LARA ABDEL HALIM[1]
i3-CRG, École polytechnique, CNRS, Institut polytechnique de Paris ; Artefact Research Center

CÉCILE CHAMARET
i3-CRG, École polytechnique, CNRS, Institut polytechnique de Paris

Ange ou démon ?

Représentations sociales de l'IA chez les professionnels du secteur des services

Cette recherche explore les représentations sociales de l'intelligence artificielle (IA) dans les services en France, grâce à la théorie du noyau central et au concept d'implication personnelle. Cent cinquante professionnels ont été interrogés en recourant à la méthode d'association libre. Les résultats révèlent des perceptions contrastées selon le degré d'implication en IA et des valences attitudinales parfois opposées. Les plus impliqués mobilisent une rationalité instrumentale, axée sur les fonctionnalités de l'IA et la projetant dans un futur stratégique. Les moins impliqués expriment une rationalité sociale, marquée par des éléments normatifs et une temporalité réactive centrée sur des gains d'efficacité immédiats. Cette divergence redéfinit l'enjeu managérial, qui ne consiste plus à mieux intégrer l'IA en surmontant la résistance, mais bien à arbitrer les rationalités pour décider souverainement et collectivement de la pertinence de l'outil.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

DOI:10.1684/rfg.2026.121 © 2026 JLE. Tous droits réservés

1. Autrice correspondante : lara.abdel-halim@polytechnique.edu

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Depuis plus d'une décennie, l'intelligence artificielle (IA) s'impose dans des domaines tels que l'automatisation des processus, la détection des anomalies, la personnalisation de l'expérience client ou encore l'analyse prédictive des besoins des consommateurs (Huang et Rust, 2018), entraînant ainsi des transformations profondes des pratiques professionnelles dans le service des secteurs.

Les représentations sociales jouent un rôle fondamental dans l'appréhension et l'adoption potentielle des technologies émergentes telles que l'IA (Abric, 2011 ; Brondi *et al*., 2021). L'IA, définie comme l'incorporation de l'intelligence humaine dans des systèmes mécaniques *via* des innovations technologiques (Bohr et Memarzadeh, 2020), suscite des réactions variées, de l'enthousiasme (gains de productivité, disparition des tâches répétitives…) à l'appréhension (disparition de certains types d'emplois) (Cave et Dihal, 2019). Ces perceptions façonnent non seulement les attentes, mais aussi les comportements individuels, influençant ainsi la trajectoire d'adoption de l'IA dans les secteurs où son implantation s'accélère (Zouinar, 2020). Comme le suggèrent Wagner *et al*. (2002), l'appropriation de nouvelles technologies passe souvent par une phase où les individus compensent leur manque de familiarité scientifique en utilisant des représentations collectives.

Dans le secteur des services, l'IA provoque une rupture significative, modifiant les interactions et l'organisation des processus (Bock *et al*., 2020). Elle influence les décisions des consommateurs, la perception de la qualité des services et la productivité des entreprises (Van Doorn *et al.,* 2017 ; Wirtz *et al*., 2021). Huang et Rust (2018) proposent une taxonomie quadripartite de l'IA dans ce domaine : l'IA mécanique, caractérisée par l'automatisation de tâches répétitives et précises, exemplifiée par les systèmes de commande automatisés dans la restauration rapide ; l'IA analytique, fondée sur l'apprentissage systématique à partir de données pour fournir des prédictions, illustrée par les dispositifs de détection de fraudes bancaires ; l'IA intuitive, reposant sur l'apprentissage profond pour la génération de contenu créatif, tels que les outils d'assistance à la rédaction publicitaire ; et l'IA empathique, axée sur l'apprentissage expérientiel et émotionnel, incarnée par les agents conversationnels avancés dans le service client. Chacune de ces catégories d'IA induit une transformation singulière des services soulevant des interrogations quant aux répercussions sur les interactions humaines dans ce secteur (Huang et Rust, 2018).

L'intérêt croissant pour l'IA, en comparaison d'autres technologies moins médiatisées, pose la question de l'écart entre les attentes qu'elle suscite et ce que la technologie pourra effectivement réaliser (Grodal *et al*., 2024). L'IA peut être considérée comme un outil pour améliorer les capacités humaines, minimiser les erreurs et automatiser les tâches répétitives, particulièrement dans les secteurs de services essentiels (Wamba *et al*., 2023). L'IA est également perçue comme un catalyseur pour la création d'emplois dans l'industrie 4.0 et la réindustrialisation européenne (Barcellini *et al*., 2024). Par ailleurs, elle pourrait aussi aider à pallier la pénurie de main-d'œuvre, surtout face au vieillissement démographique, comme en témoigne le modèle de société 5.0 au Japon (Welply, 2022). Cependant, Barcellini *et al.* (2024)

notent que ces attentes restent largement non réalisées dans de nombreux domaines, soulignant l'écart entre le potentiel perçu et la mise en œuvre effective de l'IA. Malgré cela, l'adoption de l'IA dans les entreprises a progressé significativement, passant de 20 % en 2017 à 65 % en 2024 (McKinsey, 2024). Cette adoption rapide est souvent motivée par des mécanismes de mode managérial, de mimétisme et la peur de manquer des opportunités d'innovation, parfois au détriment d'une compréhension complète des enjeux associés (Cave et Dihal, 2023).

Les limites de l'IA apparaissent clairement lorsqu'il s'agit de traiter des données implicites en dehors de son champ d'application spécifique, soulevant des questions d'opacité et de transparence (Vuarin et Steyer, 2023). Par ailleurs, des biais et des discriminations sont également observés dans diverses applications de l'IA, telles que la reconnaissance faciale, la reconnaissance vocale et les moteurs de recherche (Howard et Borenstein, 2018), renforçant les inégalités sociales (Zou et Schiebinger, 2018). Ces limites soulignent que l'efficacité de l'IA dépend largement des conditions de son intégration dans les pratiques professionnelles et de la confiance accordée par les utilisateurs. Un manque de compréhension et de confiance envers l'IA peut nuire au bien-être des employés, affecter leur sentiment de sécurité et altérer la perception de la vie privée (Jiang *et al*., 2022). Ainsi, ses potentialités dépendent non seulement de ses capacités techniques, mais aussi de la manière dont son intégration est perçue et de la manière dont elle est utilisée au sein des organisations.

Problématique et question de recherche

La coexistence d'attentes élevées et de préoccupations croissantes autour de l'IA crée des tensions, rendant nécessaire une analyse fine des perceptions, attentes et appréhensions des utilisateurs professionnels (van der Waa *et al*., 2021). Les représentations sociales offrent un cadre idéal pour comprendre comment les individus et les groupes donnent du sens à cette technologie, au-delà de ses caractéristiques techniques. En influençant les attitudes et les comportements, elles jouent un rôle central dans l'acceptabilité, l'appropriation et la mise en œuvre organisationnelle. Ainsi, elles permettent d'anticiper les résistances et les leviers d'adoption, et d'ajuster en conséquence les stratégies managériales.

Cette recherche propose ainsi d'analyser la formation des représentations sociales de l'IA chez les professionnels des services en France, à partir de deux cadres complémentaires : la théorie du noyau central (Abric, 1994) et le concept d'implication personnelle (Rouquette, 1997), permettant d'éclairer l'influence de cette dernière sur leur construction (Demarque *et al*., 2011).

L'approche de Rouquette (1997) sur l'implication personnelle offre une perspective innovante en sciences de gestion, dépassant la vision pertinence-intérêt et la vision produit proposées par Strazzieri (1994). Notre recherche permet ainsi d'examiner la relation psychosociale complexe entre les professionnels et l'IA dans leur contexte de travail. Elle met en lumière l'interaction dynamique entre les représentations sociales de l'IA et l'implication personnelle des professionnels, créant

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

ainsi un processus itératif de construction de sens autour de l'IA dans un contexte professionnel.

La question de recherche qui guide cette recherche est la suivante : Quelles sont les représentations sociales de l'intelligence artificielle par les employés du secteur des services en France ? Comment ces représentations varient-elles en fonction de leur degré d'implication personnelle ?

Contrairement à la majorité des travaux existants sur l'IA dans les services, qui se concentrent généralement sur la perspective du client (Jörling *et al*., 2019 ; Mende *et al*., 2019), notre recherche se concentre sur la représentation des employés. En analysant la formation et l'évolution de ces représentations à travers la théorie du noyau central et des éléments périphériques, l'étude offre un éclairage nouveau sur la perception de l'IA au sein des organisations.

I – REVUE DE LITTÉRATURE

1. La théorie des représentations sociales

La théorie des représentations sociales, développée initialement par Moscovici (1961), offre un cadre conceptuel pour comprendre comment les individus et les groupes construisent et partagent leur compréhension du monde social. Pour appréhender ce concept, deux définitions complémentaires sont particulièrement éclairantes.

