

La presse en bibliothèque



La presse en bibliothèque

1- Données sur la presse

définitions, chiffres, usages, évolutions

2- La presse en bibliothèque

- les types de publications
- pourquoi, comment
- espaces et aménagements
- médiations et valorisations

4- Education au médias

5- Présenter un titre de presse à l'oral

Eléments de définition

publication en série

Définition

Publication, imprimée ou non, quel que soit son support, paraissant en fascicules ou volumes successifs, s'enchaînant en général numériquement ou chronologiquement, pendant une durée non limitée à l'avance, quelle que soit sa périodicité. Les publications en série comprennent les périodiques, les journaux, les publications annuelles (rapports, annuaires, répertoires, etc.), les revues, les mémoires, comptes rendus, actes, etc., et les collections (1) de monographies. Elles sont identifiées par un numéro international normalisé d'identification (ISSN). Cette définition ne comprend pas les travaux produits en fascicules ou en volumes dans un délai fixé à l'avance ou limité.

Eléments de langage

périodique

adjectif

(latin *periodicus*, du grec *periodikos*)

Définitions [Expressions](#) [Synonymes](#)

- Qui revient à des moments déterminés, à intervalles réguliers : *Retour périodique des mêmes difficultés.*
- Qui paraît selon un rythme déterminé (hebdomadaire, mensuel, trimestriel, semestriel, annuel) : *Revue périodique.*

Éléments de vocabulaire

Parler le langage des utilisateurs !

→ Presse, magazine, revue, journal, canard...

Vocabulaire technique à usage interne

cf le bibliothécais sans peine

→ Estampiller, bulletiner, équiper

→ titre mort/vivant, état de collection

→ **ISSN** (International Standard Serial Number)

*code de 8 chiffres servant à identifier les périodiques de toute nature et sur tous supports, papier comme électronique

*obligatoire

Données sur la presse en France

la presse écrite selon la DGMIC (Direction générale des médias et des industries culturelles) :

- la presse nationale d'information générale et politique,
- la presse locale d'information générale et politique,
- la presse spécialisée grand public
→ « publications traitant d'un thème principal plus ou moins spécialisé (le cyclisme ou le sport en général, la mode,...) et dont le contenu est accessible à tous les publics.
- la presse spécialisée technique et professionnelle,
- la presse gratuite d'annonces,
- la presse gratuite d'information.

Presse : pratiques de lecture des français

(source Statista, 2021)

PORTE UN INTÉRÊT AUX MÉDIAS D'INFORMATION

64 %

LECTEURS QUOTIDIENS D'UN MAGAZINE OU D'UN QUOTIDIEN

63 %

LECTEURS QUOTIDIENS D'UN MAGAZINE

47 %

l'éducation aux médias

Presse: pratiques de lecture des français

(source Statista, enquête 2019)

Presque 40 % des français affirment lire régulièrement un quotidien national ou régional ou un magazine d'information générale, que cela soit sous format papier ou numérique.

(Ils ne sont que 20 % à affirmer ne jamais le faire)

65 % d'entre eux lisent au - 1 fois par semaine de la presse écrite, peu importe le sujet.

La fréquence de lecture de presse écrite est évidemment influencée par les nouveaux modes de lecture et d'accès à l'information.

On observe que **les 50 ans et plus** est la tranche d'âge qui la consomme le plus régulièrement.

Pratiques numériques

(source blog du modérateur, 2021)

Dans le détail, la télévision (en streaming ou broadcast) constitue la principale activité quotidienne des internautes (3h24), devant les réseaux sociaux (2h25), la lecture de la presse (2h02), l'écoute de la musique (1h31) et les jeux vidéo (1h12). 54 minutes seraient consacrées en moyenne à écouter des podcasts.

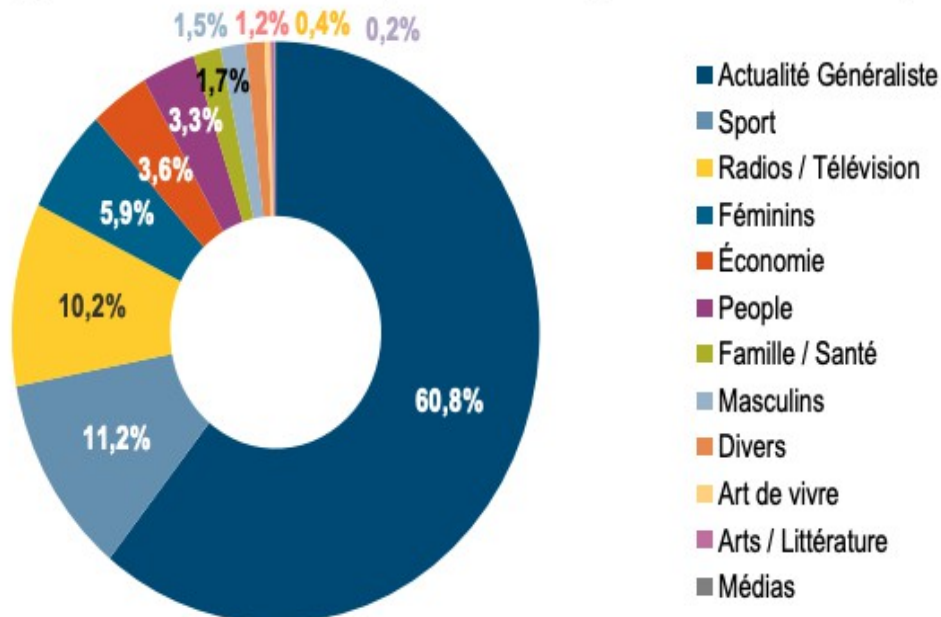
Pratiques numériques

(source ACPM)

REPARTITIONS

Répartition des thématiques numériques Actualités / Informations 2019 - OJD

Tous supports GP & Professionnels (Sites unifiés, Applis Unifiées, Sites AMP)



Données sur la presse en France (2017)

Un média lu en mobilité : 11% des lectures se font au travail

Hormis la presse TV (majoritairement consultée au domicile 94%), la presse est lue hors du domicile à hauteur de 32% (vs 68% au domicile).

Ainsi, 11,4% des lectures ont lieu sur le lieu de travail, 6,5% chez des parents ou amis, 6,3% dans les transports et 5,3% dans une salle d'attente.

