

Sortie des GAFAM : une urgence politique. Reprenons le contrôle sur nos usages informatiques et nos logiciels (Partie 3).

Cet article est le troisième volet de notre série « Sortie des GAFAM ».



La première partie est à lire

ici : <https://www.tendanceclaire.org/article.php?id=2057>

La deuxième est à lire ici : <https://www.tendanceclaire.org/article.php?id=2063>

La troisième est à lire ici : <https://tendanceclaire.org/article.php?id=2091>

La quatrième est à lire ici : <https://tendanceclaire.org/article.php?id=2099>

La cinquième et dernière est à lire

ici : <https://tendanceclaire.org/article.php?id=2104>

La merdification au cas par cas

L'ouvrage *Enshittification* de Cory Doctorow a été une source d'information majeure pour cette partie. Afin d'éviter d'alourdir la lecture, nous ne l'avons pas cité systématiquement ; l'ensemble des faits non sourcés dans notre article est donc tiré de ce livre, que nous vous invitons vivement à lire.

ChatGPT

Si ChatGPT et les LLM en général nous semblent une source importante de la *merdification* d'internet (et de nos vies), nous gardons ce sujet pour notre futur article consacré à la question des IA génératives.

TikTok

TikTok est un réseau social permettant de regarder une suite infinie de vidéos courtes, dont l'apparition sur notre écran dépend à la fois des comptes auxquels nous sommes abonné.e.s, mais également du brumeux "algorithme de sélection" de l'application.

Pour nous, Tiktok représente *par essence* la merdification du web (et, au vu de sa position prédominante chez les mineur.e.s, de la volonté de merdification de la jeunesse). L'application développe à son paroxysme l'économie de l'(in)attention à la fois comme un moyen (faire acheter de la merde en boîte qui sort des usines en bout de course du *late capitalism*) et comme un but en soi : débiliser une génération entière de prolétaires en oblitérant complètement leur capacité de concentration par le développement d'un besoin de dopamine permanente, et en dérégulant au passage leur rythme de sommeil. Tout cela fait des jeunes les cibles idéales des marchands et des patrons.

Le concept même de l'application est vicié. Rachid Zerrouki, professeur de Segpa à Marseille, comparait dans un tweet le fait de scroller Tiktok au fait d'être assis devant une télé avec 500 chaînes et quelqu'un à côté de nous qui change de chaîne toutes les 10 à 30 secondes de façon aléatoire. L'attention ne peut être maintenue, le cerveau est en constante attente de la vidéo suivante.

Tiktok compte quasiment 28 millions d'utilisateur-ices en France (contre 14 millions en 2020 et 4 millions en 2019) soit plus de la moitié des Français-es de plus de 15 ans. La quasi-totalité des utilisateur-ices a d'ailleurs entre 13 et 34 ans. 55 % des jeunes âgés entre 16 et 19 ans utiliseraient TikTok chaque jour en France.

Sur ce cette plateforme, une question se pose pour tou-te-s les « créateur-ices de contenu » : comment « percer » sur les réseaux, c'est-à-dire comment voir sa vidéo devenir virale ? Il s'avère que Tiktok a son moyen bien à lui de favoriser certains contenus : l'aléatoire total. L'algorithme fait ainsi parfois « percer » une vidéo se manière arbitraire. Cela arrive suffisamment rarement pour que tout le monde ne « perce » pas, mais assez souvent pour que l'effet d'entraînement soit bénéfique. C'est-à-dire qu'un-e créateur-ice de contenu qui "perce" va inviter ses connaissances à le rejoindre sur la plateforme parce que « ça fonctionne », voire va se mettre à réaliser des tutos sur comment « percer » sur Tiktok selon son expérience personnelle. Alors qu'en réalité, une partie des vidéos virales le deviennent de façon **totale**ment aléatoire, poussées par l'algorithme. (Cf Doctorow)

Tiktok, par le biais de vidéos générées par IA, est également devenu le paradis de ce qu'on appelle les « arnaques à la pitié », comme l'explique la très bonne chaîne de vulgarisation *Parlons Cyber* : nombreuses sont les vidéos qui encouragent usurpation d'identité, fausses démarches "humanitaires" et *dropshipping*, le tout facilité par le *shop* en ligne de Tiktok qui permet des achats directement connectés au site. Lancé en 2025, *Tiktok Shop* comptabilise déjà 75 milliards de dollars de produits vendus (50 millions d'euros en France sur quelques mois seulement)

Google

La volonté hégémonique de Google est aujourd'hui active : un téléphone *Android*, un compte Gmail, la suite google pour les documents partagés (docs, tableurs, etc), Google

Pay, le gestionnaire de mots de passe Google, Google messages, YouTube... L'intégralité de notre communication numérique et une part importante de notre consommation de divertissement peut être gérée par Google. Chrome OS, système d'exploitation des ordinateurs (portable, fixes) tente de récupérer les parts de marché de Windows pour devenir un véritable système fermé complet. La *merdification* de cette entreprise tentaculaire est donc un cas d'école à étudier.

Google et son moteur de recherche

A part son moteur de recherche, Google n'a pas créé grand-chose. L'entreprise a ensuite utilisé ses gains faramineux pour racheter des projets déjà développés, et les « optimiser » (ou plutôt les merdifier). Le site <https://killedbygoogle.com/> recense d'ailleurs tous les projets « tués » par l'entreprise.

A sa création, le moteur de recherche Google est plutôt bon. Il éclipse rapidement ses concurrents comme Yahoo, mais cela ne lui suffit pas à s'ériger en statut de monopole. Lorsque le moteur de recherche Google commence à être financé par la publicité, une conclusion simple vient à l'esprit des marketeurs de la Silicon Valley : si on rend le système de recherche moins efficace, les utilisateurs devront effectuer plus de recherches pour obtenir la réponse voulue, et ainsi les investisseurs gagneront plus d'argent.

