc-cms/expositions-exhibitions/tresors-treasures/?lang=fr>

Baladodiffusion

- Bata Shoe Museum : <http://www.batashoemuseum.ca/podcasts/>
- Musée royal de l'Ontario : http://www.rom.on.ca/index_fr.php

Vidéos de tourisme

- Parcs Canada : http://www.pc.gc.ca/media/index_f.asp
- Tourisme au Canada : <http://centredesmedias.canada.travel/>

Cinématographie de pointe

- Museum Secrets : www.museumsecrets.tv

Prendre le temps de regarder quelques vidéos avant de passer à l'étape 2.

Étape 2 : Définir le but (l'idée maîtresse)

La première étape de la création du scénario consiste à déterminer le but ou l'idée maîtresse. Sur une feuille de papier vierge, répondre aux questions suivantes pour orienter le processus :

- À *quelles fins* votre organisation compte-t-elle se servir de la vidéo?
 - À des fins de promotion?
 - À des fins pédagogiques?
 - À des fins de sensibilisation?
 - Pour attirer les visiteurs?
 - Pour être plus accessible?
 - Pour divertir?
 - Une combinaison de ce qui précède?
 - Quelle est l'histoire la plus importante, ou l'objet ou l'événement le plus important associé à votre organisation?
 - Quel est le public cible de cette vidéo?

Étape 3 : Sélectionner une histoire appropriée pour Internet²

Il y a de nombreux types d'histoires que les musées, les archives, les galeries d'art et les sites patrimoniaux ou les lieux historiques peuvent transposer en vidéo Web. En voici des exemples :

² Liste adaptée de l'ouvrage *Digital Storytelling Cookbook*, par Joe Lambert, Centre for Digital Storytelling, 2010.
<http://www.storycenter.org/cookbook.html>

- **les histoires d'objets**, qui font valoir à l'auditoire l'importance ou la valeur d'un objet, dont des artefacts, des documents d'archives, des œuvres d'art ou des éléments du patrimoine bâti;
- **les histoires commémoratives**, qui honorent une personne d'une importance particulière;
- **les histoires d'événements**, qui relatent aux spectateurs l'histoire d'un événement et ses répercussions;
- **les histoires propres à un endroit**, qui donnent l'occasion de souligner la valeur associée à un endroit particulier. Il pourrait s'agir d'une maison historique, d'un lieu d'information, de la scène d'un événement ou d'un site naturel important ou encore d'une caractéristique naturelle marquante, ou même d'une salle d'exposition de votre établissement ou d'une visite de vos collections en coulisse;
- **les histoires de rétablissement d'une situation**, qui racontent comment un problème a été réglé. Dans le contexte des musées, ces histoires peuvent décrire la perte ou la dégradation d'un document ou d'un artefact important, ou un problème d'espace ou d'emplacement;
- **les histoires thématiques**, qui établissent un lien entre des objets disparates pour former une histoire cohérente;
- **des histoires combinant** plusieurs de ces éléments (au moins deux des exemples ci-dessus).

Étape 4 : Créer l'histoire à l'aide d'un remue-méninges

Maintenant que la vidéo a un but bien précis et que vous savez quel type d'histoire vous voulez raconter, sélectionnez l'un des exercices de rédaction ci-dessous et suivez les étapes indiquées. Cela vous aidera à préciser votre idée grâce à l'élaboration d'une liste de thèmes, d'histoires ou d'objets.

1) Plan de l'histoire³

La création d'un plan est une première étape simple qui permet de préciser votre idée.

- Sur une page vierge, commencer en écrivant les mots clés ou les thèmes qui décrivent le mieux votre site.
- Une fois les principaux thèmes ou idées indiqués, commencer à circonscrire votre projet en donnant des exemples précis de ces idées ou de ces thèmes.
- Utiliser des flèches pour montrer les rapports entre les mots ou les thèmes (cet exercice aide à cerner le sujet et à lui donner de l'ampleur).
- Conclure l'exercice en soulignant les idées principales, les grands points ou les thèmes clés qui sont ressortis au moment de l'élaboration du plan de l'histoire.
- Si de nombreuses idées sont ressorties pour une histoire, envisager la possibilité de créer une série en plusieurs parties.

2) Questions incitatives

Sur du papier, des fiches ou des autocollants, répondre aux questions suivantes selon le type d'histoire sélectionné à l'étape 3.

Histoires d'objets

- Décrire l'objet sur le plan de ses propriétés physiques (texture, apparence, matériaux).
- Pourquoi l'objet est-il important pour votre collection?
- Y a-t-il des histoires ou des anecdotes personnelles intéressantes au sujet de cet objet?
- Que peut-on dire au sujet de l'âge de l'objet, de sa provenance, de la méthode par laquelle il a été acquis, etc.?

Histoires commémoratives

- Décrire la chronologie des événements entourant le sujet.

³ Certaines applications logicielles, comme [Inspiration](https://inspiration.museumsociety.org/) ou bubbl.us (gratuit – en anglais seulement), peuvent vous aider à amorcer votre plan.

- Y a-t-il un événement ou un incident particulier qui illustre bien sa personnalité?
- De quelle façon la vie de cette personne a-t-elle touché la collectivité?
- De quelle façon peut-on décrire cette personne (apparence physique, personnalité, etc.)?

Histoires d'événements

- Comment cet événement a-t-il façonné la collectivité?
- Comment décririez-vous l'événement?
- Décrire la chronologie de l'événement (ce qui y a mené, et quels en sont les principales incidences).

Histoires propres à un endroit

- Comment décririez-vous l'endroit?
- Y a-t-il un événement important qui s'y est déroulé?
- Quelles leçons les visiteurs en tirent-ils?
- Si vous entretenez un lien particulier avec cet endroit depuis longtemps, comment ce lien a-t-il évolué avec le temps?
- Comment l'endroit est-il devenu ce qu'il est maintenant?

Histoires de rétablissement d'une situation

- Décrire le problème ou l'obstacle auquel les intervenants ont dû faire face.
- Cela a-t-il mis en cause une personne, un objet, votre collectivité, votre organisation?
- De quelle façon les intervenants de l'endroit ont-ils surmonté l'obstacle?
- Quelle leçon ou quelle expérience les intervenants ont-ils tirée ou acquise en relevant le défi?