Un support qui se partage : un programme télé change de main 9,2 fois

Les quotidiens régionaux sont en moyenne repris en main 2,0 fois, les quotidiens nationaux 1,9 fois, les titres de la presse gratuite d'information 1,2 fois, ceux de la presse hebdomadaire régionale 3,2 fois.

Les magazines hebdomadaires (hors TV) changent de main 3,0 fois. Les mensuels le sont 4,4 fois en moyenne et les bimestriels 4,6 fois en moyenne.

Ce sont les hebdomadaires TV qui sont les plus partagés : 9,2 fois.

Où trouver des données actualisées sur la presse ?

**ALLIANCE POUR LES CHIFFRES DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS**

[MON COMPTE](#) 

[PRÉSENTATION](#) [CHIFFRES](#) [L'OBSERVATOIRE](#) [LES ADHÉRENTS](#) [ADHÉRER](#) [ACTUALITÉS](#)

[Accueil](#) > [Présentation](#) > [Rôle et missions](#)

RÔLE ET MISSIONS

 [in](#) [twitter](#) [+](#)

L'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est née, en décembre 2015, de la fusion entre l'OJD et la SAS AudiPresse. L'ACPM a pour mission la mesure de l'audience de la presse et la certification du dénombrement des médias.

Les missions de l'ACPM sont de :

1. Contrôler toutes les diffusions dans le souci de la plus totale transparence
2. Développer les études d'audience les plus pertinentes et les plus opérationnelles
3. Imaginer les études et les actions futures en fonction des besoins du marché

L'ACPM est structuré en 2 grands univers, l'Audience et la Diffusion.

L'Audience

L'ACPM est l'organisme de référence en matière de mesure d'audience de la presse.

L'ACPM/ONE publie les mesures d'audience suivantes :

- One
- One Global
- One Premium
- One Market

La Diffusion

L'ACPM est l'organisme de référence en matière de certification de la diffusion et de la distribution de la Presse et de la fréquentation des supports numériques.

TOUS LES CHIFFRES RECHERCHE

RECHERCHE

PRÉSENTATION

- Rôle et missions
- Dates clés
- Structure et Instances
- Statuts et Règlement Inté...
- L'ACPM dans le monde

À DÉCOUVRIR

- > Pourquoi adhérer à l'ACPM ?
- > Comment adhérer ?



S'inscrire à la newsletter

Où trouver des données actualisées sur la presse ?

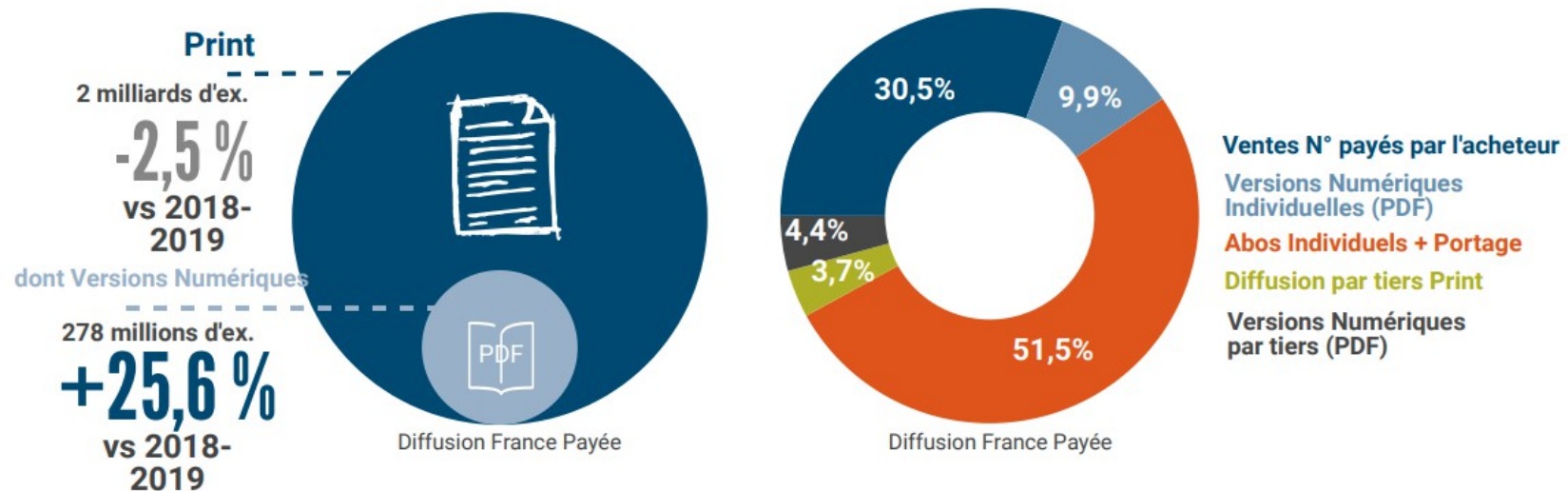
L'OBSERVATOIRE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS 2020