Google pratique également le *semantic matching* : quand vous faites une recherche de mots, Google ajoute secrètement d'autres mots pour « rendre la recherche plus pertinente ». A priori, cela ne semble pas maléfique : mais si nous gardons à l'esprit que des marques paient le moteur de recherche pour être référencées, alors la manœuvre devient limpide. Par exemple, Google associait aux USA les termes « *snowpant for kids* » (« pantalon de neige pour enfants ») aux mots « The North Face » (marque qui produit notamment des... vous ne devinez jamais... pantalons de neige pour enfants). Uniquement pour la « pertinence de la recherche » sans doute. Google, depuis qu'il n'est (quasiment) plus en compétition avec d'autres moteurs de recherche, favorise le contenu sponsorisé. Les paramètres de son algorithme d'indexation et de recherche ne sont pas neutres, mais issus de choix guidés par des impératifs économiques et politiques, qui conditionnent ainsi notre accès à l'information.

Pour éviter cette manipulation, il suffirait alors d'utiliser un autre moteur de recherche. Mais si cela était si simple, et au vu de la faible qualité actuelle de Google, alors pourquoi est-ce que la quasi-totalité de l'humanité connectée l'utilise toujours ? Tout simplement parce que Google paie, et paie cher, pour que son moteur de recherche soit celui installé « par défaut » sur tous les navigateurs et dans les OS. Apple, grand rival de Google, reçoit pour cela un chèque annuel de vingt milliards de dollars.

Evidemment, le moteur de recherche le plus répandu au monde ne pouvait s'empêcher de dégrader encore la qualité de ses résultats par l'usage de l'IA. Si en France nous sommes encore (pour l'instant) épargnés par les « *IA summarize* » (des « résumés par

l'IA ») qui nous conseillent de manger au moins 1 caillou par jour, aux USA, le résumé IA fait des ravages et abreuve massivement les centaines de millions d'utilisateur-ices de Google de faits purement erronés. C'est l'aboutissement de la démarche de transformation d'un moteur de recherche en moteur de réponse, comme le dit Philippe Beckert dans son article sur les IA et Wikipedia : « *Google s'est transformé en moteur de réponse plutôt qu'en moteur de recherche* ». Et même en moteur de fausses réponses, pourrions-nous ajouter.

Autre symbole du génie d'internet dans les années 2000 (notamment avec sa fameuse recherche d'image inversée), Google images est devenu mondialement inutilisable à cause de l'arrivée des images créées par IA, notamment avec Gemini. Désormais quand on cherche par exemple « bébé » suivi du nom d'un animal dans plusieurs occurrences, à chaque fois les premiers résultats sont de fausses photos, générées par IA. Combien de temps avant que la recherche d'image inversée ne subisse le même sort ? Un LLM pourra inventer une source pour chaque image scannée plutôt que de chercher les occurrences existantes.

Gemini ne se contente pas seulement de pourrir la recherche en ligne, il permet également à Google de lire vos messages et conversations pour entraîner son IA (et, encore une fois, potentiellement les transmettre à des régimes politiques autoritaires) comme l'a démontré le procès raconté dans cet article :

<https://reclaimthenet.org/google-gemini-ai-privacy-lawsuit-email-surveillance-claims>

Ainsi le moteur de recherche Google est aujourd'hui tellement altéré qu'il en devient inutilisable : publicités à outrance, contenus générés par IA, recherche dégradée au-delà de l'admissible rendent son utilisation véritablement *merdique*. Une plaisanterie récurrente quand on rencontre un employé de chez Google est d'ailleurs de lui demander l'accès à « son Google à lui, celui qui fonctionne bien » - c'est-à-dire le Google des débuts. Aujourd'hui, un moteur de recherche considéré comme l'un des plus performants est Kagi, un moteur payant qui utilise (et paie pour cela) la base de donnée de Google, mais y applique un algorithme différent qui retire notamment tous les référencement monétisés.

Youtube

Filiale de Google depuis 2006 (soit très peu de temps après son lancement en 2005), est un véritable symbole de ces entreprises qui ont acquis un quasi-monopole en attirant l'ensemble des créateur-ices grâce à plusieurs atouts : un fonctionnement simplifié, de la rémunération, et une modération relativement restreinte, permettant de capter la quasi-totalité des consommateurs de vidéo. Une fois ces créateur-ices de contenus financièrement dépendants de la plateforme, YouTube commence alors à baisser les rémunérations, rendre les algorithmes indéchiffrables pour de randomiser le succès des vidéos (comme le fait TikTok et comme nous l'avons expliqué ci-dessus), à modifier les règles de leur modération, et à ajouter des publicités à gogo avant et en plein milieu des vidéos.

YouTube semble s'acharner à détériorer son interface en permanence afin de vendre des abonnements *premium* pour pouvoir bénéficier de fonctionnalités autrefois basiques : par exemple, il est impossible sur mobile d'activer une miniature de vidéo, voire même de mettre l'application en arrière-plan le temps de répondre à un message ou d'aller consulter un mail. Impossible évidemment de télécharger une vidéo via le site ; et depuis cette année, **YouTube se permet même de retoucher des vidéos par IA sans l'accord de l'auteur.**

Google et le pouvoir trumpiste

En septembre 2025, Google a, via YouTube, cédé totalement au pouvoir trumpiste en réhabilitant les comptes de désinformation qui avaient été suspendus voire supprimés depuis le covid ou pour **manipulation électorale**. C'est désormais encore pire, puisque depuis octobre 2025, Google héberge les applications utilisées par les milices fascistes de Trump pour **traquer les migrants**.

