LA PUBLICATION À PROFIL ÉCONOMIQUE "LOGOS-PRESS" – UN HEBDOMADAIRE PRIVÉ DE TRADITION

PUBLICAȚIA CU PROFIL ECONOMIC „LOGOS-PRESS" – UN SĂPTĂMÂNAL PRIVAT CU TRADIȚIE

CZU: 070.486:3 **https://doi.org/10.59295/spd2024s.03**

Ludmila RUSNAC,
ORCID: 0000-0001-7034-3082
e-mail: ludmila.rusnac@usm.md
Universitatea de Stat din Moldova

Summary. *The economic press has gained momentum in recent years. The resources of publications with an economic profile are very important for the informational "maintenance" of a small but loyal audience. In the national media space, the offer of economic publications is not very varied, most of which are obviously concentrated in the capital. By initiating this scientific approach, we aim to establish and evaluate the development trends of the economic press in the Republic of Moldova, to trace the peculiarities of the economic press in the printed format, but especially in the online format, to analyze the types of themes of the economic press and contextualize the specificities of economic media in the era of the expansion of digital technologies.*

For this purpose, the object of the analysis will be an economic magazine, the analysis period includes 4 months, and the research methods used are observation, explanation, content analysis and correlational study . The main results: reduction in the number of commercial publications, strengthening of the information base to satisfy the needs of entrepreneurs, when preparing materials, they pay great attention to the analytical aspect, risk prevention and the development of forecasts on the development of the retail market and the legislative field.

Keywords: *functions, economic publication, economic journalism, advertising, economic topics.*

INTRODUCTION

La presse économique représente un segment des médias de masse, conçu pour répondre aux besoins d'information des représentants du secteur entrepreneurial, en publiant du matériel journalistique informatif et analytique, des données statistiques, de la publicité, du contenu législatif, etc., afin de coaguler un espace informations pour favoriser le développement des affaires. La presse économique est conçue pour un public spécifique, c'est-à-dire un public cible moins hétérogène, et le but de la presse économique est de renforcer une infrastructure d'information qui répond aux besoins des entrepreneurs, de promouvoir les idées et les principes d'une économie de marché, diffuser des informations visant la législation et les documents qui réglementent l'activité dans le domaine, créer une image positive des hommes d'affaires et informer largement les lecteurs sur l'environnement des affaires. Par le terme *presse économique*,

Chris Roush entend ”un segment du journalisme qui suit, enregistre, analyse et interprète les activités et les relations commerciales, économiques et financières qui se déroulent dans une société” [1, p.62]. Par conséquent, le journalisme d’affaires lui-même couvre des sujets sur les personnes, les phénomènes, les états et les problèmes qui couvrent l’ensemble de la sphère des activités commerciales. Et le chercheur Keith Hayes établit une relation de synonymie entre la presse économique et ses composantes, ”les journaux et magazines destinés aux spécialistes” [2, p.72]. La presse économique représente donc non seulement la présentation d’une information spécialisée, mais aussi la présentation d’une vision spécialisée de l’information générale. Étant donné qu’il s’agit néanmoins d’une presse spécialisée, la quintessence du contenu de la presse économique, selon la chercheuse Jenny Luesby, est représentée par un ”complexe de matériaux tant sous forme imprimée que sous forme numérique (infographies, tableaux, diagrammes), orienté vers l’entreprenariat de développement” [3, p.119].

Actuellement, la presse économique représente un segment important de la production des médias imprimés et en ligne en République de Moldavie, nous avons enregistré plus de 20 journaux, magazines (y compris au format en ligne) et sites Web spécialisés dans le journalisme économique, notamment : Marchés des capitaux, Banques et Finance, Business Class, Logos-press, logos.press.md, capital.market.md, infoMarket.md, myBusiness.md, moldstreet.md, agroexpert.md, businessclass.md, bani.md, etc. Ces publications et plateformes d’information poursuivent plusieurs objectifs principaux :

- informer le public cible sur les activités et les processus se déroulant dans l’environnement des affaires;
- diffusion d’informations législatives et réglementaires;
- renforcer la base d’informations pour répondre aux besoins des entrepreneurs;
- promouvoir les principes d’une économie de marché.