Presse Grand Public

DIFFUSION

La Presse Grand Public représente 93% de la Diffusion de la Presse

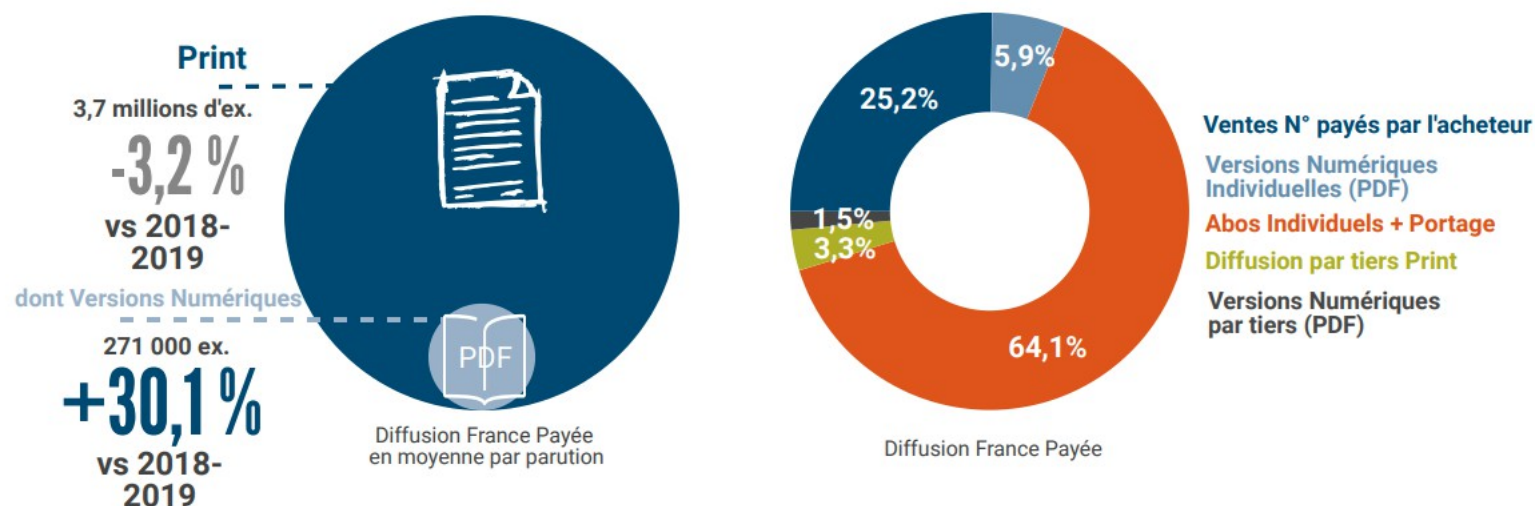


Presse Quotidienne Régionale

Ce sont près de **4 millions d'exemplaires** vendus en moyenne par parution.

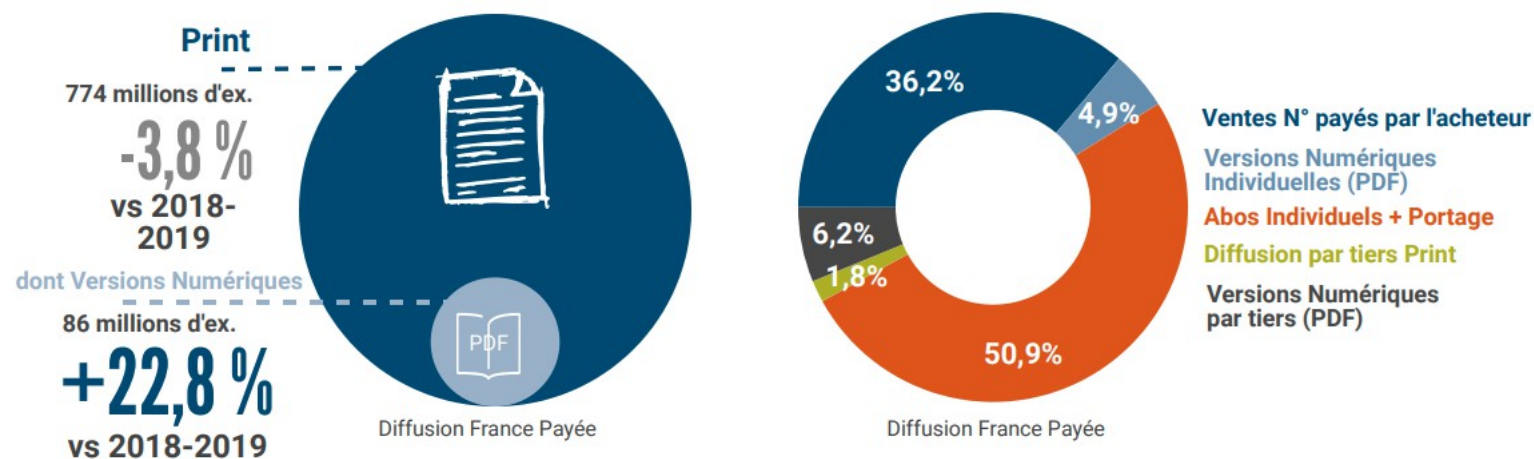
Et plus de **20 millions de visites** en moyenne par jour
sur les supports numériques.

DIFFUSION



3,2 millions d'exemplaires sont diffusés en France par jour
et **23,1** millions de visites effectuées sur ses Sites et Applis dédiés.

DIFFUSION

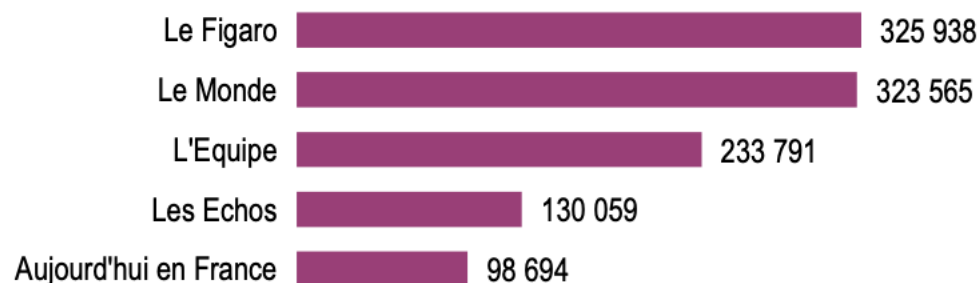


Focus sur quelques usages

Presse Quotidienne Nationale à périmètre constant

PODIUM

Les plus fortes diffusions ACPM/OJD 2019 - Diffusion France Payée par numéro



Presse News à périmètre constant

PODIUM

Les plus fortes diffusions ACPM/OJD 2019 - Diffusion France Payée par numéro



Focus sur quelques usages

Presse des Enfants, de la Bande Dessinée et des Illustrés

PODIUM

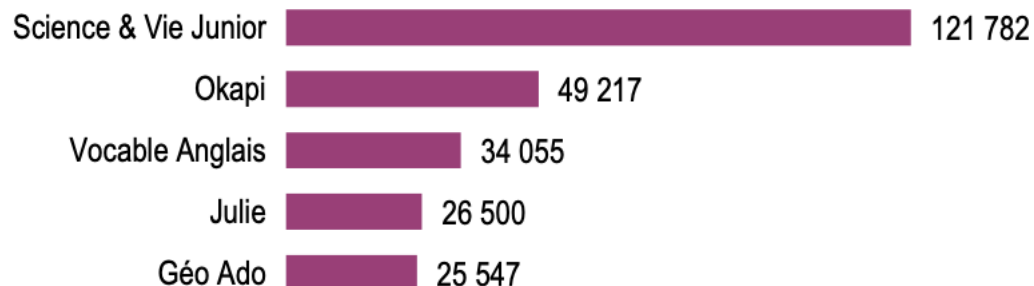
Les plus fortes diffusions ACPM/OJD 2019 - Diffusion France Payée par numéro