Au même moment, Google met en place un système d'entraînement de son IA et d'autres « fonctionnalités intelligentes » via lecture de vos emails sur Gmail, **un dispositif activé par défaut et qu'il faut désactiver manuellement pour l'éviter**. Là encore, peut-être que la transmission au régime trumpiste d'informations sensibles trouvées dans des mails personnels fait partie des « fonctionnalités intelligentes » de Google?

Android : le système d'exploitation Google

Rappelons d'abord que Google n'a fait que racheter Android, il ne l'a pas créé, de même pour Google Maps, Google docs et pleins d'autres. Android a longtemps été synonyme d'un système relativement ouvert. En effet, il s'agit d'un système d'exploitation pour appareil mobile, sous licence libre, et basé sur un noyau Linux. C'est devenu le système le plus utilisé sur appareil mobile, loin devant iOS d'Apple. Google, comme souvent dans ses services, s'appuie sur la communauté du logiciel libre, et Android a été énormément amélioré grâce à cette dernière.

En réalité, c'est via l'application Google Play, installée sur les téléphones et tablettes ayant reçu la certification Google (que les constructeurs veulent presque tous obtenir au vu de l'énorme monopole des services Google), que Google «ferme» son système Android. Ainsi, depuis de nombreuses années, Google empêche l'installation de certaines applications, en premier lieu celles qui peuvent entraver ses sources de revenus comme des bloqueurs de pub. Evidemment, Google justifie ces blocage par l'argument de la sécurité informatique...

En 2026, la fermeture du système Android est amenée à empirer : fini les installations externes d'applications, tous les développeurs devront être identifiés par Google pour pouvoir proposer leur application. **La présence ou non d'une application sur le Google Play Store dépendra donc du bon vouloir de l'entreprise (en très bons termes avec le**

pouvoir trumpiste, encore une fois.)

ADOBE

Adobe fait partie de ces entreprises célèbres pour s'être *merdifée* jusqu'à l'os, notamment via la mise en place d'un abonnement mensuel ou annuel. Son logiciel le plus connu est son lecteur de PDF Acrobat Reader : il est très probablement installé sur votre ordinateur et votre téléphone. Adobe est aussi très connu comme fournisseur de logiciels de mise en page, retouche photo, de vidéo, d'animation, de production audiovisuelle. En 2011, Adobe fait un pari : que la plupart des professionnels qui utilisent ce genre de logiciels en auront besoin toute leur carrière, et que les photographes amateurs qui se créent des bibliothèques, des *presets* et des configurations sur ces logiciels n'auront pas envie d'en changer. Adobe passe donc d'une licence que l'on peut acheter une seule fois à un abonnement mensuel pour profiter de leurs services. En 2025, le prix de cet abonnement s'élève à 35\$ par mois pour la suite complète, et varie entre 12\$ et 25\$ pour un seul des logiciels de la suite. À l'échelle d'une carrière d'une quarantaine d'années, nous vous laissons calculer le coût total. Ainsi Adobe révolutionne le jeu du logiciel : plutôt que d'acheter, même cher, un logiciel qu'ensuite on va posséder toute notre vie, on doit payer chaque mois pour pouvoir y accéder.

Ce système empêche également ses utilisateurs d'utiliser une version antérieure des logiciels, et les oblige ainsi à accepter les changements que subissent ces derniers, même quand ceux-ci en *merdifient* l'usage. L'entreprise Adobe a été éclaboussée ces dernières années par deux scandales : le premier en 2022, lorsque pour une raison inconnue du grand public Adobe cesse brutalement son partenariat avec l'entreprise Pantone, qui gérait jusqu'alors le nuancier utilisé par les logiciels de la suite. Pantone propose alors un abonnement supplémentaire à 15€ par mois pour continuer à utiliser leur nuancier, sans quoi toutes les couleurs Pantone dans les projets Adobe des utilisateur-ices seront remplacées par... du noir.

En Juin 2024, Adobe devient encore plus gourmand. L'entreprise exige désormais des utilisateur-ices qu'ils et elles acceptent l'utilisation de leurs créations pour entraîner son IA maison. L'acceptation de ce paramètre devient obligatoire pour pouvoir se connecter à son compte Adobe. C'était sans compter sur l'aversion profonde éprouvée par la profession des graphistes et autres créateur-ices d'images envers les IA génératives. Le principe même pour des créateur-ices de nourrir volontairement de leur travail une IA qui a pour but explicite de les remplacer s'est heurté à un fort refus de leur part. Après trois semaines de bataille médiatique, juridique et logicielle, Adobe a finalement rétrogradé et a ôté la dimension obligatoire de cette fonction. Veillez tout de même à bien vérifier que les « fonctionnalités intelligentes » de vos logiciels Adobe soient désactivées.

Le cas Adobe est ainsi l'illustration parfaite d'un service en ligne qui peut se *merdifier* du jour au lendemain en monnayant soudainement l'accès à vos créations et en

imposant des conditions d'utilisation absolument aberrantes sous menace de vous priver de vos créations ou de les altérer de façon irrémédiable.

Apple

Un verrouillage fort

Apple est une entreprise un peu singulière dans le paysage « AMAMesque » car elle propose un système fermé complet de gestion de la vie informatique : ordinateur, téléphone, tablette, montre connectée, tout ça tournant avec des applications propriétaires synchronisées qui permettent de « tout faire ». Un produit Apple propose une batterie complète d'applications allant jusqu'à la composition musicale ou au montage vidéo.

