

S1E7 - Internet : c'était mieux avant ?

Progresse en français grâce à l'actualité



Comment ça marche ?

Retrouve la transcription complète de l'épisode ci-dessous 😊

Les mots qui apparaissent en bleu sont expliqués dans l'espace abonnés : [Le français de l'actu](#)

Pour retrouver le détail du vocabulaire, des quiz et des activités complémentaires, rendez-vous [ici](#).



Je me présente en quelques mots :

Je suis Marianne, professeure de Français Langue Étrangère, et je propose des **cours particuliers** ([ici](#)) et des **cours collectifs** ([là](#)), pour t'aider à **gagner en confiance et en fluidité** en français.

Si tu te poses des questions sur le meilleur accompagnement pour toi, je répondrai avec plaisir à tes questions. Contacte-moi à cette adresse :

contact@parlerfrancaisavecmarianne.com

Introduction

À partir de quand est-ce que tu t'es rendu compte que tu ne voyais presque plus les photos de tes proches sur Facebook ou Instagram ?

Quand est-ce que tu t'es dit qu'il y avait plus de publicités qu'avant sur Youtube ?

Et est-ce que tu as remarqué que la commission de la plateforme Airbnb, qui était très faible au départ, était devenue de plus en plus importante ?

Ces trois expériences très différentes, que tu as peut-être vécues, sont le signe d'un même phénomène.

Depuis 2022, ce phénomène a un nom : on l'appelle "enshittification", en anglais, ou bien, en bon français, "**merdification**".

Alors, oui, ce mot dérivé de "merde" n'est pas très poétique. Mais cette vulgarité traduit bien la frustration, **voire** la colère, qu'on ressent quand on voit les plateformes numériques se dégrader et qu'on se sent complètement **impuissant**, sans pouvoir.

Comment expliquer cette dégradation d'Instagram, de Netflix, d'Amazon ou d'autres plateformes ? Et est-ce qu'il existe des solutions pour faire face à la merdification d'Internet ?

Ce sera le sujet du jour. Dans ce nouvel épisode du podcast *Le français de l'actu*, on va parler de nouvelles technologies et de plateformes numériques.

Je t'expliquerai plus en détail ce qu'est la merdification de ces plateformes, les causes de ce phénomène et, enfin, les solutions qui, heureusement, existent.

Avant de commencer, je me présente : je m'appelle Marianne, je suis professeure de Français Langue Étrangère et, dans ce podcast, je t'accompagne dans la découverte d'actualités en français.

C'est un podcast qui est adapté au niveau B2/C1. Sa transcription est gratuite et tu peux la télécharger en cliquant sur le lien dans la description de l'épisode.

Si tu veux accéder au détail du vocabulaire de niveau avancé et à des quiz sur cet épisode, rends-toi dans l'espace abonnés.

Allez, c'est parti !

Le développement

Je vais d'abord t'expliquer comment j'ai eu l'idée de te parler de ce sujet.

En tant que professeure de Français Langue Étrangère (on peut dire aussi "professeure de FLE", si tu veux paraître expert ou experte), je passe beaucoup de temps sur les réseaux sociaux, pour partager des **contenus** ou pour voir ceux des autres.

Et j'observe de plus en plus, sur Youtube et sur Instagram, des contenus écrits grâce à l'intelligence artificielle, avec des images créées par intelligence artificielle et, si c'est une vidéo, une voix générée par intelligence artificielle.

Je ne suis pas particulièrement **technophobe**, je ne suis pas contre l'usage de la technologie, au contraire, mais je trouve que la diffusion **exponentielle**, la diffusion massive de ces contenus de **moindre** qualité, de faible qualité, contribue à dégrader mon expérience des réseaux sociaux.

Peut-être que toi aussi tu as vu passer ces contenus. Si tu es amateur ou amatrice de podcasts en français, tu as peut-être déjà écouté des podcasts qui sont intégralement créés par l'**IA**, par l'intelligence artificielle, sans que ce soit précisé.

Cette invasion de contenus pas très intéressants m'a fait penser à la notion de "merdification", ce **néologisme** créé en 2022 par l'écrivain et journaliste canadien Cory Doctorow.

À l'époque, ce nouveau mot avait eu un succès immédiat, parce qu'il **résonnait** avec l'expérience de beaucoup d'utilisateurs, parce qu'il correspondait à leur expérience.

Et je crois qu'aujourd'hui, avec les évolutions que je viens de décrire, cette notion **est** toujours, et peut-être encore plus qu'avant, **d'actualité**.

Ces plateformes numériques qu'on a aimées, qu'on a trouvé géniales et innovantes au moment de leur création, sont en train de se détériorer, sont en train de se dégrader.

Pour le comprendre, on va entrer dans le détail de la notion de Doctorow.

La merdification, qu'est-ce que c'est ?

Ce néologisme désigne la dégradation des services sur les plateformes numériques.