Presse des Adolescents, de l'Enseignement et de la Pédagogie

PODIUM

Les plus fortes diffusions ACPM/OJD 2019 - Diffusion France Payée par numéro

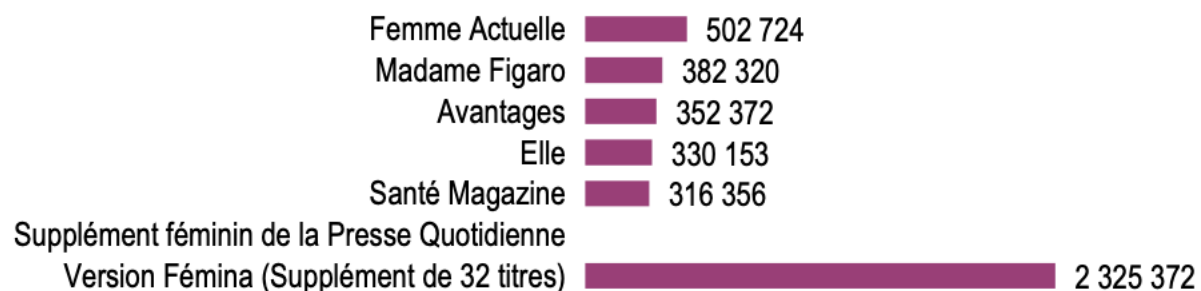


Focus sur quelques usages

Presse Féminine* : Généraliste, Mode, Beauté et Santé :

PODIUM

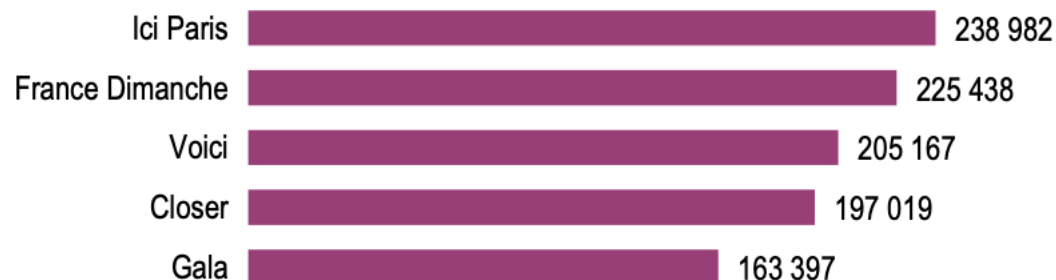
Les plus fortes diffusions ACPM/OJD 2019 - Diffusion France Payée par numéro



Presse People à périmètre constant

PODIUM

Les plus fortes diffusions ACPM/OJD 2019 - Diffusion France Payée par numéro



En bibliothèque : recommandations officielles (en 1996, oui!)

Population	Adultes	Jeunesse
5 000	30	3
10 000	42	8
15 000	60	15
20 000	80	20
30 000	96	21
50 000	120	30
100 000	195	30

*In Bibliothèques dans la cité : guide technique et réglementaire/
GRUNBERG, Gérald. Paris : Le Moniteur, 1996.*

En 2008, les acquisitions de périodiques représentent 12% du budget global (chiffres Documentation française, 2008)

La presse en bibliothèque

- budget : achats des abonnements en fonctionnement
- achat annuel par abonnement
 - les marchés
 - les agences d'abonnement
France Publications, CID, Prenax, Ebsco, Uni-Presses, Lavoisier...cf [BiblioAnnuaire](#)
- l'achat en kiosque
- l'achat en monographie (Mooks, revues universitaires,...)

- prix moyens

Périodicité	MIN	MAX	MOY
Quotidien	259€	456€	367€
Hebdo	60€	199€	102€
Mensuel	19,90€	129€	45€
Trimestriel	15€	76€	34€

La presse en bibliothèque

- gérer un budget (qui peut atteindre 10 à 20% du budget total selon la taille la bibli)
- proposer offre adaptée à son public
- un rendez-vous régulier
- faire une offre cohérente, en adéquation avec
 - ***les collections** documentaires et diversifiée
 - => Permet de proposer des contenus sur des sujets à forte actualisation (Informatique, mode, sports, loisirs créatifs etc, et bien sûr la politique, les news, l'économie,...)
 - ***les usagers** visés
 - => rendre confortables les usages sur place
 - aménager des espaces, mobilier, signalétique,...
- faciliter les emprunts
- Et, toujours, savoir justifier ces choix !

La presse en bibliothèque

- 3eme activité en bibliothèque (enquête MCC, enquête bib de Toulouse)
- Usages sur place / Prêt
 - difficulté d'une évaluation objectivée des usages sur place (pas de stats)
 - dernier numéro arrivé en consultation sur place
 - la question du classement