Au cours de la dernière décennie, dans l’espace d’information national, une attention accrue a été accordée au journalisme économique et des mesures ont été initiées et mises en њuvre pour renforcer ce segment des médias. À cet effet, le Club de la presse économique (CPE) a été fondé en 2019, avec pour mission ”de soutenir et d’encourager le développement du journalisme économique en République de Moldavie”[4]. Cette entité organisationnelle à but non lucratif organise régulièrement des sessions de formation pour les journalistes avec ou sans expérience et organise des concours d’articles sur des sujets économiques. Outre les activités organisées par le CPE, en soutien aux journalistes spécialisés dans le domaine économique, a été lancé le programme de l’Académie de journalisme économique, mis en њuvre par l’Association européenne des entreprises, qui vise à ”améliorer la qualité du journalisme économique en République de Moldavie”[5]. Ce projet développe des connaissances dans le domaine économique, en organisant des débats publics avec la participation de journalistes et en leur donnant accès à des sources d’information et à des approches approfondies de sujets économiques, assistés par des spécialistes du domaine.

La situation socio-économique dans laquelle se trouve la République de Moldavie au cours des dernières décennies, conjuguée au faible intérêt du grand public pour les documents journalistiques sur les sujets financiers, a entraîné la disparition de plusieurs périodiques du marché médiatique. La situation configurée résulte bien entendu de la diminution drastique des revenus publicitaires, car ceux qui achètent des espaces publicitaires souhaitent un grand nombre de visites dans le cas des publications en ligne et une note élevée pour la publication imprimée. En outre, les pressions exercées sur les institutions médiatiques qui ont des contrats publicitaires augmentent, ou les agents économiques qui paient pour la publicité n'acceptent pas d'apparaître dans des documents journalistiques dans un contexte négatif, mettant ainsi fin aux contrats conclus. Actuellement, dans l'espace médiatique de la République de Moldavie, le segment de la presse écrite économique est représenté par 4 périodiques : Capital-market, Logos-press, Business Class et Banks and Finances.

MATÉRIEL ET MÉTHODE

En initiant cette approche scientifique, nous visons à établir et évaluer les tendances de développement de la presse économique en République de Moldavie, à retracer les particularités de la presse économique au format imprimé, mais surtout au format en ligne, à analyser les types de thématiques de la presse économique et contextualiser les spécificités des médias économiques à l'ère de l'expansion des technologies numériques. Pour atteindre les objectifs énoncés, nous avons utilisé plusieurs méthodes de recherche, parmi lesquelles : la méthode de l'approche systémique (l'objet de recherche est perçu comme un système avec des particularités, des objectifs et des fonctions spécifiques) ; la méthode analytique (appliquée dans l'analyse structurale-discursive des matériaux), l'observation, l'explication et la méthode comparative (pour étudier l'ensemble des caractéristiques de deux entités similaires.

Dans le cadre de la recherche initiée dans cet article, nous proposons de réaliser une analyse de contenu et d'enquêter sur les particularités de la presse économique en format imprimé, l'objet de l'enquête étant la publication périodique "Logos press". Au total, 16 éditions du journal ont été analysées, sur la période du 1.04.2024 au 15.06.2024.

L'hebdomadaire Logos Press (journal privé) a été fondé en 1990 et paraît actuellement sous forme imprimée et en ligne. Le sujet traité dans les pages du journal émerge des problèmes pratiques de l'économie et du commerce, tant sur le marché intérieur que sur le marché extérieur des biens et services, les journalistes analysant les processus et les projets dans les secteurs les plus importants du marché national. économie. L'information économique et financière reflétée dans les pages de la publication vise à guider et à aider les personnes intéressées (industriels, banquiers, investisseurs, hommes d'affaires, comptables, agents d'assurance, inspecteurs des impôts, experts, spécialistes des marchés financiers, etc.), dans la prise en charge indépendante des décisions managériales, basées non seulement sur le discours journalistique lui-même (le raisonnement de l'auteur), mais aussi sur les avis de spécialistes renommés dans le

domaine, capables d'analyser une situation ou un problème de manière beaucoup plus exhaustive.