Ne pas oublier les cinq grandes questions au moment de recueillir les principaux faits de n'importe quelle histoire : Qui, Quoi, Où, Quand, Pourquoi (et Comment).

Étape 5 : Façonner l'histoire

À l'aide d'un modèle de scénario (**voir annexe A**), commencez à écrire l'histoire en vous servant des en-têtes pour orienter le processus. En fractionnant l'histoire en éléments de base, il est possible de se servir du modèle pour s'assurer que le récit est fluide, précis et complet. L'espace limité permettra aux rédacteurs plus expérimentés de faire preuve de concision. Au moment d'écrire le scénario d'une vidéo destinée au Web, il ne faut pas oublier les **trois principales qualités de la scénarisation** :

✓ Claire

✓ Interactive

✓ Concise

ASTUCE : Contrairement aux médias imprimés, lorsqu'on rédige pour la radio ou la télé on écrit pour l'oreille, et non pour l'œil. Il faut donc tenir compte de l'auditoire et **éviter d'utiliser un langage propre à un domaine particulier**⁴ qui pourrait obscurcir le message et semer la confusion chez le spectateur.

⁴ Pour une évaluation rapide du niveau du texte, faites une vérification de la *Grammaire et de l'orthographe* en cochant les statistiques de lisibilité dans les Options.

Figure A. Spécimen de scénario

Introduction

Bonjour et bienvenue à notre musée communautaire! Nous sommes situés dans votre ville depuis 1967. Je m'appelle M^{me} Catalogue et je suis la conservatrice du musée. Je m'occupe de la collection d'artefacts du musée et je prépare les expositions que vous pouvez voir pour en apprendre davantage sur votre collectivité. Entrez pour en apprendre plus sur l'un de nos artefacts favoris.

Corps du texte

1^{er} point

Voici la galerie A du musée. C'est ici que nous exposons notre collection d'artefacts qui représentent notre collectivité, notre grande province et nation.

2^e point

La plupart des artefacts exposés et entreposés ont été donnés par des membres de notre collectivité (il pourrait même s'agir de membres de votre famille, d'amis ou de voisins).

3^e point

Cette sculpture sur bois a été donnée par le petit-fils de l'un des premiers résidents de notre collectivité. Elle a été réalisée à la main à partir d'un seul morceau d'érable, un bois franc que l'on trouve dans notre collectivité et ses environs.

4^e point

Le castor qui y est représenté est non seulement le symbole national de notre pays, mais il a aussi sauvé notre ville d'une inondation majeure grâce au barrage qu'il a construit près des berges de notre rivière.

Conclusion

Venez visiter le musée et ses galeries pour admirer cet artefact étonnant et de nombreux autres artefacts qui racontent notre histoire. Merci de votre visite, et au plaisir de vous revoir bientôt!

Étape 6 : Passer l'épreuve de l'examen par ses collègues

Une fois le scénario rédigé, en lire le contenu à voix haute à un collègue. Cet exercice permet de déceler les lacunes dans le contenu et de repérer les passages boiteux à des fins de révision avant le tournage. Demandez à votre collègue de vous minuter pour vérifier la durée de la vidéo, et la raccourcir au besoin. N'oubliez pas que des vidéos de plus de 2 ou 3 minutes risquent de dissuader l'auditoire de les regarder.

Il n'y a personne autour pour examiner votre scénario? Lisez-le à voix haute pour avoir une idée de la cadence et de la durée.

Le scénario est maintenant prêt, et c'est le temps de passer au scénarimage!

2) Scénarimage d'une vidéo destinée au Web

a. Introduction

La présente section vous aidera à planifier la vidéo destinée au Web et à en donner un aperçu à l'aide du scénario.

D'après le Center for Digital Storytelling⁵, la planification sur papier permet d'économiser beaucoup de temps, d'énergie et d'argent lorsque vient le temps du montage et de la production de la vidéo. Les scénarimages (*story-board* en anglais) se composent d'une série d'images ou d'illustrations présentées en séquence qui servent à visualiser un projet de vidéo à l'étape de la planification initiale. Les scénarimages sont particulièrement utiles aux maquettistes novices pour préciser ce dont ils ont besoin et, en fin de compte, ils aident à sauver temps et ressources en diminuant le risque de produire une vidéo qui ne correspond pas au scénario.

La création d'un scénarimage peut aider à prévoir les plans, à choisir les lieux, à repérer les lacunes dans l'histoire ou la narration et à déterminer le matériel et le personnel dont on a besoin.

Voici ce dont il faut tenir compte au moment de planifier les images :

- *Point central* : Quels seront les sujets de la trame des plans?
- *Effets photographiques* : La caméra effectuera-t-elle un panoramique d'une salle ou d'un objet? Effectuera-t-elle un zoom avant ou un zoom arrière d'un objet ou d'un espace?
- *De quelle façon distinguer le sujet de l'arrière-plan?* Plus le sujet se démarque de l'arrière-plan, moins les détails de l'arrière-plan constituent une distraction.
- *Placement des caméras* : De quelle façon les caméras seront-elles orientées pour donner l'angle voulu? De quel équipement (échelle, trépied) aura-t-on besoin pour réaliser le plan?
- *Personnel* : A-t-on besoin d'autres personnes pour tenir ou déplacer des objets pendant le tournage? Aura-t-on besoin de quelqu'un pour tenir l'appareil pendant la présentation si un trépied ne fait pas l'affaire? Prévoir la participation d'autres membres du personnel, de stagiaires ou de bénévoles lorsqu'il n'est pas possible de tout faire soi-même.
- *Choix des plans* : Commence-t-on par un plan d'ambiance avec passage à un plan moyen? Ou commence-t-on par un très gros plan, et se sert-on d'un effet photographique comme un zoom arrière pour créer une intrigue? (Voir les différents types de plan décrits à l'annexe C).