Ces produits sont onéreux mais offrent en échange la promesse d'une haute qualité matérielle et logicielle. Ainsi si les Macs sont de bons ordinateurs, c'est notamment parce que le matériel est conçu pour faire tourner le système d'exploitation de façon très optimisée.

Le système Apple présente un fort *lock in* (littéralement « un verrouillage ») car il produit à la fois le matériel et le logiciel (*hardware* et *software*) avec toutes ses applis propriétaires. Quand vous utilisez un ordinateur Mac ou un iPhone, il devient donc très dur de sortir d'Apple sans perdre messages, mails, contacts, calendrier, drive, photos, bref tout votre contenu en ligne. Et puisque l'installation d'applis doit être validée par Apple, il est aussi très compliqué d'installer un client pour copier toutes ses données dans un système externe.

Le *lock in* est aussi présent pour les vendeurs : comme le développer une application sur iPhone ou sur Mac est en partie spécifique à ce système, il leur faut accepter de payer des frais pour être vérifié par Apple et présents sur l'Apple Store afin avoir ensuite les mains libres sur les *in app fees* (les paiements via leur appli) et la captation des données de leurs utilisateurs.

Apple, les données des utilisateur-ices, et le pouvoir trumpiste

En 2021, Apple décide de proposer un bouton « *don't spy on me* » en acceptant de rogner énormément sur ses marges. A cette occasion, le deal entre l'entreprise et Facebook est renégocié avec une perte de plusieurs centaines de millions de dollars annuels pour Apple. Malgré cet apparent geste envers la vie privée de ses utilisateur-ices, Apple conserve (et monétise) son propre système de captation de données. Apple se montre également avant-gardiste sur la question des IA Bloatware dont nous reparlerons ultérieurement, d'abord avec Siri puis avec Apple intelligence.

La position d'Apple en 2025 par rapport au pouvoir trumpiste est paradoxale : d'un côté ils cèdent en partie au gouvernement américain et retirent de leur App store les applis

de lutte contre la déportation (voire partie suivante) ; de l'autre, ils assument maintenir leurs politiques DEI (*Diversity Equity Inclusion*) et de plient pas officiellement le genou devant le « *king* » Donald Trump.

Twitter (nouvellement X)

Le Twitter des débuts

Twitter a fait couler beaucoup d'encre depuis sa création. Ce réseau social principalement textuel qui se base sur des échanges courts (140 puis 280 caractères par post) s'est très vite fait une réputation de réseau « houleux ». C'est le cas notamment auprès des militants révolutionnaires français, où la pratique de la citation et de la *punchline* a été au cœur des stratégies de recrutement de certains groupes d'extrême-gauche (que nous ne nommerons pas), et qui basaient la plupart de leurs échanges avec d'autres courants politiques sur l'invective et l'accusation. Haut lieu des « *shitstorm* » (« tempêtes de merde ») d'internet, d'échanges virulents et des insultes, Twitter est vue comme la plateforme du harcèlement et du doxxing, le réseau de tous les excès.

Mais pas seulement.

Regroupant sur son site des millions des témoignages de première main, Twitter devient une source d'information de choix pour les journalistes ou les gens qui suivent l'actualité. Outil précieux également pour suivre les luttes ou l'état de la répression à l'international, Twitter a permis au monde entier de suivre les printemps arabes puis la contre révolution égyptienne au jour le jour. Quand quelque chose se passait dans le monde, cela arrivait instantanément sur Twitter et sur Facebook trois jours plus tard (souvent via une capture d'écran Twitter). Les journalistes lisaient Twitter et publiaient sur Twitter.

Par l'horizontalité totale de ses échanges, ce réseau a permis à des inconnu-e-s de discuter avec des célébrités, et de parfois mettre à jour la nullité de leur rhétorique et casser ainsi la « supériorité » factice de leur stature. Des réputations y ont été largement endommagées (comme celle de Raphaël Enthoven ou de Caroline Fourest). Des élu-e-s ont été épinglés pour leur médiocrité ou leurs incohérences.

Pour résumer, on pourrait dire que Twitter a(vait) les défauts de ses qualités.

La *merdification* après le rachat par Elon Musk

Depuis janvier 2022 et son rachat par Elon Musk, Twitter est devenu l'exemple même de la *merdification* au point où il a été déserté par une partie significative de sa base d'utilisateur-es : en 2022 Twitter comptait 500 millions de comptes pour un peu moins de 400 millions aujourd'hui.

Là où Twitter diffère de ses concurrents plus fermés c'est via son API (interface de

programmation de l'application) public, qui donne la possibilité d'accéder à la plateforme via des outils externes et de customiser son expérience par des fonctions non présentes dans le Twitter de base. Inimaginable pour la plupart des réseaux fermés. Bien sûr, le Twitter d'avant Musk n'échappe pas aux posts sponsorisés et à la monétisation, mais reste utilisable de manière plutôt agréable grâce à son système de lecture chronologique et ses publicités relativement peu envahissantes.

En 2022, Musk achète Twitter pour 22 milliards de dollars, ferme les accès à l'API et renvoie immédiatement 4000 employé-e-s ainsi que la quasi-totalité des modérateur-ices du site, tout en remplaçant le système de vérification des comptes (qui validait l'authenticité des comptes tenus par des personnes célèbres, des institutions officielles, des organes de presse ou des grandes marques), par un simple système de paiement : désormais, un compte se voit « vérifié » et « authentifié » et ses posts boostés sur simple paiement. Par exemple, désormais n'importe pourrait créer un faux compte de la Tendance Claire, payer 8 dollars par mois et se voir estampillé comme « le vrai compte de la vraie Tendance Claire ».