Abric (1994, cité par Abric 2011) définit une représentation sociale comme : « Un ensemble organisé et structuré d'informations, de croyances, d'opinions et d'attitudes » qui forme un système sociocognitif particulier dont la structure (l'organisation) et le contenu peuvent expérimentalement être mis en évidence par l'approche structurale » (p. 82). De son côté, Jodelet (1989) souligne les quatre fonctions principales des représentations *socialesy* : le savoir, l'orientation et la justification des pratiques, ainsi que la fonction identitaire. Elle les définit comme « une forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et contribuant à la construction d'une réalité commune au sein d'un groupe social » (p. 53). Enfin, la formation des représentations sociales repose sur deux processus fondamentaux, l'objectivation et l'ancrage (Moscovici, 1961). L'objectivation transforme les concepts abstraits en éléments concrets, simplifiant ainsi l'environnement social, tandis que l'ancrage intègre la nouvelle représentation dans les schémas cognitifs existants. Un rôle central est attribué à un troisième processus, la communication.

Approche structurale des représentations sociales : théorie du noyau central

Selon la théorie d'Abric (1994), une représentation sociale se structure autour d'un noyau central, caractérisé par sa stabilité, sa composition restreinte en éléments souvent liés à des valeurs et des normes, ainsi que par sa nature consensuelle. Ce noyau présente une cohérence interne et une résistance au changement contextuel. Si des éléments constitutifs du noyau central sont remis en question, la représentation sociale dans son ensemble est également affectée. De ce noyau central émergent deux fonctions majeures : une fonction génératrice, définie par Abric (1988, cité par Abric, 2003a, p. 215) qui donne sens aux éléments, et une fonction organisatrice,

agissant comme l'élément unificateur et stabilisateur de la représentation.

Abric (1994) suggère par ailleurs l'existence d'une dimension fonctionnelle/normative. La dimension fonctionnelle oriente les comportements en définissant les « pratiques légitimes » à adopter face à l'objet représenté. Cette dimension influence davantage le système central chez les individus ou les groupes ayant une pratique et une expérience accumulée par rapport à l'objet de la représentation sociale. En l'absence de pratiques, le système central peut être dominé par des éléments normatifs, mettant en avant les normes, les stéréotypes et les attitudes fortement marqués dans la société (Abric, 2011, p. 30).

La représentation sociale intègre des éléments périphériques qui entourent le noyau central et qui permettent des ajustements superficiels sans remettre en cause l'ensemble de la représentation (Flament, 2003). Généralement, ces éléments périphériques sont les premiers à subir des modifications, telles que l'intégration de nouveaux éléments ou l'absorption d'éléments contradictoires (Abric, 2003b). Contrairement au noyau central, le système périphérique contient des connaissances instables, individuelles et hétérogènes, sensibles au contexte immédiat. En d'autres termes, il adapte les représentations en fonction des situations et des groupes, jouant un rôle essentiel dans la détection des transformations futures de la représentation sociale.

2. L'implication personnelle dans la représentation sociale

L'implication personnelle, selon Rouquette (1997), désigne le lien entre l'individu et l'objet, et joue un rôle central dans les représentations sociales, considérées par Abric (1994) comme des « guides pour l'action ». Cependant, bien qu'elles orientent les pratiques collectives, elles ne suffisent pas à expliquer pleinement leur traduction dans l'action individuelle (Demarque *et al*., 2011). Les pratiques sociales, élaborées au niveau groupal, s'appuient sur des processus individuels qui nécessitent d'être éclaircis. L'implication personnelle, en tant que variable médiatrice, est essentielle pour comprendre comment les représentations sociales se concrétisent dans les actions individuelles et comment ces actions, à leur tour, influencent les représentations (Valence et Roussiau, 2014). Cette implication est étroitement liée à l'appartenance sociale de l'individu dans le groupe, à sa position économique et symbolique, ainsi qu'à ses relations immédiates avec sa communauté (Rouquette, 2006, cité par Ernst-Vintila, 2016).

Conceptualisée par Rouquette (1980, 1997, cité par Lo Monaco *et al*., 2013), l'implication personnelle se caractérise par trois dimensions interdépendantes : l'identification à l'objet, sa valorisation, et la capacité d'action perçue. Ces dimensions sont axées sur la réflexion socio-cognitive des individus, et donc subjectives. Elles déterminent si les individus estiment pouvoir agir dans une situation donnée, indépendamment de leur capacité réelle à le faire (Guimelli et Abric, 2007). Une dimension supplémentaire est ajoutée au modèle de Rouquette par Guimelli et Abric (2007) et Lo Monaco *et al.* (2013) et porte sur le niveau de connaissance de l'objet par les individus qui peut varier considérablement entre les individus.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Rouquette (1997) distingue aussi l'implication circonstancielle, contextuelle et réactive, de l'implication culturelle, plus stable, issue de significations partagées. Cette dernière façonne durablement les attitudes et les comportements envers un objet donné et favorise une projection à long terme (Demarque *et al*., 2011).

3. Les enjeux d'une compréhension des représentations sociales dans le secteur des services

Sources et ancrage des représentations de l'IA

En tant qu'innovation technologique et scientifique, l'IA possède les caractéristiques propices à l'émergence de représentations sociales (Moliner, 1993). Brondi *et al*. (2021) identifient trois dynamiques clés influençant la représentation sociale de l'IA : une exposition individuelle croissante qui facilite son appropriation (McLean et Osei-Frimpong, 2019 ; Rese *et al*., 2020), une adaptation des usages en fonction des contextes professionnels et culturels, ainsi qu'un débat public alimentant des attitudes ambivalentes, notamment dans le cadre professionnel, où les bénéfices perçus entrent en tension avec les risques potentiels (Burton *et al*., 2020).

Dans le contexte de l'adoption de l'IA en entreprise, les représentations sociales jouent un rôle déterminant en influençant les attitudes des employés et des décideurs face à ces technologies, conditionnant leur intégration et leur appropriation. Ferguson (2019) identifie trois configurations discursives majeures. La première, celle de l'« employé remplacé », traduit la crainte d'une substitution par la machine. La deuxième oppose l'« employé augmenté », dont les capacités sont optimisées par l'IA, à l'« employé dominé », réduit à un rôle d'exécutant sous contrôle algorithmique. Cette dualité interroge la répartition du pouvoir et l'autonomie des travailleurs face aux décisions automatisées. Enfin, la troisième configuration, celle de l'« employé réhumanisé », met en avant l'IA comme un levier de valorisation des compétences proprement humaines, recentrant le travail sur la créativité et l'intelligence émotionnelle.

Ces représentations soulignent que l'IA n'est donc pas seulement une avancée technologique, elle s'inscrit dans un phénomène social et culturel, façonné par des perceptions collectives et des enjeux stratégiques dépassant la seule dimension technique.

Implication psychosociale et attitudes envers l'IA

Les représentations sociales et les attitudes envers l'IA dépendent de l'implication psychosociale des utilisateurs, façonnée par des facteurs tels que l'identification perçue, la proximité, la valorisation sociale, le contrôle ressenti, la familiarité, ainsi que les caractéristiques de la technologie. Les résistances, qu'elles soient fonctionnelles, psychologiques ou individuelles, modulent les interactions avec l'IA et la manière dont elle est perçue (Chamaret *et al*., 2020 ; Mani et Chouk, 2018 ; Rese *et al.,* 2020). Dans les services, la perception de l'IA repose notamment sur les notions de « chaleur » et de « compétence », essentielles à la confiance (Flavián et Casaló, 2021 ; Yoon et Lee, 2021). L'apparence humanoïde et la proximité physique des robots favorisent l'empathie, mais un excès d'humanisation peut générer un malaise, la « vallée de l'étrange » (Brondi *et al.,* 2021 ; Shum

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

et al., 2024). Ce paradoxe est particulièrement visible avec les robots et *chatbots* : plus ils sont anthropomorphes, plus ils suscitent des inquiétudes liées à la vie privée, tandis qu'un design plus neutre renforce la perception de contrôle (Kim *et al.,* 2024).

La transparence algorithmique, en clarifiant les logiques de personnalisation et de traitement des données, contribue à atténuer ces craintes. Par ailleurs, la familiarité avec l'IA, qu'elle provienne d'une expérience directe ou médiatique, joue un rôle clé dans sa perception. Une expérience directe avec ces technologies peut atténuer les peurs amplifiées par la science-fiction (Horstmann et Kramer, 2019 ; Liang et Lee, 2017).

Par ailleurs, l'étude comparative de Shin (2021) montre que la perception de l'IA varie selon les contextes culturels : en Corée du Sud, pays à forte adoption technologique, les utilisateurs valorisent la performance (précision, utilité, efficacité), tandis qu'aux États-Unis, la méfiance est plus marquée, centrée sur les enjeux éthiques comme la transparence, l'équité et les biais algorithmiques. Les utilisateurs américains recherchent davantage de garanties sur les processus de sélection des informations, influencés par des régulations plus strictes en matière de protection des données. Ces contrastes soulignent l'influence des facteurs culturels et psychosociaux sur l'acceptation de l'IA, et l'importance d'approches comparatives (Shin et Park, 2019).