⁵ Organisme international sans but lucratif voué à la formation, à la création de projets et à la recherche qui aide les jeunes et les adultes de partout dans le monde à se servir d'outils médiatiques numériques pour élaborer et enregistrer des histoires intéressantes à partir de leur vécu et les partager de manière à favoriser l'apprentissage, à développer des communautés et à inspirer la justice. Il met l'accent sur l'établissement de partenariats avec des organismes communautaires, pédagogiques et commerciaux pour élaborer des projets d'histoires en ligne adaptées et d'envergure dans les domaines de la santé, des services sociaux, de l'éducation, de la conservation historique et culturelle, du développement communautaire, des droits de la personne, de la justice environnementale et dans d'autres secteurs. Visitez le site à l'adresse <http://www.storycenter.org/>.

b. Étapes de la création du scénarimage d'une vidéo destinée au Web

Étape 1 : Formater un document

Formater un document de traitement de texte avec une colonne demi-page à gauche, ce qui laisse de la place aux illustrations du scénarimage à droite (il est aussi possible de se servir des modèles fournis – voir annexes B1 et B2).

Étape 2 : Imprimer et copier les modèles

Commencer par faire des photocopies du modèle du scénarimage. Pour une courte vidéo de 2 minutes, trois photocopies du gabarit peuvent suffire. Conserver l'original du modèle, et faire des copies additionnelles au besoin.

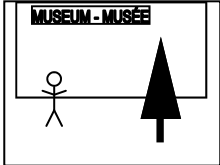
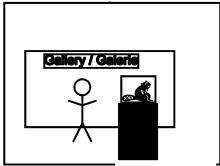
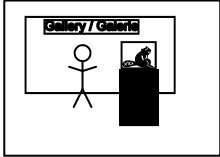
Étape 3 : Diviser le scénario en segments

C'est dans la colonne du dialogue, à gauche, que l'on insère le scénario, divisé en segments. Chaque segment correspond à un endroit, à un sujet ou à un placement de la caméra, selon les indications, avec un croquis tracé dans la boîte du côté droit du modèle. Pour copier à un autre endroit, sujet ou placement de caméra, l'indiquer en plaçant le texte dans l'espace suivant.

Étape 4 : Tracer les plans qui correspondent au scénario

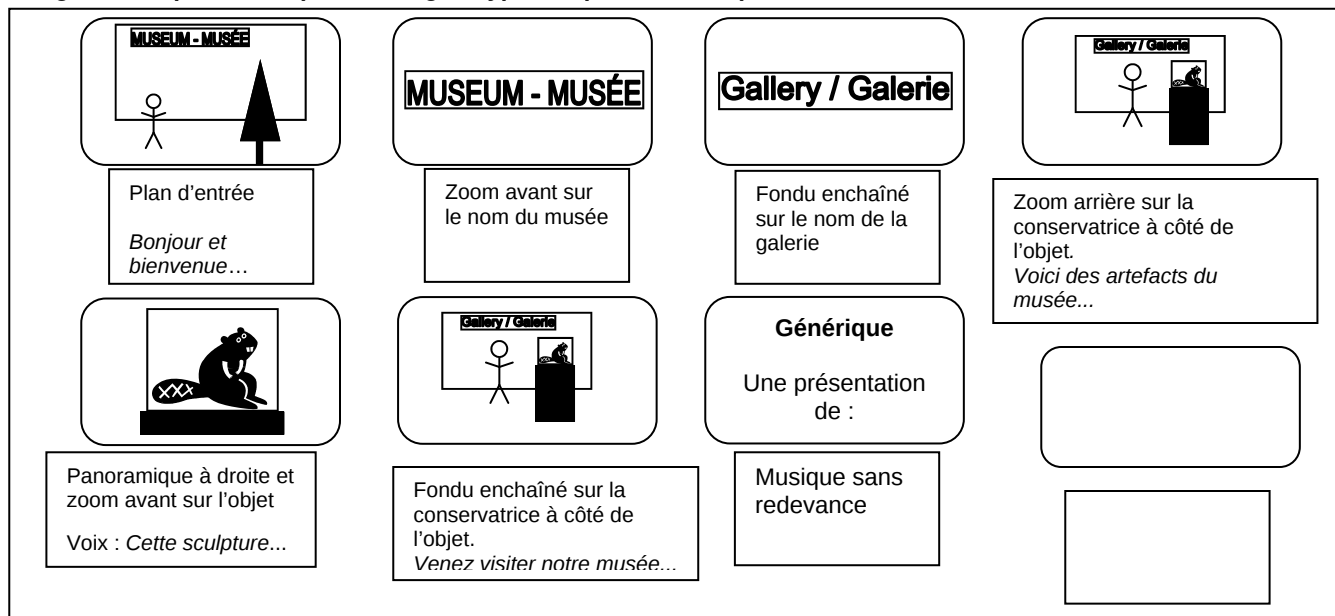
Dans la boîte du côté droit, tracer le plan qui correspond au segment du scénario à la gauche. Dans les esquisses, indiquer l'angle de la caméra, la façon dont le sujet doit être filmé, ce qui servira d'arrière-plan et si la caméra bougera (soit panoramique de droite à gauche, soit zoom avant ou arrière). Se servir d'un crayon pour tracer l'esquisse des plans de scénarimage pour y apporter des modifications au besoin.

Figure B1. Scénarimage 1 (scénario + scénarimage combinés) : Histoire d'un objet pour éduquer et attirer des visiteurs

Dialogue : <i>(Un plan d'ambiance saisit le nom du musée et sa conservatrice. Plan à l'extérieur devant le musée.)</i> <u>Introduction : Bonjour et bienvenue à notre musée communautaire! Nous sommes situés dans Votre ville depuis 1967. Je m'appelle M^{me} Catalogue et je suis la conservatrice du musée. Je m'occupe de la collection d'artefacts du musée et je prépare les expositions que vous pouvez voir pour en apprendre davantage sur votre collectivité. Entrez pour en apprendre plus sur l'un de nos artefacts favoris.</u>	Croquis (ce que la caméra voit) : 
Dialogue : <i>(Un plan moyen saisit la conservatrice et l'objet. Plan à l'intérieur de la galerie.)</i> <u>Corps de l'histoire : (Voici la galerie A du musée. C'est ici que nous exposons notre collection d'artefacts qui représentent notre collectivité, notre grande province et nation.)</u> <i>(La caméra effectue un panoramique à droite pour porter sur l'objet.)</i>	 Croquis : 
Dialogue : <i>(Gros plan avant. La caméra fait le point sur l'objet dans la vitrine.)</i> <u>Corps de l'histoire : Cette sculpture sur bois a été donnée par le petit-fils de l'un des premiers résidents de notre collectivité. Elle a été réalisée à la main à partir d'un seul morceau d'érable, un bois franc que l'on trouve dans notre collectivité et ses environs. Le castor qui y est représenté est non seulement le symbole national de notre pays, mais il a aussi sauvé notre ville d'une inondation majeure grâce au barrage qu'il a construit près des berges de notre rivière.</u>	Croquis : 
Dialogue : <i>(Un plan moyen montre la conservatrice et l'objet.)</i> <u>Conclusion : Venez visiter le musée et ses galeries pour admirer cet artefact étonnant et de nombreux autres artefacts qui racontent notre histoire. Merci de votre visite, et au plaisir de vous revoir bientôt!</u>	

Les réalisateurs et réalisatrices chevronnés peuvent envisager de se servir du scénarimage suivant, qui met l'accent sur le placement de la caméra, ses mouvements et les effets.