Effet immédiat pour les utilisateurs : des posts boostés pour des services non vérifiés amènent des arnaques en masse, et noient ces annonces au milieu des posts gore ou pornographiques non sollicités qui ne sont plus masqués par la modération. Devant la masse de contenus frauduleux partagés par des comptes vérifiés, Musk ajoute une option permettant de cacher la pastille qui marque la vérification : on marche sur la tête. Ajoutons à cela, la mise en avant de contenus néonazis et techno fascistes par le réseau, quand ce n'est pas par Musk lui-même, qui met en avant ses propres posts dans le fil d'actualité de tout le monde ; le *shadowban* (l'invisibilisation de contenus) de posts ou de profils entiers de façon totalement arbitraire ; la permanente modification de l'IA maison Grok pour la rendre toujours davantage nazie (nous développerons le cas Grok dans l'article sur l'IA) ; l'absence de modération et la généralisation du doxxing et du harcèlement en ligne.

Si Twitter avant Musk était le Far West, c'est devenu depuis une zone de non-droit. Le problème de la *merdification* accélérée est qu'elle ne permet pas de maintenir le *lock-in* sur les usagers, car l'expérience se dégrade par trop, et trop rapidement. En conséquence, la plateforme a vu le départ d'une grande quantité d'utilisateur-ices qui refusaient de rester sur une plate-forme qui finance un projet politique technofasciste explicite, départ qui a entraîné une fuite massive des annonceurs : plus de 100 millions de comptes supprimés (un cinquième des comptes) et une **diminution des recettes de quasiment 50 % entre 2022 et 2024**. En 2025, le site sort même des 50 marques les plus consultées de France, **une chute attestant de sa perte d'influence manifeste**. Le 6 janvier 2026, le Financial Times renomme Twitter « **X, the deepfake porn site formerly known as Twitter** »

Si le *lock-in* est quasi inexistant sur X, c'est également que les candidats au remplacement sont déjà actifs et fonctionnels, ce qui n'est pas le cas pour Facebook ou Instagram. Deux réseaux ont depuis des années déjà copié le "style" de Twitter :

Mastodon (qui fait partie du Fediverse) et BlueSky (fondé par Jack Dorsey, fondateur de Twitter). Beaucoup d'anciens utilisateurs de X ont déjà rejoint l'une ou l'autre de ces plateformes, rendant parfaitement caduque le fait de rester encore aujourd'hui sur X.

Meta et ses entités

Meta est aujourd'hui composé de 3 principales entités : Facebook (et sa messagerie Messenger), Instagram et Whatsapp, qui recensent chacune autour de 3 milliards d'utilisateur-ices, soit quasiment la moitié de l'humanité, et qui sont de très loin les "réseaux sociaux" les plus fréquentés. (Suivent YouTube avec 2.5 milliards et Tiktok avec 2 milliards de comptes. Notons également que WeChat, le "Whatsapp chinois" recense 1,5 milliards de comptes enregistrés.)

Le groupe Meta possède également Threads, lancé en 2023 et dont nous n'entendons jamais parler, mais qui regroupe pourtant 400 millions d'inscrits, soit 10 fois plus que Bluesky ou autant que Twitter (pour tempérer ces chiffres, 8% des adultes US disent utiliser Threads en 2025, contre 21% pour Twitter et 4% pour Bluesky)

Facebook

Les origines de Facebook ont été popularisées à travers le film de David Fincher *The Social Network* qui montre comment dès le départ le projet est lancé avec un objectif bien misogynes : mettre en concurrence les étudiantes en permettant de leur attribuer une note sur la base de leur physique sur un site public. Après des investissements en pagaille, Facebook se présente comme un concurrent de Myspace sur lequel il tire à boulets rouges, notamment autour de l'argument que le réseau, possédé par le milliardaire Rupert Murdoch, récupère les données de ses utilisateurs là où Facebook promet de ne jamais les espionner. Facebook met même en place un bot qui permet à l'utilisateur de transférer sur sa page Facebook tout son contenu Myspace, faisant ce qu'on appelle aujourd'hui du « *crosspost* ». Des pratiques agressives donc, et des promesses assez ironiques lorsqu'on connaît le futur de l'entreprise.

La pub ciblée arrive rapidement sur le réseau, et qui dit pub ciblée dit forcément captation de données. C'est la phase 1 de la *merdification* : le service commence alors à se dégrader pour les utilisateur-ices. Puis vient l'arnaque des annonceurs, dont les pubs sont mal ciblées, ou pas montrées du tout au public visé. Ainsi en 2018, l'entreprise Procter and Gamble (spécialisée en produits de produits de nettoyage, de pharmacie et d'hygiène) passe de 200 millions de dollars de budget publicitaire à zéro sans effet sur les ventes. Facebook ne diffusait donc pas du tout ses publicités, ou du moins très mal. Enfin, pour les créateur-ices de contenus, les posts contenant des liens sont de moins en moins montrés dans les fils d'actualité afin de privilégier les contenus intégralement disponibles sur Facebook. « FB » devient ainsi hostile aussi aux entreprises : c'est la dernière phase de la *merdification*. Parallèlement Facebook monte son propre *Marketplace* pour concurrencer Craigslist, l'équivalent étasunien du Bon Coin.


Pour l'utilisateur, se rendre sur Facebook en 2026 donne une idée assez précise de l'enfer. On y trouve de temps en temps un post qui nous intéresse noyé entre trois contenus «boostés» (au choix : « blagues » sexistes, racistes ou transphobes) et cinq pubs (dont trois arnaques), le tout publié sans ordre chronologique. Facebook admet d'ailleurs que 10% de ses 160 milliards annuels (!) de revenus publicitaires proviennent de pubs qui sont des arnaques.

