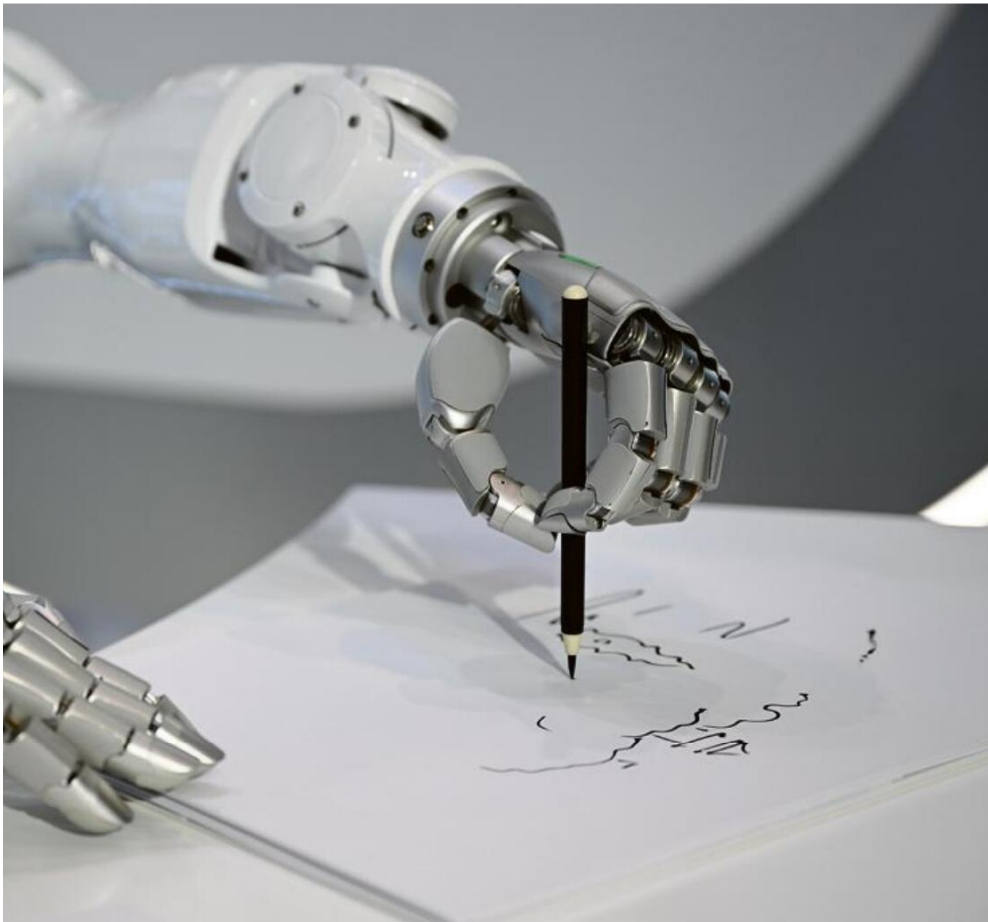




Un robot dessine le paysage du lac de l'Ouest lors de la 5^e édition du Salon mondial du commerce numérique, le 20 septembre 2026 à Hangzhou, en Chine.

PHOTO CHINA NEWS SERVICE .
GETTY IMAGES

se propose plutôt de comprendre les promesses de la tech comme un phénomène discursif : si n'importe qui peut affirmer qu'il y aura demain une énergie propre et abondante, certains *hype* ont plus de poids que d'autres. L'homme le plus riche du monde (Elon Musk, talonné par Jeff Bezos, le fondateur d'Amazon), ou des entrepreneurs au réseau bien développé, qui bénéficient d'une plus forte surface médiatique, auront une capacité plus prononcée à entretenir la hype. Mais *«la hype est un phénomène social, insiste Jascha Bareis : vous ne pouvez pas la créer seul. Vous avez besoin de l'enthousiasme d'investisseurs comme le capital-risque, du soutien de l'Etat, de l'adhésion d'une partie de la presse, etc»*.

Gagnants et perdants. Pour mener à bien l'étude de la hype, les deux chercheurs ont créé une boîte à outils pour s'initier à ce champ de recherche. Les méthodes se concentrent autour d'une ligne directrice : comprendre, et faire comprendre, qui seraient les gagnants et les perdants des technologies présentées. Cette interrogation permet aussi de comprendre quelles annonces visent principalement les investisseurs et, surtout, lesquelles visent à inciter ceux qui comprennent le moins ce qu'il se passe à sauter dans le train en marche. Pour devenir un bon critique de la hype, les universitaires proposent une question d'une simplicité presque déconcertante : quels problèmes résout l'IA ? *«OpenAI se présente comme une entreprise fascinante et innovante, note Jascha Bareis. Mais quels problèmes structurels résout ChatGPT dans ma vie?»* En constituant ce champ, les deux chercheurs espèrent identifier qui a la possibilité de parler aux publics qui comptent, analyser les réseaux, et identifier les annonces qui enflamment les marchés.