Figure B2. Spécimen 2 (scénarimage + types de plan et d'effet) :



Étape 5 : Créer la liste des plans

Maintenant qu'un scénario et des images sont prêts, préparez une fiche de tournage pour tous les plans que vous comptez prendre. Vous pouvez y indiquer où les plans seront pris, par qui et qui ou quoi y paraîtra. La fiche de tournage ne doit pas nécessairement refléter l'ordre établi dans le scénario ou le scénarimage. Il est plus efficace de tourner toutes les scènes qui ont lieu à un même endroit ou dans lesquelles apparaît le même acteur ou objet, même si elles ne paraîtront pas dans cet ordre dans le film.

Figure C. Spécimen de fiche de tournage

Plan	Endroit	Type de plan	Mouvement/ Effet	Durée	Dialogue	Description de l'action	Sujets	Équipement/ Personnel
1	Extérieur – avant du musée	Nom complet du musée et conservatrice	Zoom sur le nom du musée, après l'introduction de la conservatrice	20 sec	Bonjour et bienvenue...	La conservatrice se tient devant le musée, présente le musée et son emplacement.	Conservatrice, musée	Caméra, trépied, assistant
2	Galerie A	Moyen – conservatrice et présentoir	Panoramique vers la droite et zoom sur l'objet après le dialogue	15 sec	Voici la galerie A du musée...	La conservatrice se tient devant la galerie, à côté d'un présentoir. Présentation de la collection et de l'exposition.	Conservatrice, artefact	Caméra, trépied, assistant
3	Galerie A	Gros plan – objet visible au complet		20 sec	Cette sculpture de bois a ...	La conservatrice décrit l'objet et son importance (peut être une voix hors champ).	Artefact	Caméra, trépied, assistant
4	Galerie A	Plan moyen – conservatrice et présentoir			Venez visiter notre musée...	La conservatrice se tient à côté d'un présentoir et conclue la vidéo.	Conservatrice, artefact	Caméra, trépied, assistant

Le scénario, le scénarimage et une liste de plans ont été préparés, et il est maintenant temps de passer au tournage de la vidéo destinée au Web!

PARTIE II : Tournage d'une vidéo destinée au Web à l'aide du scénarimage et de la liste des plans

a. Introduction

À mesure que l'équipement vidéo devient plus accessible et que les options de distribution en ligne se multiplient, les musées ont la possibilité de créer des vidéos de qualité supérieure efficacement et sans surtaxer le personnel ou les ressources. Pour obtenir de meilleurs résultats, ne pas oublier ce qui suit :

- **Fluidité**
 - Il est important de diriger les spectateurs dans l'histoire pour éviter tout ennui ou tout malentendu. Une vidéo doit avoir un début, un milieu et une fin bien marqués. Commencez par présenter le sujet et l'histoire, misez sur l'émotion au milieu et terminez par un dénouement qui résume et répète les points importants.
- **Variété**
 - Pour que votre vidéo demeure intéressante, essayez d'y intégrer divers plans et angles. Un plan à grand angle permet d'établir la scène ou le décor, tandis qu'un plan moyen crée une certaine intimité et dirige le regard vers un sujet, ce qui élimine les détails qui distraient l'attention. Un gros plan ou un très gros plan peut servir à montrer les petits détails d'un objet ou d'une œuvre d'art pour créer une intrigue et susciter l'intérêt. Il peut aussi servir, à l'occasion, à produire un niveau accru d'émotion ou à créer un rapport direct entre le sujet et l'auditoire.
- **Concision**
 - Les vidéos sur Internet les plus percutantes durent, généralement, moins de 2 minutes. Il est donc important lorsque vous créez votre propre vidéo de faire preuve de concision. Cela vous permettra de vous concentrer sur votre message et de produire une meilleure histoire. Vous pouvez envisager la possibilité de produire plusieurs clips de courte durée pour maintenir l'intérêt ou encore de superposer des images, la narration ou d'autres vidéoclips dans la vidéo.

Avant de tourner une vidéo destinée au Web, n'oubliez pas de :

- tirer parti de vos compétences dans les domaines culturels et patrimoniaux;
- consulter le scénario, le scénarimage et la liste des plans pour déterminer quels plans vous devez prendre. Pour simplifier le processus de production, organisez la liste des plans d'après les endroits ou les sujets;
- garder en tête l'utilisation finale de la vidéo et son auditoire cible;
- respecter le but et l'idée maîtresse de votre histoire.

b. Étapes du tournage d'une vidéo destinée au Web⁶

Étape 1 : Vérifier l'équipement

La première étape d'un tournage vidéo réussi consiste à vérifier l'équipement pour s'assurer :

- que la caméra fonctionne correctement, et que la pile est chargée;
- qu'il y a assez d'espace d'enregistrement vierge pour saisir de 1 à 3 heures de vidéo, ou qu'il y a des cartes mémoire/cassettes/disques supplémentaires sur place;
- que des arrangements ont été pris pour protéger les lieux de tournage et obtenir l'aide du personnel, au besoin;
- qu'il y a des prises et des rallonges électriques sur les lieux du tournage, si des lampes de studio servent à l'éclairage des sujets en cas de faible lumière naturelle.