Les **plateformes numériques**, ce sont les réseaux sociaux, comme Instagram ou Tiktok, les plateformes de streaming, comme Netflix, les plateformes qui proposent des mises en relation, comme Airbnb, Uber, etc., ou encore les plateformes d'achat en ligne, comme Amazon.

Ces dernières années, toutes ces plateformes ont connu des évolutions qui n'ont pas été bénéfiques pour les utilisateurs.

Une petite précision ici : je vais te donner quelques exemples concrets d'évolutions qui, selon moi, sont négatives.

Tu as évidemment le droit de ne pas être d'accord avec moi. Peut-être que tu apprécies ces changements, ou que tu considères qu'ils sont complètement justifiés.

Dans le Club du podcast, c'est-à-dire dans l'espace abonnés, je te propose de développer ton avis sur le sujet, à l'écrit ou à l'oral, en français évidemment.

Reprenons. Pour chacun de ces exemples, essaye de réfléchir en français à ces deux questions : si tu utilises ces plateformes, est-ce que ce sont des évolutions que tu as remarquées ? Et, si oui, qu'est-ce que tu en penses ?

Premier exemple : tu ne peux plus partager ton compte Netflix en donnant ton mot de passe à tes amis ou à ta famille, alors même que les prix augmentent.

Deuxième exemple : quand tu fais une recherche sur Google ou sur Amazon, les réponses que tu vois en premier sont sponsorisées, et pas toujours pertinentes. "**Sponsorisé**", ça veut dire que les entreprises ont payé pour être visibles.

Troisième exemple : quand tu fais défiler les contenus sur Facebook ou Instagram (on peut aussi dire "quand tu **scrolles** sur Facebook ou Instagram"), il y a une publicité toutes les 4 publications environ. C'est ce que j'ai remarqué sur mes réseaux, mais c'est peut-être un peu différent pour toi.

La merdification d'Internet, c'est ça : c'est l'augmentation des prix, la faible pertinence des résultats de recherche et l'importance croissante de la publicité.

Mais aussi c'est aussi la baisse de moyens dédiés à la **modération**, c'est-à-dire au contrôle des contenus, ou encore la privatisation de certains espaces, qu'on observe quand on doit créer un compte et donc partager des informations personnelles pour accéder à un site par exemple.

C'est un processus qui se fait de façon tellement lente et progressive que c'est parfois difficile de s'en rendre compte.

On va essayer de comprendre ensemble les mécanismes derrière tout ça.

Alors, la merdification, comment peut-on l'expliquer ? Et pourquoi toutes les plateformes qu'on a vu émerger au même moment sont touchées par ce même phénomène ?

Dans ses articles et interventions, Cory Doctorow explique très bien cette évolution.

Selon lui, on a d'abord une première étape, où les plateformes nouvellement créées répondent à des besoins des utilisateurs.

Elles proposent des produits ou des services gratuits ou à très faible coût.

C'est très avantageux pour les utilisateurs qui s'inscrivent **en masse**, c'est-à-dire qui sont très nombreux à s'inscrire et qui, petit à petit, deviennent dépendants de la plateforme.

C'est là qu'on entre dans la deuxième étape. Les plateformes **délaissent** un peu les utilisateurs, elles accordent moins d'attention et d'importance aux utilisateurs, et elles se tournent vers les entreprises.

Elles proposent alors aux entreprises d'acheter les données des utilisateurs ou de diffuser de la publicité.

Là aussi, les tarifs sont très accessibles, au départ, pour attirer cette nouvelle **clientèle**.

Lorsque la troisième étape commence, la plateforme dispose donc de 2 catégories de clients : des utilisateurs très nombreux et des entreprises.

Ces deux catégories sont **captives** de la plateforme. Ça veut dire qu'elles auraient beaucoup à perdre si elles partaient.

En général, c'est accentué par le fait que les plateformes sont en situation de quasi-**monopole**. Elles sont dominantes sur leur marché et elles ont souvent acheté leurs concurrents.

Lors de cette troisième étape, les plateformes vont chercher à faire du profit.

Au départ, elles ont pu proposer des services à faible coût ou gratuits grâce aux investisseurs, mais elles doivent ajuster leur modèle économique pour durer.

Donc elles testent l'acceptabilité de certaines propositions : elles vont augmenter les prix, petit à petit, renforcer la présence des publicités, dégrader la qualité du service, etc.

Si on prend l'exemple de Facebook, qui est pour moi **symptomatique** de ce phénomène, on a une première étape dans laquelle les utilisateurs se sont inscrits pour avoir des nouvelles de leurs amis.

Ensuite, Facebook a vendu leurs données, leurs informations personnelles, à des **annonceurs**.

Et maintenant, c'est la troisième étape et c'est ce que nous observons aujourd'hui. Facebook est devenu un espace publicitaire, où il est devenu difficile d'avoir des nouvelles de nos proches.

Et c'est compliqué d'en partir parce que souvent, ça revient à couper le contact avec des personnes qu'on a connues ou alors à quitter des groupes sur lesquels il y a des informations parfois utiles (je pense par exemple aux groupes professionnels).