Focus : Les plans de conservation partagés régionaux

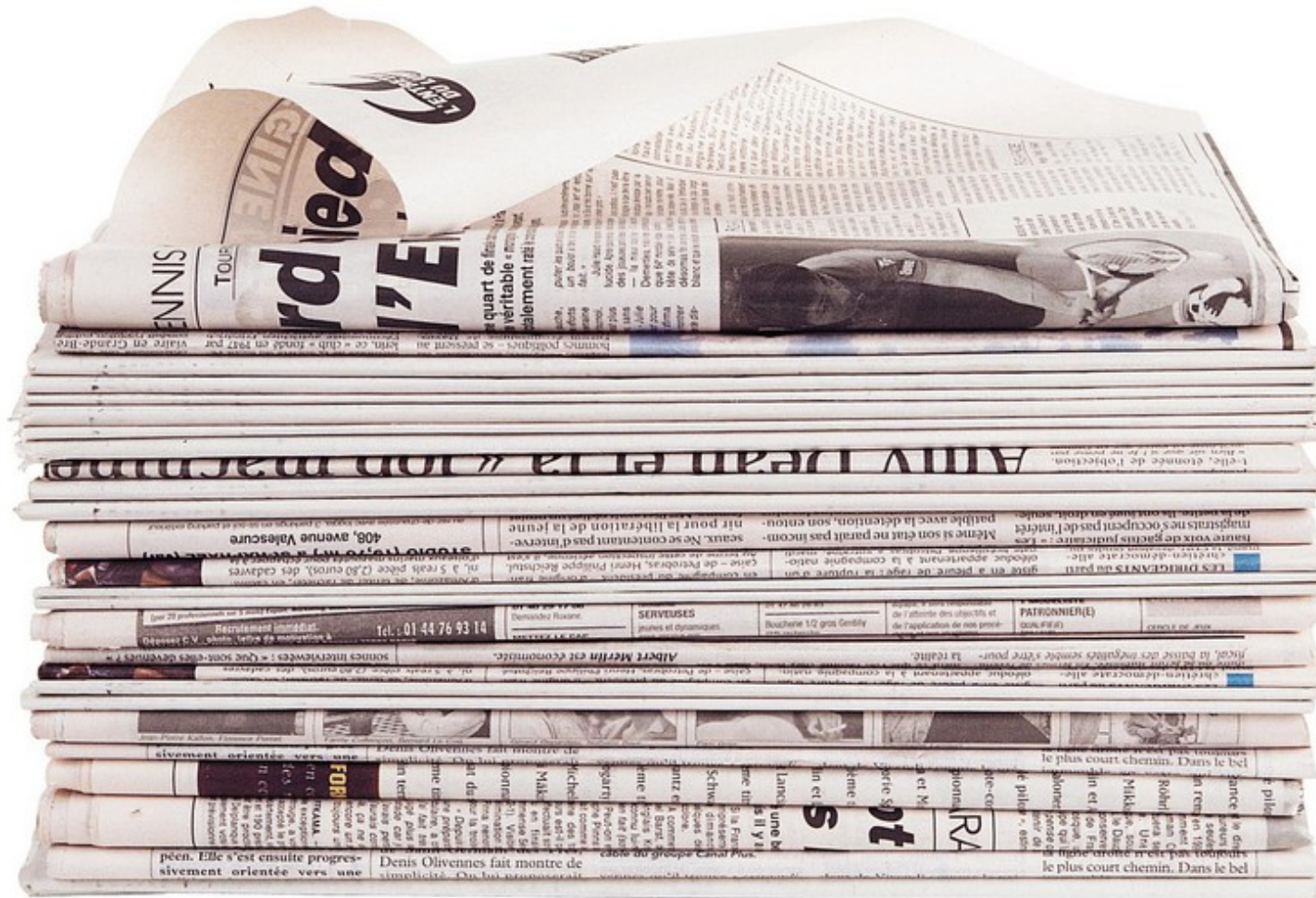
Focus : Signalement des collections dans le Sudoc

Quels titres choisir ?



Acquérir c'est choisir
choisir c'est renoncer
choisir c'est affirmer

Les quotidiens



La presse quotidienne d'information régionale



- la PQR est le 1er média d'information des Français.
- un RDV quotidien

La presse quotidienne nationale : la question de la pluralité et de la représentativité

Selon la taille de la bib

Cas 1: PQR

Cas 2: PQR + QN

Cas 3: PQR + QN + hebdomadaires/mensuels

Cas 4: PQR + QN + QI + toutes périodicités

Les magazines

« une publication périodique, s'adressant au grand public, illustrée et imprimée sur un papier de qualité, vendue en kiosque ou par abonnement »

voici les éléments qui les caractérisent :

- L'importance du visuel,
- la périodicité et déconnexion de l'actualité (rythme plus lent),
- la segmentation du public,
- le « contrat de lecture » (les magazines vont à leurs lecteurs et leur parlent d'eux),
- la valorisation au sein de groupes (stratégie commerciale),
- l'internalisation de concepts.

Magazines et revues en bib

- Cibler un ou des publics
- compléter des collections ou une collection à part entière
- Temps court et temps long
- les types de prêt (ex des Prestos/Mook)
- le dépouillement
- Le traitement en monographie

FOCUS : Les mooks



FOCUS : La presse people



Quid de la presse people ?

« La presse dite « people », consacrée à l'actualité des célébrités, fait partie des revues les plus lues et vendues en France. Pourtant elle semble peu présente au sein des collections des bibliothèques municipales. Comment expliquer un tel décalage entre des usages massifs et des pratiques professionnelles ? Quelle image cela renvoie-t-il des bibliothèques ? »

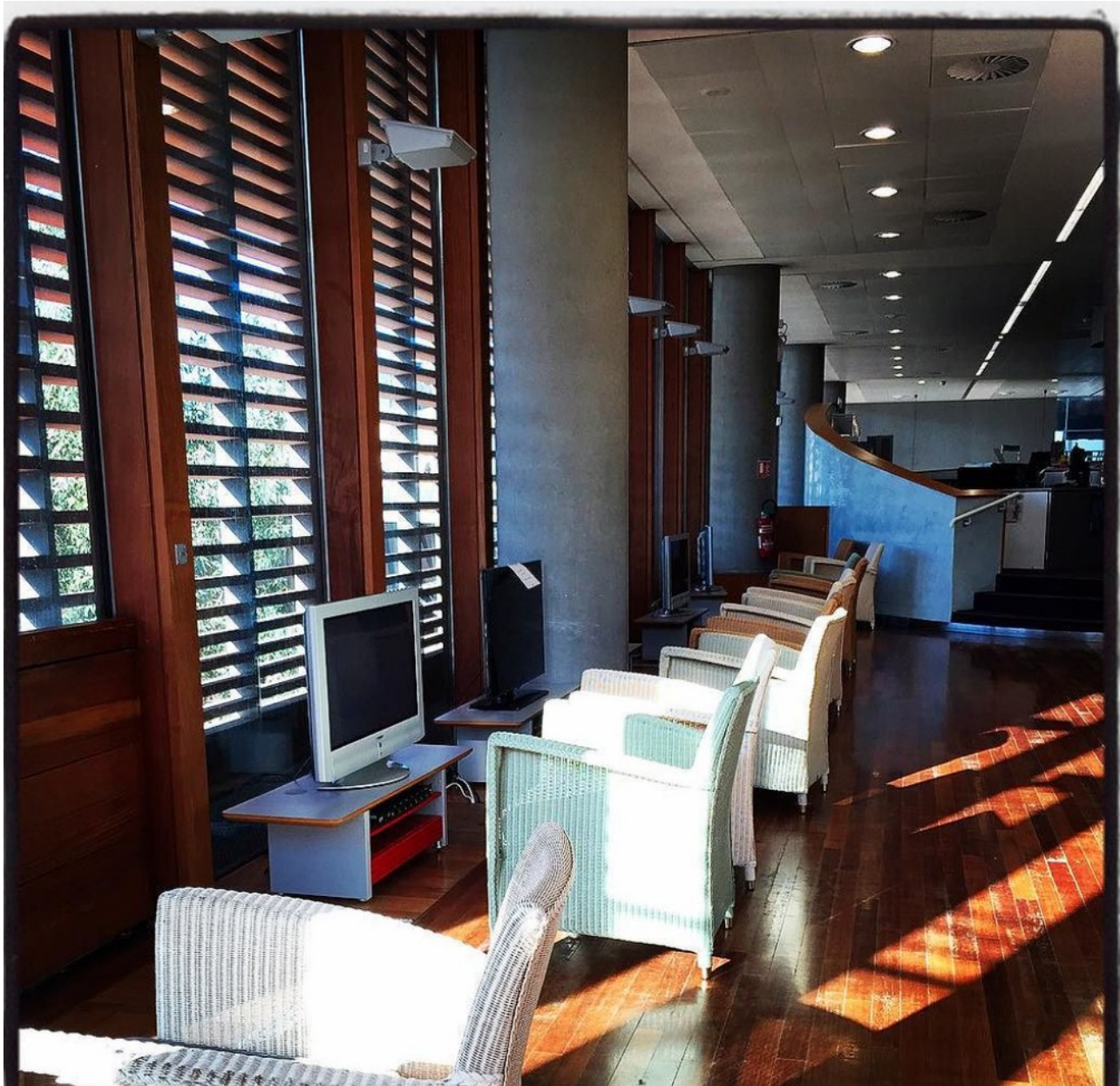
In Mathilde Peyrou La presse people dans les bibliothèques municipales. Mémoire de DCB, Enssib, 2013