Étape 2 : Évaluer l'endroit (éclairage)

Les endroits où il y a peu de lumière ne permettent pas de produire de bonnes vidéos destinées au Web. Il doit y avoir un éclairage naturel ou artificiel suffisant aux endroits sélectionnés pour éclairer les sujets. Enregistrez un bref spécimen de vidéo (de 20 à 30 secondes) pour évaluer l'éclairage ambiant. Si l'éclairage est trop faible, utilisez un éclairage artificiel, comme des lampes de studio peu coûteuses, pour assurer une lumière d'appoint (envisagez la possibilité d'adapter l'équipement de numérisation des collections en place, au besoin). Si l'éclairage est encore inadéquat, envisagez la possibilité de choisir un autre endroit où vous pourrez tirer parti de l'éclairage naturel ou artificiel pour éclairer le sujet.



⁶ À noter que le présent *Guide* ne traite pas du montage final, de l'exportation ou de la publication des vidéos sur Internet.

CONSEILS CONCERNANT L'ÉCLAIRAGE

- Évitez l'éclairage artificiel direct, dur, qui risque de causer des contrastes, des taches de lumière et des ombres distrayantes.
- Tentez d'imiter l'éclairage naturel si un éclairage artificiel est utilisé (p. ex. se servir d'ampoules chaudes pendant le tournage d'une scène éclairée à la chandelle ou à proximité d'un âtre).
- Tenir compte de la conservation et de l'intégrité des sujets! Un éclairage direct peut endommager les artefacts, les documents d'archives et les œuvres d'art avec le temps. **N'oubliez pas : les dommages causés par l'éclairage sont cumulatifs et irréversibles!**

Étape 3 : Évaluer l'endroit (qualité du son)

Évaluez la qualité du son à l'endroit choisi, et réduisez le bruit ambiant qui distrait, au besoin. Si seul le microphone interne de la caméra est utilisé, il est important de se rappeler que plus le sujet est près de la caméra, meilleur est le son. Il ne faut pas oublier non plus que la voix du sujet risque d'être perdue et que votre message pourrait être compromis si le tournage a lieu à un endroit où il y a un fort bruit ambiant ou en arrière-plan. Si le tournage a lieu à l'extérieur, assurez-vous de choisir un endroit où il y a peu de vent. Enregistrez un bref spécimen de vidéo (de 20 à 30 secondes) pour évaluer le bruit ambiant à l'endroit choisi. **Si le vent ou le bruit ambiant est trop distrayant au moment de repasser le son, envisagez la possibilité d'utiliser un microphone externe si la caméra vidéo a une entrée audio.**

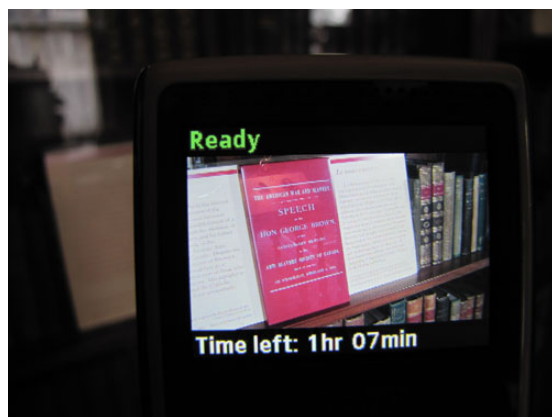
Note : L'auditoire accepte un enregistrement vidéo de faible qualité avant d'accepter un enregistrement audio de mauvaise qualité.

Étape 4 : Placer la caméra

Lorsque vous êtes prêt à tourner, fixez solidement la caméra sur un trépied pour la stabiliser pendant les plans ou servez-vous d'un support comme échelle ou demandez à un assistant de placer la caméra à un angle approprié. Consultez le **scénarimage** pour déterminer de quelle façon vous prévoyez orienter la caméra par rapport au sujet. Si vous devez vous servir d'une échelle ou d'un banc, placez-les à proximité du sujet et réglez la caméra en conséquence.

Étape 5 : Composer le plan

Décalez le sujet dans l'image pour créer un intérêt visuel et attirez l'œil à l'écran. Ce cadrage asymétrique est considéré comme plus intéressant sur le plan visuel pour le spectateur que si on se contentait de centrer le sujet. Lorsque vous interviewez un sujet, laissez un « pouce virtuel » autour de lui pour éviter qu'il se retrouve hors du cadre.



Étape 6 : Action! Commencer le tournage

En vous fiant au scénarimage et à la liste des plans, vous pouvez commencer l'enregistrement de la vidéo. Une fois un plan terminé, examinez les séquences à la caméra pour déterminer si le son, l'éclairage et le cadrage conviennent. Si la caméra a une prise de sortie audio, servez-vous d'un casque d'écoute pour évaluer la qualité du son, en particulier au cours d'entrevues. Vérifier les

plans du scénarimage et de la liste des plans à mesure que le tournage progresse.

CONSEILS CONCERNANT LE TOURNAGE

- Assurez-vous de prendre des plans stables en posant la caméra sur un trépied. Servez-vous d'un monopode ou d'un trépied compact lorsque l'espace ou le poids devient un facteur à prendre en considération.
- Prévoyez une zone tampon de 10 à 15 secondes au début et à la fin de chaque plan en prévision du montage.
- Prenez des plans les plus courts et les plus stables possibles. Si vous prévoyez de marcher avec la caméra, évitez toute secousse en plaçant le trépied sur un fauteuil roulant ou un chariot (p. ex. lorsqu'il s'agit d'une visite guidée d'un entrepôt de collections ou de l'espace d'exposition). Les plans trop instables peuvent être très distrayants et étourdir.

Étape 7 : Transférer et examiner les séquences à l'ordinateur

Transférez les séquences à l'ordinateur et examinez-le. Déterminez s'il y a des plans à reprendre.

Étape 8 : Reprendre le tournage au besoin

Reprenez les plans qui ne conviennent pas (p. ex. s'il y a trop d'éclairage ou de bruits ambiants, ou si le sujet ne ressort pas).

Étape 9 : Sauvegarder/stocker les séquences

Une vidéo numérique peut occuper beaucoup d'espace sur un disque dur, surtout lorsqu'elle est tournée en haute définition (10 minutes de vidéo peuvent prendre jusqu'à 1Go d'espace). Utilisez un disque dur externe pour sauvegarder et stocker vos séquences, et ne stockez que la vidéo sur laquelle vous travaillez actuellement sur le disque dur de votre ordinateur (p. ex. lorsque vous faites le montage ou que vous téléchargez un projet final sur des plateformes telles que YouTube ou Le Canada a d'incroyables trésors).