II – OBJECTIFS ET HYPOTHÈSE DE LA RECHERCHE

À partir de la littérature antérieure mettant en évidence la relation entre l'implication personnelle (notamment l'identification perçue, la valorisation sociale, le contrôle perçu et la familiarité), et les représentations sociales, cette recherche propose une analyse globale et comparative des représentations sociales de l'IA selon l'implication personnelle des employés dans le secteur des services.

Pour ce faire, nous mobilisons l'approche structurale des représentations sociales, où deux représentations sont distinctes si leurs noyaux centraux diffèrent.

Nous faisons l'hypothèse que l'IA donne lieu à des représentations sociales diversifiées en fonction du niveau d'implication des individus. Ainsi, les personnes fortement impliquées dans le domaine de l'IA tendraient à développer une représentation plus approfondie et en adéquation avec les savoirs scientifiques et techniques. Cette divergence pourrait se traduire par des différences au niveau du noyau central, conduisant à des attitudes variées à l'égard des avantages et des risques liés à l'IA, dans un cadre professionnel.

III – MÉTHODOLOGIE

Un questionnaire quantitatif en trois volets (représentation sociale, implication personnelle à l'IA, données sociodémographiques) a été diffusé via LinkedIn ainsi que des envois directs aux entreprises, accompagné d'un formulaire signé par les participants, garantissant l'anonymat de leurs réponses et un usage strictement scientifique de celles-ci.

Les caractéristiques de l'échantillon

L'échantillon se compose de 150 participants, une taille cohérente avec la

littérature sur les représentations sociales (Zouhri et Rateau, 2015 ; Renard *et al.,* 2012). Elle permet de dépasser largement le seuil des 50 individus par groupe, condition essentielle pour garantir la robustesse des analyses statistiques et la validité des résultats obtenus.

Concernant les secteurs d'activité, les répondants proviennent principalement des services aux entreprises (28,67 %) et de l'informatique (25,33 %), suivis par la banque/assurance (9,33 %) et la santé (4,0 %). Le commerce, le tourisme et le transport demeurent moins représentés.

Enfin, la majorité des participants se déclarent au moins assez familiers avec l'IA, et plus de la moitié ont déjà suivi une formation dans ce domaine. L'usage quotidien ou fréquent de l'IA est courant, indépendamment du niveau d'implication personnelle. Toutefois, un niveau d'implication plus élevé est souvent associé à une expertise, une formation à l'IA ou une pratique régulière.

Questionnaire de la représentation sociale de l'IA

Nous avons privilégié la méthode de tâche d'association libre (Vergès, 1992) pour explorer les significations spontanées que les participants attribuent à l'objet de représentation. Recommandée par Abric (1994), elle révèle les catégories cognitives, leurs organisations, ainsi que des perceptions inconscientes et des mécanismes d'approbation sociale (Amerio et De Piccoli, 1989, cité par Roussiau et Valence, 2013). Contrairement aux questionnaires ou entretiens, elle minimise les biais d'interaction avec la perspective du chercheur et capture des perceptions authentiques, spontanées et autonomes, offrant ainsi une approche ascendante, ce qui la rend particulièrement adaptée à notre recherche (Aeschbach *et al*., 2024). Cette méthode consiste à demander à un échantillon d'individus de mentionner tous les éléments qui leur viennent à l'esprit à l'évocation d'un terme inducteur. Les participants étaient invités à faire un effort cognitif pour se positionner en situation professionnelle et devaient par la suite associer au moins cinq mots ou expressions à l'inducteur : « Intelligence artificielle ».

Dans un second temps, les participants devaient évaluer la valence de chaque mot cité sur une échelle de Likert en cinq points (allant de 1 = « très négatif » à 5 = « très positif »). Cette évaluation permet de déterminer l'orientation attitudinale des croyances associées des participants (Eagly et Chaiken, 1993).

Échelle de l'implication personnelle à l'IA

L'élaboration de l'échelle d'implication personnelle à l'IA s'appuie sur les travaux antérieurs de Rouquette (1997) et de Guimelli et Abric (2007). Pour assurer sa pertinence dans un contexte francophone, une relecture en double aveugle des items a été menée par plusieurs experts travaillant dans des entreprises françaises et des chercheurs spécialisés en sciences de gestion et en IA, sans communication entre eux pour éviter les biais. Ensuite, une analyse factorielle exploratoire sur les 20 items a été réalisée pour élaborer un modèle parcimonieux, satisfaisant les critères tels que l'indice de sphéricité de Bartlett (χ^2 (91, N = 160) = 774, $p < 0{,}001$) et l'indice KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) avec une valeur de 0,81, indiquant des corrélations entre les

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

items de bonne qualité. L'analyse a identifié onze items pertinents répartis en quatre facteurs. Le premier facteur, « Contrôle perçu », comprend des items tels que « Je suis préoccupé(e) par le risque que l'intelligence artificielle devienne incontrôlable. » Le deuxième facteur, « Identification perçue », inclut des items comme « Je suis impatient(e) de découvrir les nouvelles applications de l'IA et de les expérimenter. » Le facteur « Connaissance perçue » est représenté par des items tels que « Je suis capable de comprendre les principes de base du fonctionnement de l'IA. » Enfin, le facteur « Valorisation sociale » contient des items comme « Je pense que la valorisation de l'IA passe par une appropriation collective des enjeux qui lui sont liés. »
Ces quatre facteurs expliquent ensemble 51,1 % de la variance. La cohérence interne de l'échelle globale ainsi que de ses dimensions est considérée comme acceptable, avec des coefficients alpha de Cronbach allant de 0,65 à 0,84. Pour évaluer la validité interne, les coefficients de corrélation entre les facteurs ont été calculés, mettant en lumière des corrélations positives et significatives (r allant de 0,24 à 0,66, $p < 0,001$), confirmant la pertinence du construit agrégeant les quatre dimensions de l'échelle.

IV – RÉSULTATS

1. Les résultats de l'étude globale

Analyse prototypique

Les participants ont été classés en deux catégories : « impliqués » et « non impliqués » dans l'intelligence artificielle, selon leur score médian sur l'échelle d'implication personnelle. Nous avons choisi des tests non paramétriques, adaptés aux données n'ayant pas une distribution normale (Shapiro-Wilk, $W = 0,9586$, $p < 0,05$) et robustes face à des tailles de groupes inégales. Le test de Mann-Whitney U a révélé une différence significative entre les groupes « impliqué » et « non impliqué », avec des scores plus élevés pour le groupe « impliqué », permettant une analyse comparative.
Les données ont été analysées à l'aide du logiciel EVOCATION 2003, qui classe les termes en fonction de leur fréquence et de leur rang moyen, générant un tableau à quatre cases. Dans le tableau 1, la case supérieure gauche représente le noyau central de la représentation, regroupant les termes les plus saillants et significatifs (rang faible et fréquence élevée). Les cases supérieure droite et inférieure gauche (fréquence élevée et rang élevé/rang faible et fréquence faible) reflètent des zones périphériques actives ou des zones potentielles de changement, tandis que la case inférieure droite (fréquence faible et rang élevé) englobe les termes moins cités, correspondant à la périphérie extrême de la représentation (Jeoffrion, 2009).

Représentation sociale de l'IA de la population générale

Nous avons obtenu avec l'évocation « Intelligence artificielle » sur l'ensemble des sujets ($n = 150$), un corpus de 758 mots dont 316 différents, avec une moyenne de 5,05 évocations par personne. Ainsi, 36 mots ont été retenus dans le prototype du fait de leur attribut statistique (fréquence × rang). La fréquence minimale retenue est

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Tableau 1 – Analyse prototypique des représentations sociales de l'IA dans la population générale (n=150)

	Rang moyen < 2,5			**Rang moyen > = 2,5**		
Fréquence > = 10	ALGORITHME	10	1,900	AUTOMATISATION	35	2,583
	CHATGPT	18	2,167	DATA	17	2,526
	EFFICACITÉ	15	2,333	GENERATIVE	11	2,727
	FUTUR	22	2,409	INNOVATION	19	2,524
	MACHINE_LEARNING	17	2,056	LLM	10	3,000
	PRODUCTIVITE	11	1,909	RAPIDITÉ	14	3,214
	ROBOT	30	2,125	RISQUE	11	4,273
				TECHNOLOGIE	12	2,750
Fréquence < 10	AUTOMATIQUE	6	2,333	AIDE	7	3,286
	OPTIMISATION	6	2,333	ASSISTANCE	8	2,667
				BIAIS	9	3,778
				BIG_DATA	5	3,000
				CHANGEMENT	7	3,429
				CREATION	5	2,600
				CREATIVITE	5	3,800
				DANGER	7	3,714
				ETHIQUE	5	3,600
				GAIN_DE_TEMPS	4	2,600
				MATHÉMATIQUES	7	3,143
				NEURONE	5	2,800
				OPPORTUNITÉ	7	3,714
				OUTIL	6	3,500
				PERFORMANCE	5	2,800
				PROGRÈS	8	3,125
				REVOLUTION	8	4,125
				STATISTIQUES	9	3,000
				TRANSFORMATION	8	3,875

de 5, la fréquence intermédiaire est de 10 et le rang moyen est de 2,5 (*cf.* tableau 1).