L'omniprésence des bots à la fois dans la génération des posts et dans les commentaires donne lieu à des échanges totalement ubuesques (extrait au hasard ci-dessous) :



Excellent , magnifique,une telle grâce à ce cygne .
Félicitations pour la réalisation de ce travail .
J'espère que le jugement sera a le hauteur de votre travail avec une recherche sur des détails sublime
Bonne continuation et à bientôt pour d'autres de vos créations .
je vous fais pleins de bisous face à vos efforts et d'aimer en réalisé de telles beauté. 🍀 🌹 🌸 👍 😊


8 h J'aime Répondre

 **Annie Boivin**
C'est magnifique bravo mademoiselle


GIPHY

Jeu. J'aime Répondre

 **Sébastien Freb** Annie Boivin

 **Anne Marie Barbier**
Magnifique. Bravo



Margot Fleig

Très beau travail continuez
félicitations

Jeu. **J'aime** **Répondre**



Delphine Voussalue Margot Flei...



Nanou Carvalho

Magnifique

Jeu. **J'aime** **Répondre**



Delphine Voussalue Nanou Carv...



Yolande Tournaire

Félicitations respect

Jeu. **J'aime** **Répondre**



Delphine Voussalue Yolande To...



Karrine Entemeyer

Ici la LORRAINE, félicitations
mademoiselle !!! C'est magnifique ...
continuez sur votre lancée.
BRAVO !!!

Jeu. **J'aime** **Répondre**



Sébastien Freb Karrine Entemeyer

Difficile de savoir dans l'échange ci-dessus qui est un bot et qui est un véritable humain.

Le Metaverse

La *merdification* de META atteint son apogée avec l'idée d'un univers virtuel bas de gamme, accessible grâce à un casque de réalité virtuelle hors de prix et consommant une quantité d'électricité ahurissante. Ainsi naît dans le génial esprit de Mark Zuckerberg le Metaverse, qu'il nomme en 2021 le « prochain chapitre pour internet » . Le projet sera finalement jeté aux oubliettes du fait de la concentration des fonds et des regards vers l'IA générative.

Nous ne pouvons finir ce paragraphe sans mentionner le scandale "Cambridge Analytica". Bien avant Trump 2.0, Facebook s'était illustré dans la manipulation politique avec - déjà - Trump. En effet, entre 2014 et 2016, Facebook donne dans la manipulation politique avec ce qui sera appelé, en 2018, à sa révélation, le « Scandale Facebook - Cambridge Analytica ». Cette affaire concerne le siphonnage illégal de la totalité des données de dizaines de millions d'utilisateur-ices de Facebook, avec notamment pour but d'influencer le vote des grands électeurs en faveur de Donald Trump en 2016.

Instagram

En ce qui concerne Instagram, la *merdification* est elle aussi bien avancée. Ce réseau social qui permet de partager des photos et des vidéos est lancé en 2010 et racheté par le groupe Meta en 2012. Jusqu'en 2020, l'utilisateur s'abonnait à des personnes et leurs publications nourrissaient son «fil» de façon chronologique. Il pouvait regarder, « liker », commenter, échanger par messages. La publicité était évidemment présente, mais l'utilisation restait fluide.

Depuis 2020 apparaît l'accès aux «Reels», de petites vidéos courtes en mode portrait (équivalent des « Shorts » Youtube) qui créent un flux parallèle au fil d'actualité des abonnements sur lequel on peut «scroller» pour passer d'un Reel à un autre, en suivant les propositions des algorithmes d'Instagram qui prennent en compte plusieurs éléments : thématiques suivies, comptes monétisés, contenus viraux, temps passé sur de précédents Reels etc.

Désormais, l'utilisateur-ice d'Instagram passe des heures sur des vidéos très courtes qu'il ou elle enchaîne à l'infini. Comme sur TikTok, cette utilisation exacerbée d'Instagram enclenche en boucle le circuit de la récompense, laissant le cerveau éternellement insatisfait.

À cela s'ajoute que le fil d'actualité initialement construit par les abonnements n'est plus du tout chronologique et contient de plus en plus de contenu ajouté par Instagram, et évidemment de plus en plus de publicité avec là encore pléthore d'arnaques. Ce

réseau social est, comme les autres, totalement *merdifié*.

Amazon

Amazon est à ce point l'icône du capitalisme barbare que Todd Lyons, le directeur de ICE, a fait la déclaration suivante le 7 avril 2025 :

« *ICE doit devenir le Amazon Prime des êtres humains.* »

Amazon est connu depuis longtemps pour ses méthodes managériales horribles, son fichage syndical, ses nombreuses entraves au droit du travail. Nous ne pensons pas utile de revenir en détail ici sur ce volet, mais une recherche « *conditions de travail Amazon* » sur un moteur de recherche vous indiquera très rapidement l'ampleur du problème.

Nous nous concentrerons dans ce paragraphe sur la partie ergonomique et fonctionnelle d'Amazon.

Comme pour Google, Amazon est un système fermé qui permet de « verrouiller » très facilement les utilisateur-ices une fois accrochés dans le système, et ce via plusieurs modalités :

Amazon Prime

Avant d'être un service de vidéo à la demande, Prime était surtout une option pour « ne pas payer de frais de port » ou plutôt les payer en avance - car l'abonnement prime est évidemment payant. Une fois les frais de port « avancés » pour une année, difficile pour l'utilisateur de se dire qu'il va se diriger pour son achat vers une autre offre en ligne sur laquelle les frais de port devront être payés en sus.

