

Dire que l'internet a tué la presse serait une simplification excessive. L'arrivée d'internet a certes transformé radicalement le paysage médiatique et a entraîné des défis considérables pour l'industrie de la presse, mais elle n'a pas nécessairement signifié sa mort.

Internet a apporté de nombreux avantages à la presse, tels que la capacité à atteindre un public mondial instantanément, des coûts de distribution réduits et de nouvelles formes d'interactivité avec les lecteurs. Cependant, cela a également introduit des défis majeurs. La gratuité de l'information en ligne, le changement des habitudes de consommation des lecteurs, la concurrence accrue et les modèles économiques fragiles ont tous contribué à mettre une pression considérable sur les médias traditionnels.

De nombreuses publications ont dû s'adapter pour survivre dans cet environnement numérique en développant des modèles économiques innovants, tels que les abonnements en ligne, la publicité ciblée et les partenariats avec des plateformes de médias sociaux. Certaines ont réussi à prospérer grâce à ces adaptations, tandis que d'autres ont dû fermer leurs portes ou réduire leur personnel.

Ainsi, plutôt que de tuer la presse, l'internet a remodelé et reconfiguré l'industrie de la presse. Les médias traditionnels et les nouveaux médias en ligne coexistent désormais dans un paysage médiatique diversifié, où la capacité à innover et à s'adapter est essentielle pour assurer la survie à long terme.

En conclusion l'internet est venu modéré la presse grâce à ses multi fonctionnements .