Mais ce n'est pas fini ! Il y a une quatrième étape. Et peut-être que Facebook n'en est pas si loin.

Lors de cette quatrième étape, les utilisateurs et les entreprises quittent la plateforme parce qu'ils n'en peuvent plus, ou bien parce qu'une alternative plus **attrayante**, plus intéressante, apparaît.

La plateforme devient de moins en moins populaire, avant de disparaître complètement. Et selon Cory Doctorow, c'est le bout, c'est l'étape finale de tout ce processus de merdification. Autrement dit, ça ne peut pas durer dans le temps.

Selon le journaliste, ce phénomène a un coût qui est d'abord économique : les utilisateurs sont piégés et doivent payer de plus en plus cher pour avoir la même qualité de service.

Mais il a également un coût démocratique. Pourquoi démocratique ? Parce que les utilisateurs sont **démunis** face à ce processus. Ça veut dire qu'ils n'ont pas de ressources, pas de pouvoir pour agir dessus. Ils **n'ont pas leur mot à dire**.

Et c'est un problème, mais ce n'est pas un problème **insoluble**, c'est-à-dire sans solution. C'est ce qu'on va voir dans la dernière partie.

Alors, face à la merdification de ces plateformes qui sont devenues importantes dans nos vies, que faut-il faire ?

Ça pourrait être tentant, ça pourrait être attrayant de tout quitter, de quitter Facebook, Instagram, de ne plus utiliser Youtube, Uber ou Amazon, de résilier son abonnement Netflix ou bien de ne plus jamais commander de repas sur la plateforme Just Eat.

Mais ce n'est pas si facile. D'abord parce que les alternatives ne sont pas très nombreuses, et pas toujours satisfaisantes.

Et ensuite parce qu'il y a un coût de sortie : si on quitte ces plateformes, on perd le contact avec certains amis, la possibilité de regarder les séries dont tout le monde parle, ou encore, si je prends mon exemple, la possibilité de communiquer auprès de personnes qui ne nous connaissent pas encore.

On accepte la merdification de ces plateformes parce qu'elles ont su devenir indispensables dans notre quotidien.

Selon Cory Doctorow, la solution n'est ni de quitter Internet, ni de chercher à retrouver l'Internet d'avant. Il s'agirait plutôt d'imaginer la suite, d'ouvrir une nouvelle page.

Peut-être qu'à l'avenir, si on rêve un peu, on verra apparaître des plateformes avec un positionnement éthique, un algorithme transparent et un respect des droits numériques et des données des utilisateurs.

Voici ce qui pourrait être fait par exemple :

- Ces plateformes pourraient montrer aux utilisateurs ce qu'ils ont envie de voir, plutôt que de donner une place prédominante à des contenus sponsorisés.
- Elles pourraient également permettre aux utilisateurs de transférer facilement leurs contenus sur une autre plateforme s'ils ont envie d'en changer.
- Les gouvernements pourraient par ailleurs lutter **d'avantage**, lutter plus contre la formation de monopoles, en limitant par exemple la possibilité pour les plateformes d'acheter leurs concurrents.

Mais peut-être que ces plateformes ne sont tout simplement pas la solution. Peut-être que ce modèle n'est pas **viable**, ne peut pas durer dans le temps, même avec quelques ajustements.

J'ai l'impression qu'une solution alternative, qu'on observe déjà, est de créer des communautés, sur WhatsApp, sur Telegram ou sur Discord, des espaces privés auxquels on peut participer concrètement et dans lesquels on subit moins de contenu non désiré.

Je serais très curieuse de connaître ta vision du futur d'Internet et de ces plateformes numériques : comment imagines-tu l'avenir d'Internet et des plateformes qu'on connaît aujourd'hui ? Quel est le futur le plus probable ? Et, surtout, quel futur désires-tu ?

La conclusion

C'est déjà la fin ! J'espère que cet épisode t'a plu. Cette fois-ci, ce n'était pas une actualité brûlante, une actualité très récente, mais de temps en temps, je prendrai le temps de te présenter des concepts ou des notions, en français, sur des sujets qui nous concernent tous et qui peuvent faire réfléchir.

Dans l'espace abonnés de ce podcast, je te propose de m'expliquer, à l'écrit ou à l'oral, si tu es d'accord avec ce constat que les plateformes se merdifient, se dégradent et comment tu le vis, concrètement, dans ton quotidien.

Je te présente aussi dans cet espace quelques scénarios pour le futur d'Internet, pour que tu puisses réfléchir, en français, à celui qui te semble le plus pertinent, le plus intéressant ou bien le plus probable.

Si cet épisode t'a plu, n'oublie pas de noter le podcast sur les différentes plateformes (parce que oui, je ne m'en suis pas encore complètement émancipée).

Télécharge la transcription gratuite pour découvrir plus en détail le vocabulaire de niveau avancé.

Je te remercie pour ton soutien et on se retrouve dans deux semaines pour un nouvel épisode sur l'actualité en français.

À bientôt !