Félicitations! Le contenu de la vidéo est maintenant créé et est prêt pour le montage, l'exportation et la publication sur Internet⁷.

Prochaines étapes

Si l'ensemble des séquences est satisfaisant, passez à la création de la vidéo au moyen d'un logiciel de montage ou de publication de vidéos. Si vous connaissez mal ces logiciels, consultez les manuels ou les guides d'aide qui accompagnent les logiciels de montage ou de publication de vidéos (p. ex. Windows Movie Maker et Final Cut Pro). Certaines ressources en ligne gratuites peuvent également vous aider à mettre au point votre vidéo et à la télécharger sur divers sites Web, comme YouTube.

Voici quelques exemples :

- Montage et enregistrement de vidéos
 - [Using Windows Movie Maker for Windows XP](#)
 - [Using Windows Movie Maker for Windows Vista](#)
 - [Using Windows Movie Maker for Windows 7](#)
 - [Using Apple's Final Cut Pro](#)
- Publication de vidéos sur Internet
 - [Uploading Video to YouTube](#) et [Le Canada a d'incroyables trésors!](#)
 - [Uploading Video to Vimeo](#)

⁷ À noter que le présent *Guide* ne traite pas du montage final, de l'exportation ou de la publication des vidéos sur Internet.

Annexe A : Modèle de scénario

Introduction

Commencez par un fait, une citation ou une anecdote ou encore parlez de vous et de votre musée.

Faites connaître votre sujet à l'audience et décrivez le but de votre vidéo.

Énumérez vos thèmes principaux.

- o Premier thème (p. ex. à propos du musée)

- o Deuxième thème (p. ex. à propos des galeries ou des expositions)

- o Troisième thème (p. ex. description d'un objet spécial)

- o Quatrième thème (p. ex. pourquoi cet objet est important pour la collectivité)

Corps du texte (décrivez vos thèmes ici)

Premier thème

Commencez par votre thème le plus marquant. Suscitez l'intérêt de vos spectateurs.

Thèmes intermédiaires

Ces thèmes peuvent être plus descriptifs qu'émotifs. Placez-les entre votre premier et dernier thème.

Thème final

Utilisez un autre thème accrocheur pour inciter vos spectateurs à regarder votre prochaine vidéo.

Conclusion

Répétez vos thèmes principaux

Résumez l'idée présentée

Concluez par une idée marquante, un appel à l'action ou des observations finales.

Invitez vos spectateurs à regarder votre prochaine vidéo!

Annexe B1 : Modèle de scénarimage 1

Dialogues :

Images :

Annexe B2 : Modèle de scénarimage 2

Appendice C : Types de plans

Gros plan : Plan utilisé pour établir un lien direct entre le sujet et l'auditoire. Le sujet occupe presque tout le cadre et semble dominer l'écran.

Plan d'ambiance : Image d'ouverture d'une scène, habituellement une perspective large ou éloignée orientant l'auditoire vers le cadre global et donnant une vue générale de l'environnement. Le plan peut également inclure des sujets pour situer le contexte. (Voir Plan d'ensemble)

Plan d'ensemble (ou plan général) : Contrairement au plan de grand ensemble, les sujets seront reconnaissables, et le plan donnera aussi une bonne idée du milieu où ils vivent. Les plans d'ensemble créent une ambiance et peuvent établir un lien entre les personnages et l'environnement, ce qui en fait un premier plan idéal. (Voir Plan d'ambiance)

Plan de demi-ensemble : À mi-chemin entre un plan d'ensemble et un plan moyen. On verra tout le sujet sans perdre de vue l'environnement.

Plan de grand ensemble : Les sujets sont loin à l'arrière-plan, ce qui donne davantage d'importance à l'environnement.

Plan général : Une prise de vue générale de toute une scène filmée d'un point de vue neutre (généralement un plan d'ensemble) qui facilite l'assemblage de plans moyens et de gros plans pendant le montage.

Plan moyen : Perspective de caméra entre le plan d'ensemble et le gros plan, dans laquelle les sujets se trouvent à une distance moyenne. Les sujets et l'environnement occuperont à peu près autant d'espace dans le cadre.

Plan par-dessus l'épaule : Prise de vue et cadrage d'un sujet par-derrière, à partir de la tête et de l'épaule d'une autre personne. Ce type de plan est très souvent utilisé pendant les conversations entre deux personnages.

Plan rapproché : À mi-chemin entre un plan moyen et un gros plan. La partie inférieure du cadre s'arrêtera à mi-corps du sujet, et on pourra encore voir une partie de l'environnement, ce qui est idéal pour les scènes de conversation entre deux ou trois personnages.

Plan subjectif : Perspective de plan dans laquelle la caméra prend la position d'un acteur et permet ainsi à l'auditoire de voir ce que l'acteur voit.

Travelling : Un plan dans lequel la caméra se déplace sur roues (p. ex. support à roulettes, fauteuil roulant, véhicule, etc.)

Travelling arrière : Un travelling qui s'éloigne du sujet pour montrer le contexte de la scène. (Voir Travelling et Travelling latéral)

Travelling latéral : Un travelling qui suit le sujet dans ses déplacements. (Voir Travelling et Travelling arrière)

Très gros plan : Plan très rapproché et très intime dans lequel une partie précise du sujet remplit le cadre, ce qui crée un lien immédiat avec le public (p. ex. une vue très précise d'une partie d'un objet avec des détails saisissants dans le but d'intriguer et de susciter la curiosité).

Annexe D : Glossaire

Composition : Arrangement visuel d'une image vidéo, y compris des facteurs comme l'équilibre, le cadrage, le champ de vision et la texture, c.-à-d. toutes les considérations esthétiques. Ces qualités combinées forment des images qui permettent de communiquer efficacement un message et qui sont agréables à regarder.

Compression : Algorithmes qui jettent ou réorganisent des informations pour réduire la taille d'un fichier. La compression permet de réduire la quantité d'espace de stockage et la largeur de bande nécessaires pour les images dans un format numérique intermédiaire, mais réduit aussi la qualité.

Contre-jour : Éclairage du sujet par derrière. Lorsque ce type d'éclairage est utilisé correctement, il crée une impression de profondeur en séparant le sujet à l'avant-plan de la zone à l'arrière-plan. Lorsqu'il est utilisé de façon incorrecte ou accidentelle, il cause un fort détournement.