Le noyau central des représentations sociales de l'IA révèle une structuration en tension. D'une part, des termes comme méthodes algorithmiques, productivité et efficacité soulignent la vision utilitaire de l'IA, perçue comme un outil d'optimisation des performances et de transformation des processus. D'autre part, les termes Futur et Robot traduisent des attentes de progrès, mais aussi une réserve vis-à-vis des répercussions, le terme Robot étant perçu de manière négative à neutre. La forte présence de ChatGPT indique une appropriation marquée, tandis que d'autres formes d'IA sont absentes du noyau central, suggérant une résistance ou une abstraction de celles-ci. Les éléments périphériques actifs offrent une perspective plus nuancée, sensible au contexte et aux usages immédiats. Des termes comme « automatisation », « générative », « innovation », « rapidité » et « optimisation » soulignent son dynamisme et son potentiel de transformation. D'un autre côté, des termes comme « data », « LLM » et « technologie » mettent en évidence son caractère technique. Le terme « risque » souligne la perception de dangers liés à l'IA. Ainsi, cette analyse révèle une perception ambivalente de l'IA, entre efficacité et risques perçus.

Les aspects les plus marginaux et controversés sont mis en lumière par les éléments de sa périphérie extrême. L'IA est perçue à la fois comme moteur de progrès et source d'opportunités grâce aux mathématiques et aux statistiques, mais aussi comme une source de préoccupations éthiques et de biais. Leur position marginale indique qu'ils n'ont pas encore une influence structurante sur les représentations de l'IA dans le milieu professionnel.

Analyse catégorielle

Le regroupement catégoriel présente l'avantage de considérer la quasi-totalité des évocations et de révéler des relations significatives offrant ainsi des clés d'interprétation plus riches qu'une analyse prototypique (Jeoffrion, 2009).

Quatre thèmes émergent (tableau 2) : l'IA capacitante, l'IA en tant que technologie, l'IA en tant que facteur de risque et d'impact et l'IA en tant qu'objet de culture populaire.

IA capacitante (45,6 % des mots, 50,3 % des occurrences, 53,9 % de la fréquence)

Dans ce thème, l'IA est perçue comme simplifiant les activités quotidiennes et le processus décisionnel, s'adaptant aux besoins des utilisateurs et des contextes opérationnels. Elle est vue comme un complément aux capacités humaines, améliorant les performances, favorisant la communication, stimulant l'innovation et accélérant l'évolution, tout en automatisant les tâches répétitives et augmentant la productivité. Elle ouvre également de nouvelles perspectives de transformation professionnelle.

Technologie (15,5 % des mots, 22,8 % des occurrences, 65,4 % de la fréquence)

Ce thème couvre les modèles d'apprentissage de l'IA (supervisé, non supervisé, par renforcement) et ses domaines d'application. Il se concentre également sur les aspects techniques nécessaires à la conception et au déploiement de l'IA, notamment

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Tableau 2 – Analyse catégorielle des représentations sociales de l'IA

Thème	Sous-thèmes	Mots
Thème 1 : IA capacitante	Accessibilité et utilité	Accessible, accompagnement, aide, aide à la décision, assistance, avantages, commodité, facile, facilitation, facilitateur, opérationnelle, pratique, support numérique, synthèse, utilité
	Adaptation et flexibilité	Adaptation, agilité, dynamique, flexibilité, fluidité, ouverture, personnalisation, simplification
	Capacités humaines et intelligence	Employé augmenté, fonctions cognitives, humain augmenté, illimité, intelligence, puissance calcul, humanoïde
	Communication et interaction	Communication, connaissance, dialogue, échange, expérience client, reconnaissance, suggestion
	Créativité et idéation	Connaissance, créativité, génération, idéation, inspiration, insights, solution, suggestion
	Développement et évolution	Accélération, développement, évolution, innovation, progrès, révolution, transformation
	Productivité et efficacité	Automatisation, autonomie, analyse, économies, efficace, efficience, gain de temps, optimisation, performance, perfectionnement, prédiction, productivité, recherche, standardisation
	Potentiel et possibilités	Avenir, cas usage, espoir, nouvelles perspectives, opportunité, potentiel
Thème 2 : Technologie	Type d'apprentissage et applications	Apprentissage supervisé, apprentissage non supervisé, apprentissage par renforcement, *deep learning*, apprentissage mathématique, maths, mathématiques, probabilité, algorithme, modèle complexe, supervision, modélisation, langage, neurone, statistiques, LLM (*Large Language Model*), chatGPt, google, *big data*, vision par ordinateur, robotique, recolte_ donnees, ressources
	Technologie et infrastructure	Codage, programmation, gradient, démultiplication, cloud, structure_de_données, internet_des_objets, nvidia_stock
Thème 3 : Risques et impacts	Chômage et transformation du travail	Chômage, perte_emploi, remplacement_ homme, emballement, disparition_ dialogue_humain, disruption, digitalisation, mécanisation, robotisation, automatique, déshumanisation, substitution, surutilisation, massification, dépendance, addictif, robot, monde_artificiel

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

	Complexité et opacité	Complexe, complexité, coût, insondable, inconnu, inquiétant, méconnaissance, confusion, flou, manque_de_nuance, absurde, nébuleux, hallucination, artefact, boite_noire (black_box), dérives, chaos, dérégulation, prudence, mystère, biais.
	Sécurité et confidentialité	Cybersécurité, espionnage, piratage, contrôle, surveillance, violation, informations_ personnelles, confidentialite, perte_de_vie_ privée, perte_intimité, pervers, incontrôlable, menace, dangereux, données_personnelles, confidentielles, propriété_intellectuelle, spam, information_fausse, tromperie, prudence, plagiat, sources_non_fiables, impact, risque, danger, manipulation, deepfake
	Impact social et environnemental	Valeur, normes, éthiques, principes, souveraineté, discrimination, déséquilibre social, stéréotypes, polarisation, creusement_ inégalité_sociale, vulnérabilité, inégalité, exclusion, marginalisation, justice sociale, sala, énergie, pollution, anti-écologique, consommateur énergie, énergivore
Thème 4 : Culture populaire	Fantasme populaire	Fantasme populaire, sciences fiction, pensée magique, magique, écran de fumée, films, attirante, passion
	Tendance et actualité	Tendance, transhumanisme, partout, actualité, trendy, *buzzword*, débats, discussion, survendu, informations, Elon Musk, réseaux, science, politique, singularité technologique, Yann Lecun.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

le codage, la programmation, le stockage de données et le *cloud computing*.

Risques et impacts (30,4 % des mots, 23,4 % des occurrences, 34,2 % de la fréquence)

Ce thème rassemble les préoccupations liées aux effets potentiellement négatifs de l'IA : perte d'emplois liée à l'automatisation, substitution homme-machine, complexité technologique et opacité des algorithmes. Il englobe aussi les enjeux de sécurité des données (cyberattaques, surveillance), ainsi que des questions éthiques, sociales et environnementales comme la discrimination, la justice sociale, la consommation d'énergie et la pollution.

Culture populaire (8,5 % des mots, 3,5 % des occurrences, 0 % de la fréquence)

Cette catégorie mêle des représentations issues de la culture populaire, parfois fantasmées et tirées de la science-fiction, à des courants idéologiques tels que le transhumanisme. Elle reflète également la présence croissante de l'IA dans l'actualité, portée par les discours médiatiques et

certaines figures publiques qui alimentent le débat sociétal.

2. La représentation sociale de l'IA des groupes impliqué et non impliqué

L'analyse différenciée des groupes impliqué et non impliqué permet de préciser les résultats et de comparer la structure de leurs représentations sociales. Le groupe des impliqués (n = 80) a produit 403 évocations comprenant 186 mots distincts, tandis que le groupe des non-impliqués (n = 70) a généré 350 évocations avec 188 mots distincts. Parmi ces évocations, 63 termes (impliqués) et 58 termes (non-impliqués) ont été retenus selon des seuils de fréquence minimale de 7 et un rang moyen maximal de 2,5 (*cf.* figures 1 et 2).

La comparaison des noyaux centraux des groupes impliqué et non impliqué révèle des représentations sociales distinctes mais interdépendantes, fonctionnant de manière réciproque : la présence (ou l'absence) de l'un des objets entraîne systématiquement la présence (ou l'absence) de l'autre.

Chez les individus non impliqués, le noyau central des représentations de l'IA est marqué par des inquiétudes liées à la robotisation du travail. Les préoccupations telles que la perte d'emploi et la déshumanisation apparaissent en périphérie, avec des termes comme « Chômage », « Travail » et « Automatique ». Le mot « Absurde » dans cette périphérie reflète une perception confuse ou négative de la technologie. Leur méfiance se traduit aussi par des termes comme « Manipulation ».