la presse people

- Des titres qui touchent une communauté
- Des exemplaires qui circulent bcp après l'achat
- Un lectorat féminin
- Un lectorat en hausse : les 18-30 ans
- Un lectorat populaire mais pas que...

21% et 22% des lecteurs issus de CSP+ déclarent lire les magazines Voici et Gala (26,3% et 29,9% pour Voici.fr et Gala.fr)

Télévision, retour d'expériences



Médiathèque José Cabanis, Toulouse

(ça c'était avant...)



Médiathèque Malraux, Strasbourg



Bnf



© Béatrice Lucchese / BnF

Pechbonnieu



Risskov bibliotek, Aarhus, Danmark



Biekorf, Bruges



Muntpunt, Bruxelles



Berliner Stadtbibliothek, Berlin



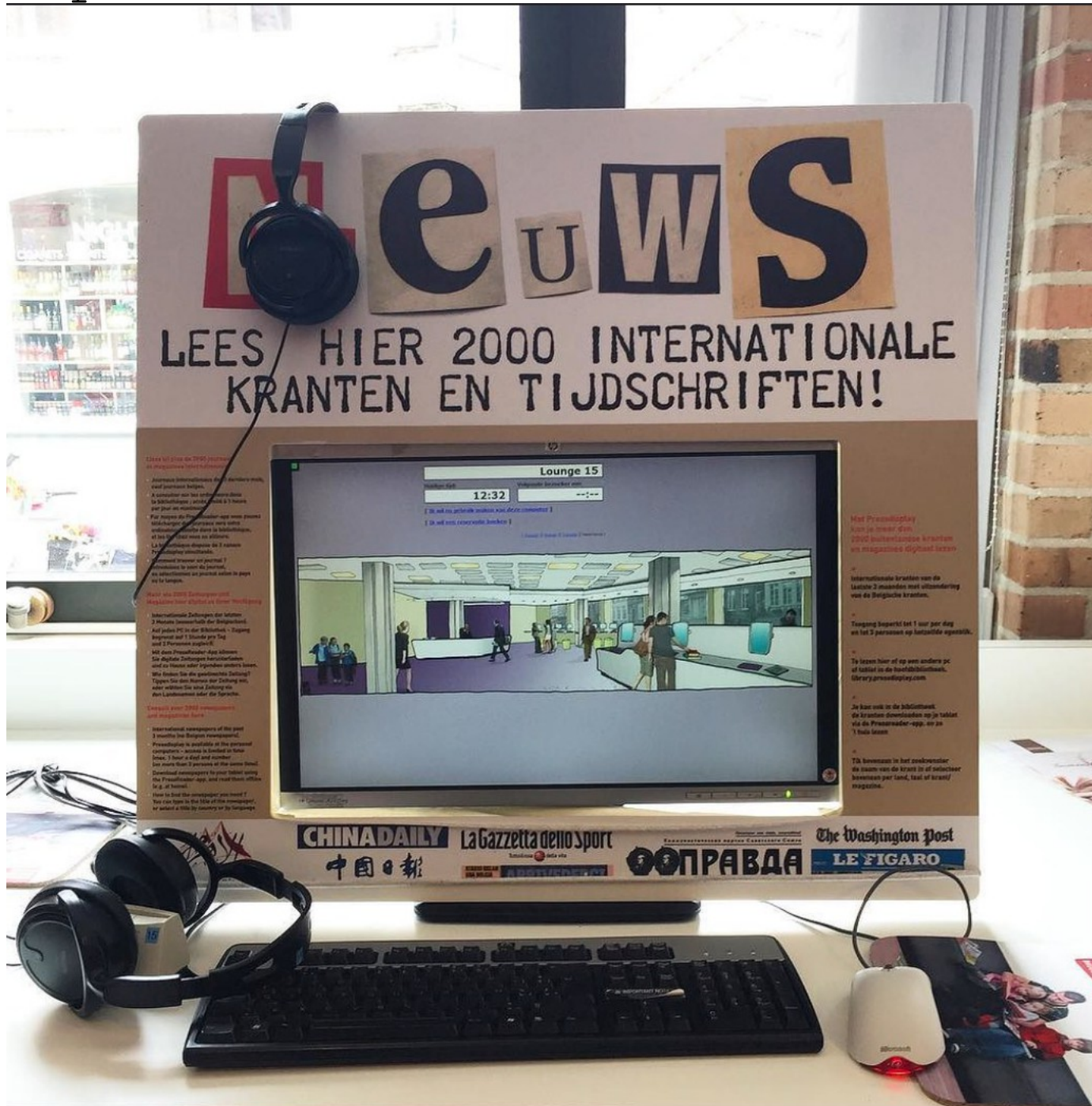
Dispositifs. Recueillir l'avis des usagers



Dispositifs



Dispositifs. Matérialiser les RN



Dispositifs. Braderies



l'éducation aux médias en bib

- Déclaration de Grünwald sur l'Education au media, Grunewald, 1982
- L'éducation aux médias en bibliothèque, Joseph BELLETANTE, mémoire DCB, 2011
- enquête Médiamétrie sur les pratiques informationnelles des jeunes, 2017
- Education aux médias et à l'information, BPI, 2020