Kindle et les « liseuses »

Les *ebooks* achetés sur Amazon ne peuvent être consultés que sur des liseuses Amazon, et les liseuses Amazon bloquent de plus en plus les contenus provenant d'autres sources que leur catalogue. Ainsi l'achat d'une liseuse sur Amazon conditionne l'achat des livres lus dessus, et inversement le fait de posséder des *ebooks* Amazon fait monter le « *switching cost* » (« coût » pour changer de mode de consommation et quitter Amazon) car tous nos livres achetés seront perdus en cas de changement pour un matériel non-Amazon.

Le verrouillage des vendeurs

Afin de voir son produit affiché en haut de page lors d'une recherche, il faut payer. Et payer cher. Le premier résultat donné par Amazon est en moyenne 30% plus cher que l'offre la moins chère sur le site (sans doute pour payer en partie les frais de référencement), un business du référencement qui rapporte la bagatelle de 38 milliards

de dollars par an à l'entreprise.

Les producteurs doivent donc monter leurs prix s'ils veulent vendre sur Amazon. Pourtant, on ne trouve pas leurs produits moins chers ailleurs ; c'est à cause du « *most favor nation status* », un élément clé du procès de la commission fédérale contre Amazon, qui force les vendeurs à monter leurs prix partout au même niveau que celui affiché sur la plateforme.

S'ajoutent à cela les frais exorbitants pour être inclus dans Prime, la quasi obligation d'avoir la mention « expédié par Amazon » pour qu'un produit soit en *top list* (service si cher que ses recettes couvrent l'ensemble des frais d'expédition d'Amazon, y compris ceux de ses biens propres). Amazon est bel et bien devenu une seigneurie numérique dans laquelle les vassaux paient cher leur place auprès du seigneur. C'est devenu l'exemple type de ce que Varoufakis appelle le Techno-féodalisme : une fois les producteurs verrouillés dans le système Amazon qui fournit la majorité de leur clientèle, le seigneur Amazon commence à monter ses commissions tout en les forçant à la baisse des prix, ce qui amène de nouveaux clients mais offre aux vendeurs moins de marge par achat.

Le fonctionnement d'un Hub

Amazon est également l'exemple phare de la définition du *hub*, autre phénomène de pourrissement de l'internet. Si, à la base, ces entreprises (Amazon, Cdiscount, Aliexpress etc) achetaient en masse toute sorte de biens pour les revendre depuis leurs entrepôts, désormais elles ne servent plus que d'interface logicielle entre vendeurs et acheteurs.

Un *hub*, en français traduit par « concentrateur », « plateforme » ou « interface », est un simple système de mise en relation entre producteurs et acheteurs. Ainsi Amazon n'est pas le « vendeur » du produit mais simplement l'interface qui permet à l'acheteur de trouver facilement un produit, et au vendeur d'être visible.

En 2025, ces interfaces se présentent parfois comme des entreprises qui fabriquent et expédient elles-mêmes les objets qu'on y trouve : des sites aussi divers que Backmarket ou les sites du groupe Mulliez (Decathlon, LeroyMerlin, Cabesto, Norauto etc) sont devenus des hubs. Les marchandises ne sont pas achetées à ces entreprises, mais à des vendeurs qui paient pour afficher leurs marchandises sur leur site.

Le fonctionnement d'un *hub* est très simple pour le *hub* lui-même mais un casse-tête pour les acheteurs : pour 4 produits différents achetés sur Amazon, deux sont expédiés par Amazon avec les frais de port offerts, le troisième est membre du programme Prime donc expédié dans un colis différent depuis un entrepôt différent mais sans frais de port, et le quatrième demande des frais de port à part et est envoyé d'un troisième endroit.

Ce type de fonctionnement permet également à des entreprises frauduleuses de se monter très rapidement avec une petite mise de départ : on monte boîte de toutes pièces avec un faux papier et une boîte postale, une arnaque sur un produit à la mode, on paie Amazon (ou autre hub de son choix) un petit pactole pour s'assurer d'être en haut des résultats de recherche, on vend quelques centaines de faux objets pour se créer une base de faux avis positifs, on paie quelques sites internet réputés pour des articles promotionnels, on paie Google pour avoir ces articles suggérés dans les articles « d'actualité », et la machine est lancée. Ne reste plus qu'à attendre les ventes en pagaille, à récolter le pactole, puis déposer le bilan de cette boîte qui n'a jamais eu d'existence tangible, et recommencer. Les arnaques sur internet se généralisent de la sorte, avec des marchandises jamais reçues, des contrefaçons, ou encore de la marchandise volée.

Microsoft

Si Bill Gates a longtemps fait figure de personnage maléfique de par ses volontés hégémoniques sur la vie entière des utilisateurs de Microsoft, force est de constater qu'il est aujourd'hui l'un des rares fondateurs de la Big Tech à ne pas courber l'échine devant Trump.

Windows s'est imposé comme le système d'exploitation de la plupart des ordinateurs personnels fixes ou portables (mais pas des smartphones ou des tablettes). L'astuce a été de passer des accords avec les fabricants de machines pour les faire vendre leurs ordinateurs avec Windows déjà installé dessus. Cette pratique, nommée « racketiciel », est même interdite normalement en France. Microsoft a d'ailleurs été condamné par la commission européenne entre 2004 et 2013 à plus de 2 milliards d'euros d'amende pour entrave à la concurrence et pour divers abus de position dominante.