À l'inverse, ces préoccupations sont absentes chez les impliqués. Leur réflexion éthique s'articule non pas autour de la menace subie, mais de la maîtrise technique : ils se soucient des « Biais » et des « Risques » inhérents à l'outil, en lien avec des enjeux de responsabilité et de transparence.

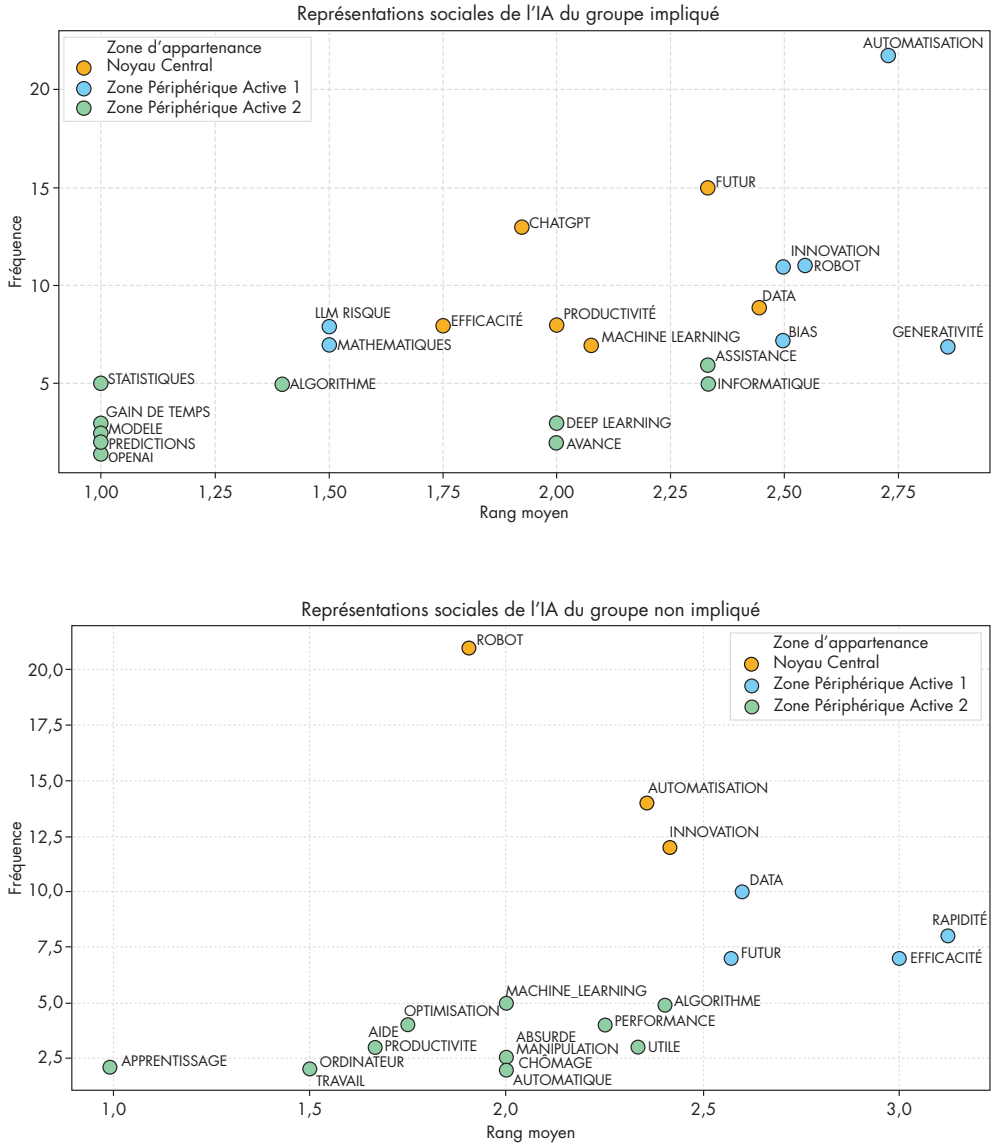
Par ailleurs, le terme « Innovation », central chez les non-impliqués, devient périphérique chez les impliqués, qui perçoivent l'IA comme un domaine aux applications multiples, allant au-delà d'une simple avancée technologique. Leur noyau central inclut des termes comme « ChatGPT », « Data » et « Machine learning », illustrant une approche plus technique et ciblée.

Les termes « Productivité » et « Futur » varient selon le groupe : ils sont centraux chez les impliqués, mais périphériques chez les non-impliqués, reflétant des attentes divergentes vis-à-vis de l'IA. Les non-impliqués perçoivent l'IA principalement à travers des usages mécaniques et standardisés, tels que l'automatisation et la robotisation des services. L'optimisation y est encore périphérique, suggérant un intérêt émergent. Même si les notions de gain de temps et efficacité apparaissent également chez les personnes impliquées, elles associent l'IA à des fonctionnalités plus spécialisées – IA prédictive, *deep learning*, LLM, ChatGPT – qui occupent une place importante dans leurs représentations. Pour ce groupe, les usages orientés vers l'optimisation sont relégués en marge, perçus comme secondaires par rapport aux capacités avancées de l'IA. Les non-impliqués privilégient les gains immédiats, tandis que les impliqués se concentrent davantage sur les capacités prédictives et transformantes de l'IA à long terme.

Enfin, les termes aux extrêmes périphériques reflètent des enjeux opérationnels et sociétaux tels que la souveraineté, l'énergie, la cybersécurité ou l'éthique, avec

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Figure 1 – Répartition des mots par rang et fréquence
(groupes impliqué *vs* non impliqué)



Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Figure 2 – Zones périphériques extrêmes des groupes impliqué et non impliqué

Zones périphériques extrêmes : rang moyen >2,5, fréquence < 7

GROUPE IMPLIQUE : AIDE, AIDE_DECISION, AUTOMATIQUE, AUTONOME, AVENIR, BIG_DATA, BOITE_NOIRE, CHANGEMENT, CHÔMAGE, CODE, COMPLEXE, CONSOMMATEUR_ÉNERGIE, CONTROLE, CRÉATION, DANGER, DEEPFAKE, EMPLOI, ÉVOLUTION, FORMATION, GOOGLE, IMPACT, MANIPULATION, NEURONE, OPPORTUNITÉ, OPTIMISATION, ORDINATEUR, OUTIL, PROBABILITÉ, PROGRÉS, RAPIDITÉ, RECHERCHE, RÉVOLUTION, SIMPLIFICATION, SOLUTIONS, SOUVERAINETÉ, STEREOTYPE, SYNTHÈSE, TECHNOLOGIE, TRANSFORMATION, VALEUR.

GROUPE NON IMPLIQUE : ANALYSE, ASSISTANCE, BIAIS, CHANGEMENT, CHATGPT, COMPLEXE, CRÉATION, CRÉATIVITÉ, CYBERSECURITÉ, DANGER, DEEPFAKE, DÉSHUMANISATION, DÉVELOPPEMENT, DISRUPTION, ESPIONNAGE, ÉTHIQUE, FACILITATION, GÉNÉRATIVE, INCOMPRÉHENSION, INTELLIGENCE, LLM, MÉDECINE, NEURONE, OPPORTUNITÉ, OUTIL, PRÉCISION, PRÉDICTION, PROGRÈS, PUISSANCE_CALCUL, PUISSANT, RECHERCHE, RÉVOLUTION, RISQUE, STATISTIQUES, TECHNOLOGIE, TRANSFORMATION.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

une dominance des fonctionnalités de l'IA générative chez les non-impliqués (voir figure 1).

Valence attitudinale des termes

L'analyse des valences attitudinales des mots dans les zones centrales et périphériques actives 1 et 2 des groupes impliqué et non impliqué permet de connaître la connotation des termes liés à l'IA et ainsi d'enrichir notre interprétation. La valence attitudinale a été déterminée en fonction des scores moyens attribués sur une échelle de 1 à 5, allant de « très négatif » (1) à « très positif » (5) (voir figures 3 et 4).

Les analyses démontrent que, bien que certains mots soient communs aux deux groupes, ils présentent des valences attitudinales différentes, reflétant des perceptions contrastées selon le niveau d'implication personnelle à l'IA. Les similitudes montrent que « Data » et « Machine learning » sont perçus de manière neutre dans les deux groupes, témoignant de leur caractère technique, tandis que des termes tels qu'« Automatisation », « Efficacité », « Innovation » et « Productivité » suscitent des perceptions positives, bien que leur importance varie entre les groupes ; en revanche, des mots comme « Robot » et « Futur » ont des valences attitudinales distinctes : neutre voire positive pour les impliqués mais négative pour les non-impliqués.

V – DISCUSSION

Cette recherche poursuit un double objectif : explorer les représentations sociales de l'IA dans les services, puis les comparer selon l'implication personnelle en IA. Il en ressort deux apports majeurs : la confirmation du statut de l'IA comme représentation sociale et la mise en évidence de contrastes (en termes de temporalité et de résistance) directement liés à ce niveau d'implication.