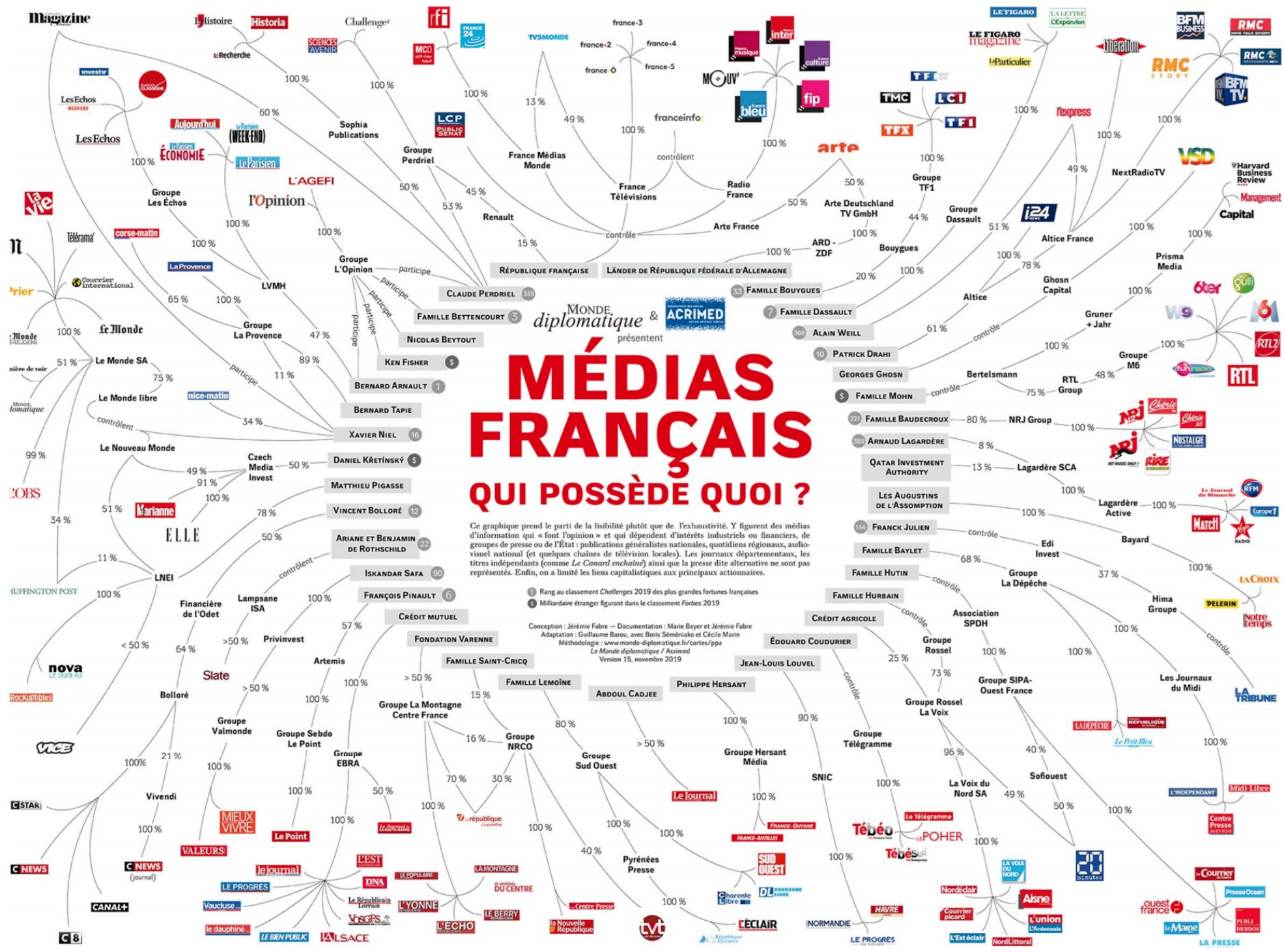


Plan d'éducation aux médias et à l'information du ministère de la Culture

« Dans le cadre de la lutte contre la manipulation de l'information, et en complément des propositions de loi en débat au Parlement », le MCC a lancé un plan d'éducation aux médias et à l'information.

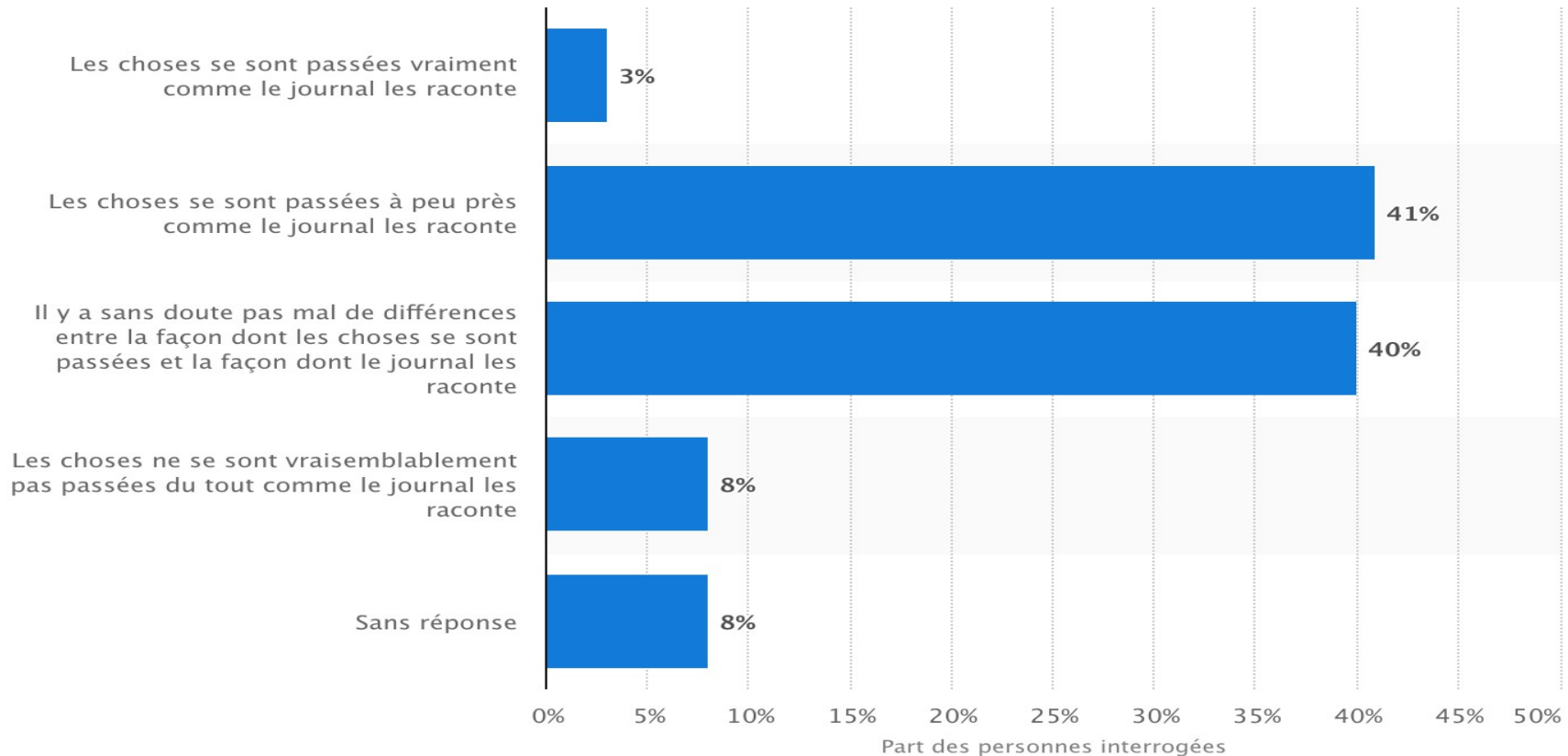
Il s'agit « d'accompagner la jeunesse dans le bon usage des médias et le décryptage de l'information diffusée massivement sur internet et les réseaux sociaux, compétences indispensables à l'exercice d'une citoyenneté éclairée ».