Foyer : Élément sur lequel vous faites la mise au point. Par exemple, votre foyer peut être votre sujet, ou une partie du sujet.

Gros plan : Plan utilisé pour établir une connexion émotionnelle directe entre le sujet et l'auditoire. Le sujet occupe presque tout le plan et semble dominer l'écran.

Haute définition (HD) : Image vidéo comportant un niveau supérieur de détail, c.-à-d. un nombre supérieur de lignes de balayage (comme 720, 1080). Par sa nature, plus le nombre de lignes de balayage est élevé, plus le fichier vidéo est gros.

Image : Une image vidéo complète, comportant à la fois les champs impairs et les champs pairs. Il y a 30 images vidéo par seconde.

Largeur de bande : Gamme de fréquences de signaux que le matériel audio ou vidéo peut coder ou décoder; la différence entre les fréquences limites d'une bande de fréquence continue. La vidéo utilise une fréquence supérieure à celle de l'audio, et nécessite donc une largeur de bande plus grande.

Lumière artificielle : Éclairage d'origine humaine (n'est pas limité à l'éclairage « d'intérieur »). Sources : ampoules fluorescentes, lampes à DEL, phares de voiture, éclairage en plongée des musées.

Lumière réfléchie : Lumière qui est renvoyée par une surface ou un sujet avant d'être vue ou enregistrée.

Lumination (ou exposition à la lumière) : Quantité de lumière qui agit sur une surface photosensible; produit de l'éclairement (contrôlée par l'ouverture de l'objectif) par la durée d'exposition (contrôlée par l'ouverture de l'obturateur et la fréquence d'image).

Montage : Processus ou résultat de l'enregistrement sélectif de séquences vidéo et/ou audio sur votre ordinateur. Le montage comporte en général l'examen des séquences non montées dans un lecteur multimédia et le transfert des segments voulus de votre caméra à votre ordinateur selon une séquence prédéterminée.

Panoramique : Relatif au mouvement horizontal de la caméra, de droite à gauche ou de gauche à droite, à partir d'une position stationnaire. Ce mouvement sert à suivre un sujet, à diriger le regard de l'auditoire d'un sujet à un autre, à illustrer une relation entre des sujets ou à balayer un sujet trop gros pour être vu en un seul plan (comme un très gros artefact, un édifice du patrimoine ou une œuvre d'art monumentale).

Placement d'une caméra : Relatif à l'orientation ou à la position de la caméra par rapport au sujet. Par exemple, la caméra peut être placée près du sujet, ou à distance pour prendre un plan d'ambiance.

Plan d'ambiance : Image d'ouverture d'une scène. En général, une perspective large et/ou éloignée oriente l'auditoire vers le cadre et l'environnement global (voir Plan d'ensemble).

Plan d'ensemble : Ces plans montrent le sujet au complet. Bien que vous puissiez toujours reconnaître le sujet dans un plan d'ensemble, vous obtenez aussi une bonne idée de l'arrière-plan et de l'environnement dans lequel il se trouve. Dans une certaine mesure, un plan d'ensemble est surtout centré sur l'atmosphère et la relation entre le sujet et l'environnement, et ce type de plan est donc un premier plan idéal (voir Plan d'ambiance).

Plan moyen : Ce plan définit toute perspective de caméra entre le plan d'ensemble et le gros plan, dans lequel les sujets sont vus à une distance moyenne (voir Gros plan et Plan d'ensemble).

Plan subjectif : Perspective de plan dans laquelle la caméra prend la position d'un acteur, et permet ainsi à l'auditoire de voir ce que l'acteur verrait à travers ses yeux.

Postproduction : Dans un développement de projet, la période qui a lieu après l'enregistrement vidéo ou « après la production ». Elle comporte en général le montage et l'ajout à la vidéo de musique, de voix hors champ et d'effets, comme des transitions et des titres.

Profondeur de champ : Distance entre les objets les plus rapprochés et les plus éloignés dont l'image est suffisamment nette. La profondeur de champ dépend de l'ouverture et de la longueur focale de l'objectif, ainsi que de la distance entre l'objectif et le sujet.

Réflecteur : Accessoire d'éclairage qui aide à répartir la lumière ainsi qu'à remplir les ombres. Il est souvent fait d'un carton pour affiche ou d'un cartomousse blancs, d'un métal réflecteur léger ou d'un carton pour affiche recouvert d'une feuille métallique.

Scénarimage (story-board en anglais) : Jeu de croquis de type bande dessinée qui présente les parties visuelles importantes (plans et scènes) de la production planifiée, accompagné du scénario correspondant.

Scénario : Texte qui précise le contenu d'une production ou d'une performance et qui est utilisé comme guide. Il peut inclure les profils des personnages et du cadre, les directives de production (audio, éclairage, décor et mouvements de caméra), ainsi que le texte des présentateurs.

Script : Le texte qui fournit la narration.

Taille des fichiers :

Bit (la plus petite unité de données utilisée par un ordinateur et qui représente un oui ou un non / 1 ou 0)

Octet = 8 bits

Kilo-octet (ko) = environ 1000 octets

Méga-octet (Mo) = environ 1000 kilo octets

Giga-octet (Go) = environ 1000 méga-octets

Téra-octet (To) = environ 1000 giga-octets

Très gros plan : Un très gros plan est un plan très intime, dans lequel la caméra fait la mise au point sur une partie du sujet. Par exemple, pour essayer d'établir une connexion très émotionnelle avec l'auditoire, vous pouvez faire la mise au point sur une partie de l'objet pour capturer des détails saisissants.

Scénario-maquette : Utilisation d'un jeu d'images dans des cadres distincts pour résumer ou lancer des idées sur la façon de raconter une histoire qui peut mener à de telles descriptions.

Trépied : Support à trois pieds qui donne de la stabilité à la caméra et permet un placement/mouvement régulier de celle-ci. La plupart des trépieds sont légers et servent à l'enregistrement à distance.

Voix hors champ : Commentaires oraux qui accompagnent les images, entendus par-dessus le fond sonore ou la musique de fond, sans que le narrateur soit vu à l'écran. Ils sont en général ajoutés pendant la postproduction.

Zoom : Pour modifier la longueur focale d'un objectif à focale variable, de grand-angle à téléobjectif, et l'inverse. « Zoom avant » signifie l'augmentation de la longueur focale vers le réglage d'un téléobjectif. « Zoom arrière » signifie la réduction de la longueur focale vers le réglage d'un grand-angle.