Bien sûr, il ne suffira pas de pointer les contradictions dans les discours pour souffler le château de carte : la croyance générale dans les progrès de la technologie nous est fermement chevillée au corps, observent les chercheurs. Surtout, parler des errances des patrons de la Silicon Valley continue de les faire exister dans le discours public et, dans l'économie de l'attention, *all press is good press*. *«In fine, il s'agira donc moins d'une déconstruction de la hype que de la construction d'un futur dé-hypé»,* anticipe Jascha Bareis.

Se livrer à une exégèse des gourous de la tech n'a pas qu'une vocation théorique : elle pourrait aussi permettre de reconsidérer certaines orientations politiques prises à l'échelle des Etats. *«La hype crée l'illusion d'une fenêtre d'opportunité qui se ferme rapidement, ce qui engendre une urgence à agir. Cela pousse décideurs et investisseurs à prendre des décisions vite, sans réfléchir longtemps»,* observe Andreu Belsunces Gonçalves. C'est en alertant sur le risque de perdre la *«course à l'IA»* contre la Chine que les entreprises américaines parviennent à persuader la Commission européenne, et avec elle la France, de tout miser sur l'IA. Quitte à ouvrir grand leurs portes à des acteurs américains, à réduire la souveraineté européenne à peau de chagrin, et à remettre les questions de modèle technologique à adopter. Mieux comprendre comment tout ceci s'organise invite à garder la tête froide et mesurer un peu notre enthousiasme.

NICOLAS CELNIK

La hype de la tech décryptée par la science

Quels problèmes résout l'intelligence artificielle dans nos vies ? Des chercheurs ont créé une nouvelle discipline scientifique pour décoder «l'enthousiasme technologique» et démêler le vrai du faux dans les promesses technologiques.

C'est un paradoxe qu'on n'arrive pas à démêler : les promesses des géants de la tech (qui assurent, pour le résumer, qu'on vivra riches sur Mars un millier d'années, conseillés par une intelligence artificielle omnisciente qui carbure à l'hydrogène vert) sont sans cesse contredites par les faits (cyberattaques, destructions d'emplois, impact environnemental...). Et pourtant, leur parole continue d'exercer la même fascination : le moindre tweet d'Elon Musk est disséqué avec une ferveur talmudique, et même quand Dario Amodei d'Anthropic et Sam

Altman d'OpenAI sont d'accord pour ralentir sur l'IA, rares sont les représentants politiques en France, en Europe ou aux Etats-Unis pour remettre en cause la «course à l'IA» dont on connaît moins l'objectif que le coût. Décidés à ne pas laisser ce mystère s'épaissir, une poignée de chercheurs se sont réunis pour créer une nouvelle discipline scientifique : l'étude de la hype – qu'on pourrait traduire par «l'enthousiasme technologique». *«La hype, c'est une dynamique qui anticipe une création de valeur dans le futur grâce à la technologie ; elle ne fonctionne pas comme une prédiction, mais comme un outil de pouvoir consciemment construit et entretenu, qui fonctionne au travers des mécanismes de l'économie de l'attention»,* explique Jascha Bareis. L'histoire commence en 2022 quand ce docteur en sciences politiques à l'université de Fribourg organise une présentation pour définir des méthodes académiques pour démêler le vrai du faux dans les annonces grandiloquentes des acteurs de la technologie. C'est un bide : la salle n'est qu'à moitié remplie, et l'enthousiasme de la communauté scientifique modéré.

«Deux ans plus tard, on organise une présentation similaire à Barcelone ; cette fois, la salle est bondée, et les discussions intenses», se rappelle Andreu Belsunces Gonçalves, sociologue de la technologie et compère de Jascha Bareis depuis lors. Les deux universitaires réunissent un groupe, définissent un programme de recherche, commencent à envoyer des communications à travers différents pays d'Europe – nous sommes fin 2024, et les études de la hype sont officiellement nées.

Train en marche. *«La hype simplifie la manière dont la technologie est perçue, et comment elle marche, observe Andreu Belsunces Gonçalves. Cela permet à ses promoteurs d'exagérer ce que peuvent les innovations, de minorer ce qu'elles ne peuvent pas faire, et de passer sous silence tous ses effets négatifs comme les impacts sociaux et environnementaux.»* On connaissait déjà le techno-solutionnisme, cette tendance à penser que nos problèmes sociaux pourront tous être résolus par une bonne dose d'innovation, sans remettre en question le mode de fonctionnement de la société. L'étude de la hype technologique