

Atelier 3

Long format

Objectifs de l'atelier

- Qu'est-ce qu'un long format ?
- Quels types de sujets s'y prêtent le mieux ?
- Comment se structure-t-il ?
- Avec quels enrichissements ?
- Comment s'écrit un long format ?

Qu'est-ce qu'un long format ?

- Un genre journalistique web et/ou papier
- Un travail sur la durée (minimum 10/15.000 signes)
- Vise un temps de lecture plus long
- Différents types (webdoc, websérie, jeux vidéo...)
- Storytelling
- L'occasion d'aller sur le terrain

Quels types de sujets s'y prêtent le mieux ?

- Une bonne histoire (success story) : <https://urlz.fr/bJWK>
- Un sujet complexe: <https://urlz.fr/bJXL>
- Un reportage de terrain: <https://urlz.fr/bJY5>
- Une commémoration ou anniversaire: <https://urlz.fr/bJYI>
- Le portrait d'une personnalité atypique: <https://urlz.fr/bJYt>
- Un sujet abordé de manière chronologique: <https://urlz.fr/bJYD>

Et surtout aller lire les longs formats
des MA1 des années précédentes via
<https://journalisme.ulb.ac.be/>

Comment se structure-t-il ?

- Important de bien « chapitrer » un long format (maintenir l'attention du lecteur) → penser mojo
- Réaliser un plan le plus précis possible
- Rôle des intertitres, des exergues, encadrés (un encadré obligatoire) → laisser respirer le lecteur

Avec quels enrichissements ?

- Aller sur le terrain
- Plusieurs interlocuteurs
- Aspect multimédia : vidéos (Boris de Visscher), photos (Gaël Turine gael@gaelturine.com ou via WhatsApp +32.479/42.98.80.), podcasts (Anton Demesmaeker), infographies, lignes du temps, graphiques...

Comment s'écrit un long format ?

- Une écriture plus travaillée, léchée → Faites-vous plaisir sans oublier que c'est du journalisme (respect des fondamentaux)
- Description de l'ambiance d'un lieu, l'atmosphère de la rencontre, les traits d'un interlocuteur...
- Faire des transitions entre les parties (texte doit être fluide)
- Titraile attractive (moins factuelle)

Calendrier de l'atelier

- Groupes de quatre ou cinq (dont un gère photo/vidéo)
- Quatre jours d'atelier (lundi matin au jeudi soir)
- Mercredi qui précède l'atelier : envoi de deux propositions de sujets « pitchés » via wordpress (ne pas oublier de nous mettre en destinataires) ou mail (alain.gerard@ulb.be; besnard96@hotmail.com)
- Justification des sujets, angles choisis, interlocuteurs éventuels...

- Lundi matin → réunion de rédaction, sélection du sujet et élaboration d'un plan avec répartition des rôles (qui fait quoi), envoi du plan dans Wordpress avant 17h
- Mardi → débriefing du plan le matin, puis poursuite du travail (prises de contact, terrain). Résumer l'état d'avancement dans Wordpress avant 17h
- Mercredi → débriefing le matin et poursuite du travail. Envoi d'une version brouillon bien avancée de votre article avant 17h
- Jeudi → dernier débriefing, ajustements, rendu de l'article final à 17h
- Semaine suivante → correction, puis éventuelle publication

Atelier 4

Editorialisation/réseaux sociaux

- Objectifs : à partir des articles publiés sur le site des Masters, l'atelier consistera à construire la « home » du site en fonction de l'actualité, de l'importance des sujets, originalité, qualité...
- Confrontation des différentes « Unes » → choix d'une Une/groupe
- Une fois le choix effectué, nous essaierons de promouvoir les articles sur différents réseaux sociaux (Facebook, X, Instagram...)
- Débriefing de l'année
- Cet atelier se déroulera sur une matinée

L'avenir du journalisme en ligne

- *"C'était la petite bombe éditoriale des vacances de Noël. Le 20 décembre, le New York Times a publié [Snow Fall](#), un chef d'oeuvre de **journalisme multimédia**. En six tableaux, le quotidien américain livre l'éprouvant et émouvant récit d'un groupe de skieurs aguerris surpris par une avalanche. Et réussit le tour de force de ponctuer ce captivant reportage de pastilles multimédia - vidéo, infographies animées, photos - sans jamais rompre le charme que l'auteur de l'article sait créer avec ses mots. Sans surprise, la mise en ligne de cet objet journalistique non identifié a rapidement été saluée par les observateurs comme un **modèle** à suivre et un bel avant-goût de l'avenir du journalisme en ligne. » (« Le Figaro », janvier 2013)*