1. L'IA, un objet de représentations sociales aux dimensions descriptives et prescriptives

La première partie de notre recherche confirme que l'IA constitue un objet de représentation sociale dans les services,

Figure 3 – Valence attitudinales des mots du groupe impliqué

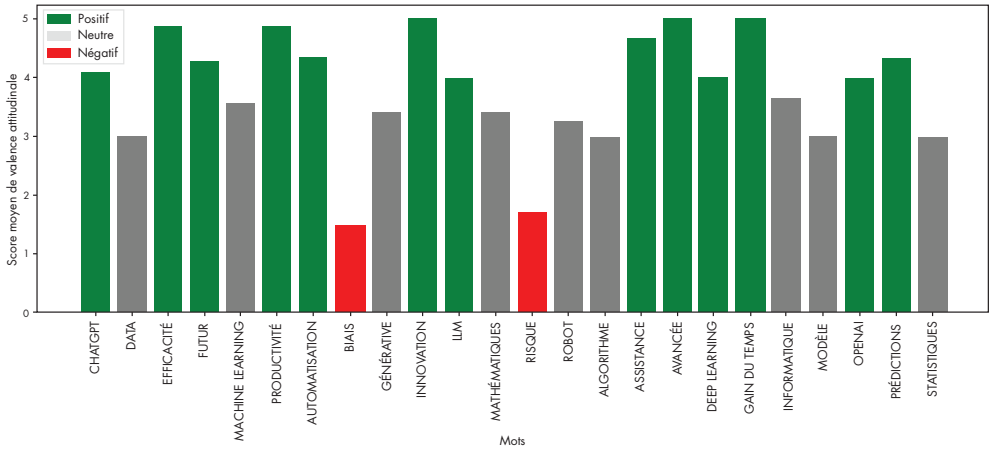
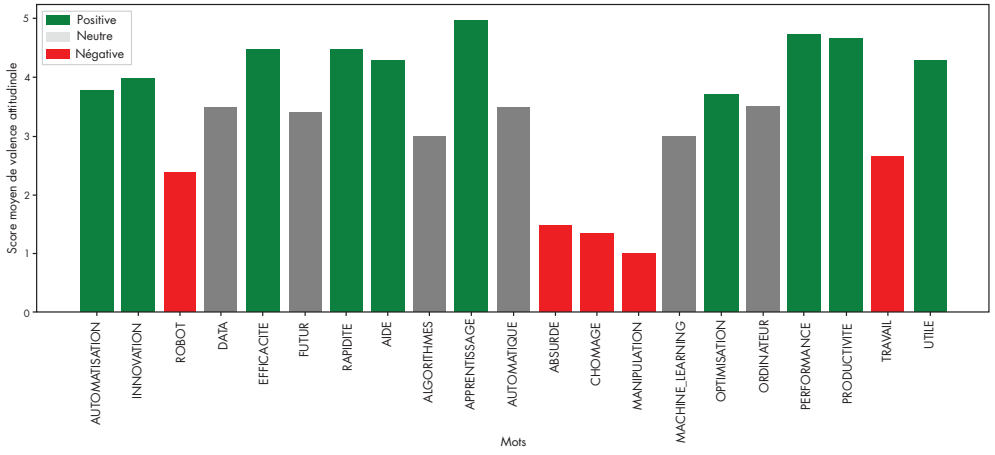


Figure 4 – Valence attitudinales des mots du groupe non impliqué



mêlant dimensions descriptives (caractéristiques techniques et fonctionnelles) et prescriptives (attentes et normes sociales) (Flament, 2003). Si ses caractéristiques facilitent l'adoption (McLean et Osei-Frimpong, 2019 ; Rese *et al*., 2020) et l'émergence de nouvelles pratiques professionnelles (Casilli, 2023 ; Susskind, 2020), la dimension prescriptive suscite des tensions entre promesses de libération et risques d'automatisation, ce qui en fait un potentiel objet de résistance (Chamaret *et al*., 2020 ; Mani et Chouk, 2018).

La seconde partie confirme que la représentation sociale de l'IA se révèle différente en fonction de l'implication personnelle. Cette observation trouve son explication dans la théorie du noyau central (Abric, 2011), qui

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

postule une structuration distincte selon le groupe d'appartenance, confirmant ainsi le lien entre les représentations sociales et l'implication personnelle (Demarque *et al*., 2011).

Plus précisément, chez les plus impliqués, les éléments descriptifs et fonctionnels dominent, formant un noyau central technique stable les rendant imperméables aux controverses médiatiques ; par conséquent, l'évaluation des avantages fonctionnels devient le facteur déterminant de leur stratégie d'adoption (McLean et Osei-Frimpong, 2019 ; Rese *et al.,* 2020). À l'inverse, les moins impliqués, s'appuyant sur des éléments normatifs et symboliques faute d'une expertise technique, structurent leur représentation autour d'un noyau central fondamentalement ambivalent, partagé entre une perception positive de l'automatisation et la figure anxiogène du robot. Cette tension inhérente est ensuite canalisée au sein du système périphérique, où les éléments prescriptifs prennent le relais pour organiser la perception. C'est ce système qui devient le foyer de la résistance au changement et où se matérialisent les figures défensives de l'« employé remplacé » et « dominé » (Ferguson, 2019), en réponse à la perte de control perçue (Chamaret *et al*., 2020 ; Mani et Chouk, 2018).

2. Des perceptions contrastées de l'IA, dépendantes de l'implication personnelle

Les différences entre impliqués et non-impliqués en termes de temporalité et de perception de l'outil contribuent ainsi à une meilleure compréhension de la manière dont les individus se représentent l'IA en contexte professionnel.

Des enjeux de temporalité

Les participants plus impliqués semblent se projeter davantage à long terme, associant le terme « futur » à leur noyau central, tandis que chez les moins impliqués, celui-ci reste périphérique. Cette tendance rejoint les travaux sur l'implication personnelle, qui montrent que les individus engagés socialement et culturellement sont davantage enclins à envisager le long terme (Demarque *et al.,* 2011).

La temporalité joue un rôle clé dans l'usage de l'IA, en fonction du niveau d'implication des individus, reflétant des attentes différentes. Les personnes faiblement impliquées, avec une approche circonstancielle, voient l'IA comme un outil d'optimisation immédiate et d'automatisation des tâches répétitives. En revanche, celles plus impliquées, avec une forte insertion socioculturelle dans le domaine de l'IA, privilégient une utilisation plus intégrée de l'IA, la percevant comme un outil prédictif pour anticiper les évolutions et orienter les décisions stratégiques à long terme. Cette distinction reflète l'influence de la culture professionnelle et des valeurs collectives sur l'adoption de l'IA dans les services, où l'optimisation répond aux besoins immédiats, tandis que la prédiction soutient une vision stratégique de l'avenir.

Cependant, cette différence n'est pas une opposition : chez les participants les plus impliqués, optimisation et prédiction se renforcent mutuellement, les gains immédiats facilitant l'adoption d'une approche stratégique à long terme.

À l'inverse, les moins impliqués restent dans une temporalité réactive, limitant l'IA à une fonction d'optimisation et d'automatisation et freinant son adoption stratégique. Ces résultats confirment les travaux de Shin (2021), qui montrent que l'ancrage socio-culturel façonne l'adoption de l'IA : en Corée du Sud, l'efficacité immédiate domine, tandis qu'aux États-Unis, l'anticipation est valorisée.

Des enjeux de perceptions et d'appropriation

Bien que des termes tels que « Data » et « Machine learning » soient perçus comme neutres, leur intégration graduelle dans les discours et pratiques technologiques a participé à un processus de banalisation. Cette familiarisation progressive tend à atténuer leur potentiel polémique, les inscrivant davantage dans une logique d'évidence technique. À l'inverse, des termes comme « Robot » ou « Futur », fortement chargés symboliquement, déclenchent des réactions émotionnelles plus fortes, notamment chez les individus faiblement impliqués, qui associent l'IA à une perte de contrôle. Cette sensibilité révèle que la perception de l'IA repose moins sur sa complexité technique que sur sa capacité à activer des imaginaires sociaux. Si l'automatisation est généralement bien acceptée, la robotisation suscite davantage de réserves, malgré des effets comparables. Cette divergence marque une frontière entre une IA « invisible », logique et algorithmique, et une IA « incarnée », robotisée et anthropomorphisée. Comme l'ont montré Brondi *et al.* (2021), les discours médiatiques renforcent cette polarisation, contribuant à cristalliser les peurs liées à la robotisation. Ces inquiétudes, nourries par l'idée d'un remplacement potentiel de l'humain et par l'anthropomorphisation des machines (Cave et Dale, 2019 ; Shum *et al*., 2024), traduisent une posture défensive vis-à-vis de l'IA.

À l'inverse, les impliqués privilégient l'efficacité et la performance, reléguant les préoccupations sociales au second plan. Leur optimisme repose sur un rationalisme technologique centré sur les capacités de l'IA, bien que les preuves sur son impact réel sur la productivité restent limitées (Brynjolfsson *et al*., 2017). Ce contraste met en lumière la tension entre les discours technophiles, valorisant l'innovation, et les préoccupations sociétales des non-impliqués. Ces derniers se focalisent sur des enjeux immédiats tels que l'emploi, tandis que les premiers abordent les questions éthiques de manière secondaire, à travers des critères procéduraux comme la transparence (Shin *et al*., 2022).