RÉSULTATS ET DISCUSSION

On peut dire que le journal « Logos Press » n'écrit pas seulement sur les affaires, il se positionne comme partenaire et allié dans le développement des affaires. Le contenu des documents publiés dans les pages du journal est basé sur les opinions et les conseils d'hommes d'affaires, de dirigeants d'entreprises du pays et de l'étranger, mais aussi sur des informations opérationnelles et utiles sur les affaires en Moldavie. Il convient de préciser que l'institution de presse, lors de la préparation des documents, accorde une grande attention à l'aspect analytique, à la prévention des risques et à l'élaboration de prévisions sur l'évolution du marché et du domaine législatif. La publication périodique faisant l'objet de l'enquête comprend 16 colonnes, ce qui certifie l'intention du comité de rédaction de couvrir autant d'aspects que possible du secteur économique. Au cours de la période d'enquête, un certain nombre de 166 articles ont été publiés, parmi lesquels : "Première page (9 documents)", "Politique et économique" (18 documents), "Banques et finances" (18 documents), "Économie des régions". (2 matières), "Relations économiques extérieures" (16 matières), "Immobilier" (17 matières), "Actualités des entreprises" (16 matières), "Point de vue" (8 matières), "La loi est la droit" (4 matériaux), "Règles du commerce" (7 matériaux), "Vin & Approvisionnements" (14 matériaux), "Droits des consommateurs" (0 matériaux), "Interpress" (20 matériaux), "Annonces des agents économiques" (2 matériaux), "Échantillon de stylo"(0 matériaux), "Weekened"(15 matériaux). Comme on peut le constater, les documents journalistiques analytiques traitant des interférences entre les domaines politique et économique (lois et amendements, grandes entreprises et marché de l'énergie), les services bancaires, le marché des investissements, le marché immobilier et les relations économiques extérieures (attraction de fonds et exportation) produits nationaux) sont prioritaires sur le marché européen). Un résultat quelque peu inattendu concerne le manque de matériel sous la rubrique « Protection des consommateurs » au cours de la période analysée. Parallèlement, le contenu journalistique abordait des sujets variés : le marché immobilier et le marché de l'énergie, les effets de la privatisation, l'expansion du grand capital et l'expérience des entrepreneurs, les banques et le crédit, l'audit, les investissements et les concessions, la présence d'entreprises moldaves sur le marché étranger, production et exportation de vin, nouvelles règles concernant la fourniture de services et le paiement des services, programme de village européen, vente du stade républicain, villages sans internet, nouveaux services cadastraux, appels d'offres et illégalité les constructions, le marché de l'assurance, le programme de première maison, les appels d'offres et les constructions illégales, les subventions dans l'agriculture, le commerce de rue, le commerce du tabac, la politique monétaire, la politique européenne et les guerres en Israël et en Ukraine, le tourisme.

CONCLUSIONS

Sur la base des résultats de l'enquête, nous pouvons préciser que le journal « Logos presse » est lu principalement par des représentants du monde des affaires. La publication ne se concentre pas principalement sur l'aspect informatif concernant les activités et les processus qui se produisent dans le domaine des affaires, bien qu'elle place également sporadiquement du matériel informatif, mais elle donne la priorité à l'aspect analytique des processus complexes qui se produisent au niveau macro et microéconomique. concernant la législation fiscale, la politique budgétaire, le budget déficitaire, l'inflation, le produit intérieur brut, etc. Des phénomènes, des situations, des documents sont analysés et des prévisions sont élaborées. Parmi les conclusions qui peuvent être notées, on peut citer les suivantes : il présente des informations opérationnelles et analytiques provenant du monde des affaires et des domaines connexes (législatif, fiscal, bancaire) ; partager des expériences commerciales, en présentant des success stories et des entretiens avec des hommes d'affaires, des investisseurs ; entrepreneurs, experts du domaine et praticiens spécialisés (banquiers, avocats, gestionnaires d'assurance, etc.) ; publie des informations et des analyses sur les principaux événements au niveau interne et externe (y compris les innovations technologiques) et leur influence sur le domaine des affaires, le développement de l'économie et le climat d'investissement ; promeut les idées commerciales et fournit des conseils sur les processus de gestion et de marketing ; Parallèlement, la version en ligne de la publication périodique « Logos press » met en њuvre les possibilités des technologies de l'information dans les dimensions suivantes : entraîner le processus d'interactivité avec les consommateurs d'information ; accroître l'attractivité des matériaux en visualisant les données au moyen de tableaux, de graphiques, de croquis et de cartes.

RÉFÉRENCE

1. ROUSH, Ch. *Montrez-moi l'argent : rédiger des histoires commerciales et économiques pour la communication de masse*. New York : Routledge, 2016. ISBN 978-0415876551
2. HAYES, K. *Journalisme d'affaires : Comment faire un reportage sur les affaires et l'économie*. New York : Apress, 2013. 263 pages ISBN 978-1430263494
1. 3.LUESBY, J. *Le mot sur les affaires*. New York : Pearson Education Limited, 2000. 224 pages ISBN 9780273644118
3. *Club de la presse économique*. Disponible : https://cpe.md/?page_id=102. [Consulté le 08.05.2024].
4. *Session organisée par l'ABE no. 2 de l'Académie de journalisme économique*. Disponible: https://eba.md/rom/news/eba-a-organizat-sesiunea-nr-2-din-cadrul-academiei-de-journalism-nomic. [Consulté le 02.06.2024].