Des moyens supplémentaires à hauteur de 3 M€ sont consacrés au déploiement de ce plan, qui participe également à la réalisation des objectifs gouvernementaux en matière d'éducation artistique et culturelle (EAC)



l'éducation aux médias

Opinions des Français concernant la fiabilité
des informations lues dans le journal en
2019



© Statista 2021

[Informations complémentaires](#)

[Montrer la source](#)

l'éducation aux médias

le CLEMI : actions vers les scolaires



**Le centre pour l'éducation
aux médias et à l'information**

Semaine

Presse

Médias

École

Semaine de la presse et des médias dans l'école 2019 • *Crédits : CLEMI*

l'éducation aux médias : actions vers les scolaires



22 > 27 mars 2021



Dessin original réalisé pour la 32^e édition de la Semaine de la presse et des médias dans l'École® par Adene (France), membre de Cartooning for Peace.

**S'informer pour
comprendre le monde**

T H È M E 2 0 2 1

En partenariat avec



 **CLEMI.FR**

 @LaSpme - @LeCLEMI  /clemi.fr



FRANCE 2021
**S'informer pour
comprendre le monde**



l'éducation aux médias

Enjeux éducatifs en ÉMI : s'informer de façon responsable et critique s'apprend !

Source Clemi, 2021

- *Connaître le fonctionnement du monde médiatique et les processus de construction de l'information;*
- *Savoir lire les images (au-delà de la perception, un langage) ;*
- *Découvrir les enjeux de l'information scientifique / déjouer l'infodémie ;*
- *Repérer les représentations médiatiques stéréotypées et stigmatisantes / lutter contre les discriminations.*

A Toulouse, une expérience ancienne

SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE du 19 au 23 mars 2016



Cycle Semaine de la presse et des médias

la semaine de la presse dont le thème : La liberté d'expression, ça s'apprend !

Tous les événements 

DU MÊME CYCLE



Le 23/03/2016

Youtubeurs et Pure-Players !

Quelles sont les particularités de ces nouveaux médias ? Quel rapports entretiennent-ils avec leur public ?

Lire la suite 

SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE du 19 au 23 mars 2016



19/03/2016 > 23/03/2016

Un livre, un tube, un booktube

Tu aimes un livre, un disque ou un film et tu souhaites le faire découvrir au monde entier ?

Lire la suite 

SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE du 19 au 23 mars 2016



Le 25/03/2016

La loi de 1881 : une loi pour la presse !

La loi de 1881 est une loi fondamentale pour la liberté de la presse et la liberté d'expression

Lire la suite 

ateliers radios

ateliers TV

ateliers YouTube

etc...

Services Civiques et EMI: une expérimentation des bibliothèques de Toulouse

→ déploiement de services civiques sur la mission
EMI de janvier à juin 2019.

Financement DRAC

→ 10 volontaires ont été recrutés, supervisés et
formés par l'Association de la fondation étudiante
pour la ville (AFEV)

→ 7 bibliothèques ont été sélectionnées,
prioritairement situées en quartiers prioritaires
de la politique de la ville.

→ Le type d'ateliers à mettre en place a été défini
avec les bibliothécaires en fonction des publics
des établissements.

Services Civiques et EMI:une expérimentation des bibliothèques de Toulouse

→ 300 actions ont été proposées pour tout public avec un focus sur les adolescents

→ Exemples d'actions menées:

- * ateliers (manipuler des journaux; repérer les fausses informations; repérer des CGU des réseaux sociaux...),
- * permanences (café intox), animations (idées reçues sur le journalisme; focus sur sujet d'actualité...),
- * jeux (Quiz...)
- * stages (pratique de youtube; initiation à la radio...) .

Le dispositif est reconduit en 2020 dans une configuration plus réduite.

Quels sont les éléments à identifier dans un périodique ? 1/2

- Titre
- Nom du directeur de la publication, éditeur ou groupe de presse (Ours)
- Nom du rédacteur en chef
- Périodicité et genre de publication (PQR, mook, revue, magazine, info générale ou spécialisée...)
- Présence d'un ISSN
- Nombre de pages, prix au numéro

Quels sont les éléments à identifier dans un périodique ? 2/2

- Type de textes (clarté, vocabulaire, niveaux de lecture, présentation...)
- Images et illustrations (qualité, type, légendes, etc...)
- Rapport textes/images, organisation de l'information repères possibles : rubricage, dossiers, longueur des articles...
- Sujet traité ou orientation politique le cas échéant
- Présence de publicité (type, fréquence...)
- Public visé (âge, sexe, CSP,...)

...Exercices...

Merci de votre attention !