Dans cette optique, l'analyse des représentations sociales de l'IA s'aligne sur les cadres discursifs identifiés par Ferguson (2019). Chez les moins impliqués, le discours est dominé par la figure de l'« employé remplacé », traduisant une préoccupation face aux risques de chômage. En parallèle, la tension entre l'« employé augmenté » et l'« employé dominé » traduit une polarisation des perceptions ; si l'IA est perçue par les impliqués comme un levier de productivité, elle est aussi synonyme de perte de contrôle et de standardisation du travail pour les non-impliqués. La figure de l'« employé réhumanisé », qui envisage une complémentarité entre intelligence artificielle et intelligence humaine, reste peu présente dans les représentations sociales, signe d'une approche essentiellement

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

utilitariste de l'IA, où l'efficience opérationnelle prime sur une transformation organisationnelle durable.

3. Les recommandations managériales

L'asymétrie entre la rationalité instrumentale des acteurs « impliqués » et la rationalité sociale des « non-impliqués », offre une opportunité de relire les pratiques managériales. Elle suggère que la résistance à l'IA, n'est pas un épiphénomène mais une réaction organisationnelle précoce et répandue (Chamaret *et al.,* 2020), surtout quand l'adoption, précipitée par des attentes démesurées, court-circuite le processus de légitimation. L'enjeu managérial ne serait donc pas de « mieux intégrer » l'IA en ignorant la rationalité sociale des non-impliqués et sa valeur de précieux capteur de risques humains, mais plutôt de construire la capacité de l'organisation à décider souverainement de son adoption.

Pour cela, une première piste consisterait à dépasser la définition purement techno-économique du projet. Le cas d'usage concret, bien que nécessaire pour rendre la technologie tangible, gagnerait à n'être que le point de départ d'une évaluation plus vaste. Mesurer son impact sur des valeurs clés comme la confiance, l'autonomie et la pérennité des savoir-faire permettrait de révéler sa véritable valeur organisationnelle. Celle-ci peut se matérialiser par des pilotes graduels et réversibles, dotés de critères de succès sociaux et d'une clause de sortie claire.

Cette démarche pourrait ensuite s'enrichir en cherchant à doter les employés d'une compétence délibérative collective, qui complèterait la nécessaire prise en main technique. On pourrait pour cela leur fournir les outils critiques pour questionner les choix de conception et argumenter en défense des dimensions non-négociables de leur travail. L'identification de ce qui « demeure fondamentalement humain » devient ainsi un exercice stratégique pour construire une argumentation collective, renforcer le sentiment de contrôle et faire des utilisateurs les co-constructeurs d'un modèle de l'« employé réhumanisé » qui s'appuie sur leur expertise métier.

Enfin, pour que cette co-construction soit effective, une réflexion sur la gouvernance semble pertinente. Pour corriger l'asymétrie de pouvoir face à l'« illusion de maîtrise » des experts et éviter l'« ethics-washing », un comité transverse (métier, tech, RH, juridique) pourrait être envisagé. Doté d'un réel pouvoir de décision, il serait chargé de valider les évaluations d'impact et de garantir des ajustements négociés, afin que l'appropriation ne soit plus une adhésion passive à une vision experte (portée par les plus impliqués), mais une démarche légitime et partagée des usages de l'IA.

4. Limites et conclusion

Cette recherche montre que les représentations sociales de l'IA sont polymorphes et façonnées par l'implication personnelle, influençant à la fois la perception des bénéfices et des risques, les projections temporelles et les modalités d'appropriation. Nos résultats confirment que l'IA ne se réduit pas à une simple innovation technologique, mais constitue un véritable enjeu social et professionnel, structurant les dynamiques du travail dans le secteur des services.

Toutefois, cette recherche présente des limites, notamment un biais d'auto-sélection.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Le recrutement *via* les réseaux sociaux a favorisé les profils déjà sensibilisés à l'IA. Une sélection par panel permettrait plus de diversité.

L'échelle d'implication en IA développée ici constitue une avancée en littérature francophone mais nécessite une étude factorielle confirmatoire. Bien que ses dimensions soient corrélées, des entretiens ou des études corrélationnelles plus approfondies pourraient affiner leur impact sur les intentions comportementales. L'implication en IA s'inscrit dans un spectre dynamique, influencé par l'expérience et le contexte, rendant une distinction binaire réductrice. Cela risque ainsi d'occulter des dynamiques intermédiaires, où les individus naviguent entre appropriation et détachement selon les circonstances. Une approche plus nuancée permettrait d'enrichir l'analyse.

De plus, la stabilité des projections temporelles reste incertaine. Si les individus impliqués associent l'IA à une vision de long terme, l'évolution rapide de cette technologie pourrait modifier ces représentations. L'adoption progressive par les moins impliqués pourrait aussi modifier leur rapport au futur, réduisant l'écart entre les deux groupes. Une approche longitudinale permettrait d'évaluer si ces différences sont durables ou transitoires.

Par ailleurs, la forte représentation des services aux entreprises et de l'informatique dans notre échantillon constitue une limite, pouvant surestimer l'adoption stratégique de l'IA. Nos résultats opposent une perception conjoncturelle de l'IA chez les moins impliqués à une approche plus intégrée chez les plus impliqués, mais cette distinction semble fortement influencée par les dynamiques institutionnelles. Par exemple, dans la banque, où l'IA optimise la gestion des risques et l'automatisation, son adoption s'inscrit naturellement dans une vision de long terme. À l'inverse, dans des secteurs comme le conseil juridique ou les ressources humaines, où l'IA soulève des enjeux éthiques, même les professionnels les plus investis peuvent rencontrer des freins organisationnels. La taille et la composition de notre échantillon ne permettent ni de discuter des différences au sein d'un secteur des services qui présente pourtant des réalités opérationnelles très différentes, ni d'examiner le rôle modérateur des caractéristiques sociodémographiques (niveau d'éducation, de responsabilité). Cela limite ainsi la généralisation de ces conclusions et souligne l'importance du contexte institutionnel et culturel dans l'appropriation de l'IA.

Notre analyse met en évidence une asymétrie éthique : les plus impliqués adoptent une approche procédurale (bien que marginale), tandis que les moins impliqués s'ancrent dans les risques sociaux. Ce décalage, possiblement lié à un biais d'expertise, interroge la portée réelle de l'éthique experte qui peut être traduite en actes ou restée à l'état discursif. Par ailleurs, le cadre exclusivement français de l'étude, limité par l'absence d'équivalents dans le secteur des services, appelle une comparaison internationale, les représentations et les logiques d'appropriation de l'IA étant fortement modelées par les contextes culturels (Shin, 2021).

En conclusion, cette recherche met en lumière l'importance de l'implication personnelle dans la structuration des représentations sociales de l'IA, mais elle soulève

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

également des interrogations sur la fluidité de ces catégories, l'influence des contextes professionnels et l'impact réel des préoccupations éthiques sur les pratiques. Une approche combinant analyse longitudinale et prise en compte des dynamiques organisationnelles et culturelles permettrait d'affiner ces résultats et d'anticiper les évolutions des perceptions de l'IA dans le secteur des services.

BIBLIOGRAPHIE

Abric J.-C. (1994). « L'organisation interne des représentations sociales : système central et système périphérique », *Structures et transformations des représentations sociales*, Guimelli C. (éd.), Delachaux et Niestlé, Paris, p. 73-84.

Abric J.-C. (2003a). « La recherche du noyau central et de la zone muette des représentations sociales », *Méthodes d'étude des représentations sociales*, Abric J.-C. (éd.), Érès, Ramonville-Saint-Agne, p. 59-80.

Abric J.-C. (2003b). « De l'importance des représentations sociales dans les problèmes de l'exclusion sociale », *Exclusion sociale, insertion et prévention,* Abric J.-C. (Ed.), Érès, Toulouse, p. 11-19.

Abric J.-C. (2011). *Pratiques sociales et représentations*, Presses universitaires de France, Paris.

Aeschbach S., Mata, R. et Wulff, D. U. (2024). *Mapping the Mind With Free Associations: A Tutorial Using the R Package associatoR*.

Barcellini F., Greenan N. et Zouinar M. (2024, octobre 11). *L'intelligence artificielle, l'emploi et le travail*. https://www.vie-publique.fr/parole-dexpert/295603-lintelligence-artificielle-lemploi-et-le-travail

Bock D. E., Wolter J. S. et Ferrell O. C. (2020). "Artificial intelligence: Disrupting what we know about services", *Journal of Services Marketing*, vol. 34, n° 3, p. 317-334.

Bohr A. et Memarzadeh K. (Eds.). (2020). *Artificial Intelligence in Healthcare*, Academic Press.

Brondi S., Pivetti M., Di Battista S. et Sarrica M. (2021). "What do we expect from robots? Social representations, attitudes and evaluations of robots in daily life", *Technology in Society*, vol. 66, article 101663.

