

Fiche pédagogique 4

Education aux médias et à l'information

Titre/ intitulé de l'action	Panorama de la presse française
Auteur(s)	Delphine Ya Chee Chan, Solène Pichardie, Benoit Del Torchio, Pierre Pieprzownik
Intérêt/ finalité	Découvrir la presse et la diversité des titres
Mots clés	Presse, journaux, ^{Texte} opinions
Public : ex : cycle 3, cycle 4 ; lycée	Lycée
Objectifs et compétences ¹en éducation aux médias et à l'information (voir référentiels EMI)	Développer l'expression personnelle, l'argumentation et le sens critique.
Matériel et organisation :	Journaux, documents élèves, ordinateur et vidéoprojecteur.
Moment de l'année, durée, séquences /séances	Début d'année, 1 heure, demi-groupe
Déroulement/ Modalités de travail (scénario pédagogique)	Voir la fiche fournie
Modalités d'évaluation :	Production d'un article pour la production d'un journal à la fin de l'année
Prolongements :	Réinvestissement des compétences acquises en TPE en 1 ^{er} et dans la vie en dehors du lycée.
Ressources, références bibliographiques et webographiques	Voir fichier PDF joint

¹ Voir portail eduscol EMI : les programmes cycles 3, 4 et EMC lycée <http://eduscol.education.fr/cid83623/l-emi-dans-la-loi-de-refondation-de-l-ecole.html>

A consulter, la très utile « matrice EMI » proposée par les professeurs documentalistes de l'académie de Toulouse : http://cache.media.eduscol.education.fr/file/EMI/61/0/MAJ-Matrice-EMI-TraAMDoc-Toulouse_546610.pdf

Découverte de la presse

Observation de la Une

A l'oral, on fait remarquer les sujets mis en une :

- Le Parisien : la mauvaise image du PS
- L'Humanité : 887 usines fermées
- Libération : Sarkozy et ses problèmes
- La Croix : l'avenir de l'automobile
- Le Figaro : Primaire à droite
- 20 minutes : Pub pour Marks et Spencer + expo Hergé

Première observation : tous les quotidiens ne mettent pas en avant les mêmes informations.

Observation des titres suppléments des quotidiens

- Le Parisien : le journal de Paris => pourquoi ? parce que vocation régionale et locale
- Figaro : Figaro économie, Figaro et vous, Figaroscope => public cible : cadre, homme, classe moyenne haute voire plus (la pub pour une montre de luxe)
- L'Humanité : Communites => Pourquoi ? parce que l'histoire de ce journal est lié à ce parti politique, du moins à son idéologie.

On peut aussi remarquer que :

Rubrique sport de la Croix : sport de riche

Rubrique "voix express" (p.15) dans le Parisien : populisme ? démagogie ? en tout cas volonté d'être proche de "la rue"

Deuxième observation : Les journaux ne ciblent pas le même public et définissent leurs lignes éditoriales en fonction de cette cible, mais aussi en fonction d'opinions politiques.

Qui pense quoi dans la presse ?

Distribution de copies d'articles sur la réglementation des sites sur l'IVG.

Lecture rapide et analyse :

- Le Figaro (p.9)
- l'Humanité (p.10)
- La Croix (p.6)
- Libération (p.16 et 17)

Qui est contre ? Qui est pour ?

Troisième observation : Les lecteurs de presse quotidienne savent qu'en achetant le Figaro, ils auront plutôt des articles orientés (ou anglés) politiquement à droite. De même, les lecteurs de l'Humanité et de Libération sont réputés être des partisans des idées de gauche. La Croix est un journal destiné à un lectorat catholique et plutôt conservateur (voir p.5). Le Parisien ne s'intéresse presqu'aux faits divers et aux sujets de proximité.

Les autres titres

Quel est le journal quotidien important qui manque dans ce panel ? Le Monde

Liste des quotiens (il y a en a peu + chiffres de ventes.

- L'équipe
- Les échos
- La presse régionale

Les hebdomadaires : le canard enchaîné, l'Express, Courrier international

A propos : comment s'informe les journalistes ?

=>AFP

Dernière observation => Aujourd'hui, il est important d'identifier à quel groupe appartient un média.

Cartes des groupes possédant la presse française.

Pour infos : En 2016, une page de pub couleur coûte

- 150 000€ dans 20 minutes
- 114 000€ dans le Figaro, mais 125 000€ dans le Figaro économie
- 104 000€ dans le Monde
- 37 550€ dans la Croix
- 66 000 dans le Parisien
- 86 100 dans l'Equipe
- 60 200 Les Echos
- 18 000 L'Humanité
- 42 000 Libération

¼ de page coûte entre 15 200 et 67 600 €