Annexe E : Liste de matériel suggéré

Ordinateur (avec haut-parleurs)

Vous pouvez utiliser votre ordinateur si la capacité de son processeur, de son disque dur et de sa mémoire vive est suffisante. Si vous devez vous procurer un nouvel ordinateur plus puissant, plusieurs choix s'offrent à vous. Vous pouvez acheter un ordinateur fonctionnant sous un système d'exploitation Windows, comme Windows XP ou Vista ou 7, ou un ordinateur Apple (p. ex. iMac ou MacBook). Pour plus de liberté de mouvement, vous pouvez aussi vous procurer un ordinateur portable, puisque ce type d'appareil est maintenant aussi puissant que les ordinateurs de bureau.

Logiciel de traitement de texte

Pour la rédaction de textes, de scénarimages et de fiches de tournage.

Logiciel de schéma d'idées et d'histoires

Un logiciel simple pour donner un coup de pouce à votre créativité. Le logiciel [Inspiration](#) et l'application gratuite [bubbl.us](#) font partie des options.

Imprimante et photocopieur

Pour imprimer ou copier votre texte, votre scénarimage, vos fiches de tournage et vos modèles.

Caméra vidéo

Comme pour l'ordinateur, vous pourrez peut-être utiliser votre propre matériel (c.-à-d. la fonction vidéo d'un appareil photo numérique, une caméra vidéo numérique ou une caméra analogique avec sortie numérique). Si vous devez acheter un nouvel appareil, une foule d'options s'offrent à vous, selon la qualité vidéo que vous souhaitez obtenir. Dans le cas d'une vidéo haute définition (HD), vous pouvez vous procurer une caméra autonome (p. ex. la caméra FlipCam ou un caméscope) ou une caméra numérique plus récente à fonctionnement automatique qui enregistre en haute définition. Envisagez l'utilisation d'une caméra avec entrée audio pour filmer à l'extérieur ou dans des endroits bruyants.

Trépied et mini-trépied

Idéaux pour filmer, surtout si vous êtes seul. Les pieds et tiges télescopiques des trépieds se prêtent parfaitement à toutes sortes de plans, alors que les mini-trépieds, quoique faciles à transporter, doivent être placés sur une surface élevée.

Pied

Tige qui supporte une caméra vidéo et qui doit être tenue par une deuxième personne.

Source lumineuse continue

Les lampes et leurs douilles ont diverses tailles, sont très faciles à déplacer et produisent une lumière vive non filtrée. L'achat de plusieurs lampes garantit un éclairage plus équilibré et diminue l'ombrage et le contraste.

Pied de lampe

La plupart des lampes ne sont pas vendues avec un pied. Achetez un pied télescopique.

Ampoules

Ampoules fluorescentes compactes d'imagerie numérique produisant une lumière blanche. Les ampoules incandescentes peuvent servir à produire une lumière froide ou chaude, mais elles dégagent plus de chaleur. Tenez compte de la conservation et du bon état des objets.

Filtres de gélatine

Ils peuvent être fixés aux lampes pour régler la température de couleur des ampoules ou pour créer des effets visuels.

Logiciel de montage vidéo

Votre ordinateur comporte peut-être déjà un logiciel de montage vidéo gratuit (c.-à-d. *Movie Maker* pour les ordinateurs sous Windows et *iMovie* pour les appareils d'Apple). Si vous désirez un logiciel vidéo plus complet, vous pouvez acheter *Adobe Premier* ou *Apple Final Cut Pro Express*.

Microphone d'ordinateur

Utilisé pour enregistrer la narration et d'autres voix hors champ.

Numériseur et logiciel de traitement d'image

Utilisés pour numériser et traiter les images complémentaires qui seront insérées dans votre vidéo.

Stockage de données

Les fichiers vidéo numériques peuvent occuper une grande partie de votre disque dur, surtout si les vidéos sont longues ou filmées en haute définition (p. ex. une vidéo d'une minute brute filmée en haute définition peut prendre jusqu'à 60 Mo d'espace sur le disque dur). Envisagez le recours à un dispositif de stockage de données externe, comme un disque dur externe à haute capacité d'au moins 1 To (1000 Go).

Annexe F : Exemples de formulaires de consentement et de renonciation en matière de publication

Formulaire de consentement pour les mineurs

J'autorise, par la présente, la diffusion de toute image ou vidéo de mon enfant mineur, en tout ou en partie, individuellement ou avec d'autres images ou vidéos sur le site Web de (inscrire le nom de l'institution) et sur d'autres sites officiels, ainsi qu'à des fins médiatiques, y compris lors de présentations promotionnelles et de campagnes de publicité. J'autorise également la diffusion et l'utilisation de tout matériel média créé par mon enfant au nom de (inscrire le nom de l'institution).

Je renonce à mon droit à la protection des renseignements personnels et à toute compensation auxquels je pourrais avoir droit en lien avec l'utilisation du nom de mon enfant, y compris les droits sur une copie écrite découlant de la production, de la modification et de la promotion d'une vidéo.

Je suis âgé de plus de 19 ans et je suis le parent ou le tuteur légal de l'enfant, et j'ai lu et pris connaissance du présent formulaire et j'en connais le contenu.

Nom du parent ou du tuteur (en caractères d'imprimerie) : _____

Signature : _____

Nom de l'enfant : _____

Date : _____

Formulaire de consentement pour les adultes

J'autorise, par la présente, la diffusion de toute image ou vidéo de ma personne, en tout ou en partie, individuellement ou avec d'autres images ou vidéos sur le site Web de (inscrire le nom de l'institution) et sur d'autres sites officiels, ainsi qu'à des fins médiatiques, y compris lors de présentations promotionnelles et de campagnes de publicité. J'autorise également la diffusion et l'utilisation de tout matériel créé par ma personne au nom de (inscrire le nom de l'institution).

Je renonce à mon droit à la protection des renseignements personnels et à toute compensation auxquels je pourrais avoir droit en lien avec l'utilisation de mon nom, y compris les droits sur une copie écrite découlant de la production, de la modification et de la promotion d'une vidéo.

Nom (en caractères d'imprimerie) : _____

Signature : _____

Date : _____