Dans le monde de l'informatique des logiciels propriétaires, on le sait : les nouvelles versions de système d'exploitation entraînent souvent l'achat de nouveaux ordinateurs qui permettent de les exploiter correctement. Celles-ci sont quasiment toujours plus gourmandes en ressources que leur version précédente. En 2025, Microsoft a annoncé la fin du support de Windows 10, rendant presque obligatoire le passage à la version 11. Cette dernière est très vorace et ne peut pas tourner sur bon nombre d'ordinateurs sous Windows 10, alors que ce sont des machines tout à fait correctes qui permettraient encore de travailler. De plus, Windows 11 oblige l'utilisateur à créer un compte Microsoft en ligne. Là encore, on voit une stratégie de captation des utilisateurs et utilisatrices et surtout de leurs données personnels. En 2023, il est révélé que Windows 11 se comporte en *spyware* dès son installation, c'est-à-dire que dès le premier démarrage d'un ordinateur fraîchement installé avec Windows 11, ce dernier envoie des informations personnelles sur les serveurs de Microsoft - alors même que l'utilisateur n'a encore rien fait avec son ordinateur.

Si les versions 10 et 11 de Windows ont été de réelles améliorations notamment concernant la stabilité du système, elles sont venues avec des pubs, des invitations à

suivre la bourse, et désormais à une incitation répétée à utiliser les outils d'IA de Microsoft.

Fait plaisant, l'annonce de la fin du support de Windows 10 s'est soldée par la plus grosse progression d'installation de Linux de toute son histoire. Il n'est jamais trop tard, et nous encourageons à faire cette transition le plus massivement possible.

Et la légalité dans tout ça ?

Une question se pose assez vite à la lecture de toutes ces démarches des plateformes pour *merdifier* leur utilisation : tout cela est-il bien légal ? La réponse est clairement : non.

Non, ce n'est pas légal et tous les AAMAM ont d'ailleurs eu droit à leur grand procès devant le Department of Justice (DOJ) étasunien. Car si les US protègent leurs entreprises à l'international, quelques gardes-fou existent tout de même pour limiter le niveau d'arnaque autorisé sur leur territoire, notamment au niveau des lois « *antitrust* » qui ont pour vocation d'empêcher les monopoles sur le marché. Les lois *antitrust* étaient très fortes à l'issue de la Seconde Guerre Mondiale mais n'ont eu de cesse d'être affaiblies par tous les présidents de Reagan à Trump, Obama compris ; mais pas par l'administration Biden qui au contraire a tenté de resserrer la vis sur la Big Tech (nous développerons cet épisode dans la prochaine partie de cette série).

Microsoft en 1998, Facebook en 2017, Google et Apple en 2024, Amazon un nombre incalculable de fois... le DOJ est coutumier des procès longs et obscurs face aux les géants du Web. La stratégie de ces derniers est toujours la même : profiter des gains énormissimes pour envoyer des armées d'avocats pourrir la procédure, demander le huis clos et interdire au plus possible la fuite des documents, et jouer la montre jusqu'à ce qu'une administration plus clémente prenne le relais.

Une tradition qui remonte d'ailleurs aux années 70 avec le procès d'IBM qui dura 12 ans jusqu'à ce que les poursuites soient presque totalement abandonnées par Reagan, tout comme Microsoft verra son procès caviardé par Bush Jr. en 2001. En 2024, Google et Apple obtiennent des condamnations un peu plus conséquentes qui limitent leur politique de favoritisme ; mais dans le fond, rien ne change.

Pour d'autres exemples de la *merdification*, nous vous conseillons le livre de Cory Doctorow : *Enshittification*, 2025.

Ainsi que cet article qui parle également des smart TV, des enceintes connectées et autres "progrès" du capitalisme tardif : <https://arstechnica.com/gadgets/2025/02/as-internet-enshittification-marches-on-here-are-some-of-the-worst-offenders/>

Merdification et consommation d'énergie

Si le plus gros pic en terme de consommation d'énergie des AAMAM est dû aux IA génératives (+40% depuis 2023, inédit dans l'histoire de l'informatique) et sera donc traité dans un futur article, force est de constater que même avant cela, le fonctionnement global d'internet et de la vie numérique consommait déjà de plus en plus d'énergie.

Quelques exemples à titre illustratif :

- La puissance de nos machines augmente en permanence afin de faire tourner des écrans toujours plus beaux, des applis toujours plus animées et aux paramètres et fonctionnalités de plus en plus nombreuses ;
- La *merdification* de Google et des moteurs de recherche en général qui poussent à multiplier les recherches et donc à consommer d'avantage ;
- L'omniprésence de la vidéo et la recherche de définition d'image toujours plus élevée qui rendent la consommation énergétique d'une application comme Youtube tout simplement aberrante : avant de regarder une vidéo (qui n'est parfois rien de plus qu'un podcast filmé ou une rediffusion Twitch de trois gusses qui discutent sur un canapé), on doit se fader deux pubs en haute définition.
- Les publicités, omniprésentes, sont elles-même source d'une consommation d'énergie souvent oubliée mais très importante. Faire charger la page d'accueil du *Nouvel Obs* avec un bloqueur de pub consommera moins d' 1 Mo, contre quasiment 15 sans bloqueur. **C'est 15 fois plus !**

La massification de l'utilisation d'internet a nécessairement augmenté le nombre de serveurs sur la planète. L'omniprésence de la vidéo, des services *cloud* et le stockage massif d'informations personnelles sont la cause de la multiplication des Data centers. Ces grands centres qui abritent énormément de serveurs sont, bien qu'optimisés pour consommer efficacement l'énergie, un désastre écologique. L'utilisation massive des IAgen ne fait qu'accentuer ce problème.

Enfin l'obsolescence programmée, concept central dans l'économie des outils numérique, fait qu'on est constamment poussé à renouveler notre matériel informatique, et là encore, c'est une catastrophe écologique. Il est souvent dit qu'environ 70-80 % de l'empreinte carbone totale d'un ordinateur provient de sa fabrication.

Pour lire la suite, c'est ici : <https://tendanceclaire.org/article.php?id=2099>

Lucas Battin;Martin Bourrin, le 4 avril 2026