Burton J. W., Stein M. K. et Jensen T. B. (2020). "A systematic review of algorithm aversion in augmented decision making", *Journal of Behavioral Decision Making*, vol. 33, n° 2, p. 220-239.

Casilli A. (2023). « Les robots vont bientôt remplacer les travailleurs », *Idées reçues sur le travail*, Dujarier M.-A. (éd.), Le Cavalier Bleu Éditions, Paris, p. 181-186.

Cave S. et Dihal K. (2019). "Hopes and fears for intelligent machines in fiction and reality", *Nature Machine Intelligence,* vol. 1, n° 2, p. 74-78.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Cave S. et Dihal K. (Eds.). (2023). *Imagining AI: How the World Sees Intelligent Machines*, Oxford University Press.

Chamaret C., Steyer V. et Mayer J. C. (2020). ""Hands off my meter!" when municipalities resist smart meters: Linking arguments and degrees of resistance", *Energy Policy,* vol. 144, article 111556.

Demarque C., Monaco G. L., Apostolidis T. et Guimelli C. (2011). « Socialisation, perspectives temporelles et implication personnelle : Une étude dans le champ de l'environnement », *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale,* vol. 92, n° 4, p. 351-369.

Eagly A. H. et Chaiken S. (1993). *The Psychology of Attitudes*, Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.

Ferguson Y. (2019). *Ce que l'intelligence artificielle fait de l'homme au travail. Visite sociologique d'une entreprise, Les Mutations du travail*, La Découverte, p. 23-42.

Flament C. (2003). « Structure et dynamique des représentations sociales », *Les représentations sociales*, Jodelet D. (Éd.), Presses universitaires de France, Paris, p. 224-239.

Flavián C. et Casaló L. V. (2021). "Artificial intelligence in services: Current trends, benefits and challenges", *The Service Industries Journal,* vol. 41, n° 13-14, p. 853-859.

Grodal S., Ha J., Hood E. et Rajunov M. (2024). "Between humans and machines: The social construction of the generative AI category", *Organization Theory*, vol. 5, n° .

Guimelli C. et Abric J.-C. (2007). « La représentation sociale de la mondialisation : Rôle de l'implication dans l'organisation des contenus représentationnels et des jugements évaluatifs », *Bulletin de psychologie*, vol. 487, n° 1, p. 49-58.

Horstmann A. C. et Krämer N. C. (2019). "Great expectations? Relation of previous experiences with social robots in real life or in the media and expectancies based on qualitative and quantitative assessment", *Frontiers in Psychology,* vol. 10, p. 939.

Howard A. et Borenstein J. (2018). "The ugly truth about ourselves and our robot creations: The problem of bias and social inequity", *Science and Engineering Ethics*, vol. 24, n° 5, p. 1521-1536.

Huang M. H. et Rust R. T. (2018). "Artificial intelligence in service", *Journal of Service Research*, vol. 21, n° 2, p. 155-172.

Jiang H., Cheng Y., Yang J. et Gao S. (2022). "AI-powered chatbot communication with customers: Dialogic interactions, satisfaction, engagement, and customer behavior", *Computers in Human Behavior*, vol. 134, p. 107329.

Jeoffrion C. (2009). « Santé et représentations sociales : une étude "multi-objets" auprès de professionnels de santé et non-professionnels de santé », *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, vol. 82, p. 73-115.

Jodelet D. (1989). *Les représentations sociales,* Presses universitaires de France, Paris.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Jörling M., Böhm R. et Paluch S. (2019). "Service robots: Drivers of perceived responsibility for service outcomes", *Journal of Service Research*, vol. 22, n° 4, p. 404-420.

Kim D., Hwang K., Lee E. et Yoon Y. (2024). "The effect of artificial intelligence (AI) robot characteristics and dialectical thinking on AI robot adoption intention", *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 23, n° 2, p. 453-469.

Liang Y. et Lee S. A. (2017). "Fear of autonomous robots and artificial intelligence: Evidence from national representative data with probability sampling", *International Journal of Social Robotics*, vol. 9, p. 379-384.

Lo Monaco G., Apostolidis T. et Dany L. (2013). « De l'implication "personnelle" à l'implication "psychosociale" : Bilan, approche critique et nouvelles propositions », *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades,* vol. 23, n° 1-2, p. 107-128.

Mani Z. et Chouk I. (2018). "Consumer resistance to innovation in services: Challenges and barriers in the internet of things era", *Journal of Product Innovation Management*, vol. 35, n° 5, p. 780-807.

McLean G. et Osei-Frimpong K. (2019). "Hey Alexa… examine the variables influencing the use of artificial intelligence in-home voice assistants", *Computers in Human Behavior*, vol. 99, p. 28-37.

McKinsey et Company. (2024, May 30). The state of AI, QuantumBlack. https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai

Mende M., ScottM. L., Van Doorn J., Grewal D. et Shanks I. (2019). "Service robots rising: How humanoid robots influence service experiences and elicit compensatory consumer responses", *Journal of Marketing Research,* vol. 56, n° 4, p. 535-556.

Moliner P. (1993). « Cinq questions à propos de représentations sociales », *Cahiers internationaux de psychologie sociale*, vol. 20, n° 12, p. 5-14.

Moscovici S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public : Étude sur la représentation sociale de la psychanalyse*, Presses universitaires de France, Paris.

Renard É., Roussiau N. et Fleury-Bahi G. (2012). « Engagement de groupe, transformation des représentations sociales et modifications comportementales », *Bulletin de psychologie,* vol. 521, n° 5, p. 467-477.

Rese A., Ganster L. et Baier D. (2020). "Chatbots in retailers' customer communication: How to measure their acceptance?", *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 56, p. 102176.

Rouquette M.-L. (1997). *La chasse à l'immigré : violence, mémoire et représentations*, Éditions Mardaga, Bruxelles.

Roussiau N. et Valence A. (2013). « Interdépendance et transformation des représentations sociales en réseaux », *Revista CES Psicología*, vol. 6, n° 1, p. 43-59.

Shin D. (2021). "A cross-national study on the perception of algorithm news in the East and the West", *Journal of Global Information Management*, vol. 29, n° 2, p. 77-101.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Shin D., Chotiyaputta V. et Zaid B. (2022). "The effects of cultural dimensions on algorithmic news: How do cultural value orientations affect how people perceive algorithms?", *Computers in Human Behavior*, vol. 126, 107007.

Shin D. et Park Y. J. (2019). "Role of fairness, accountability, and transparency in algorithmic affordance", *Computers in Human Behavior*, vol. 98, p. 277-284.

Shum C., Kim H. J., Calhoun J. R. et Putra E. D. (2024). "'I was so scared I quit': Uncanny valley effects of robots' human-likeness on employee fear and industry turnover intentions", *International Journal of Hospitality Management,* vol. 120, 103762.

Strazzieri A. (1994). « Mesurer l'implication durable vis-à-vis d'un produit indépendamment du risque perçu », *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 9, p. 13-91.

Susskind D. (2020). *A World Without Work : Technology, Automation and How we Should Respond*, Penguin, Londres.

Valence A. et Roussiau N. (2014). « Le rôle de l'implication et des systèmes de croyances au sein des représentations sociales », *Psychologie Française*, vol. 59, n° 4, p. 301-315.

Van der Waa J., Nieuwburg E., Cremers A. et Neerincx M. (2021). "Evaluating XAI: A comparison of rule-based and example-based explanations", *Artificial Intelligence*, vol. 291, 103404.

Van Doorn J., Mende M., Noble S. M., Hulland J., Ostrom A. L., Grewal D. et Petersen J. A. (2017). "Domo arigato Mr. Roboto: Emergence of automated social presence in organizational frontlines and customers' service experiences", *Journal of Service Research*, vol. 20, n° 1, p. 43-58.

Vergès P. (1992). « L'évocation de l'argent : Une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation », *Bulletin de psychologie*, vol. 45, n° 405, p. 203-209.

Vuarin L. et Steyer V. (2023). « Le principe d'explicabilité de l'IA et son application dans les organisations », *Réseaux*, vol. 240, n° 4, p. 179-210.

Wagner W., Kronberger N. et Seifert F. (2002). "Collective symbolic coping with new technology: Knowledge, images and public discourse", *The British Journal of Social Psychology*, vol. 41, p. 323-343.

Wamba S. F., Queiroz M. M., Jabbour C. J. C. et Shi C. V. (2023). "Are both generative AI and ChatGPT game changers for 21st-Century operations and supply chain excellence?", *International Journal of Production Economics,* vol. 265, 109015.

Welply Y. T. (2024). "Social robots and sociality: A social science approach to human-robot interaction, in elder care settings", *Robophilosophy Conference*, 2 août.

Wirtz J. et Pitardi V. (2023). "How intelligent automation, service robots, and AI will reshape service products and their delivery", *Italian Journal of Marketing*, n° 3, p. 289-300.

Yoon N. et Lee H. K. (2021). "AI recommendation service acceptance: Assessing the effects of perceived empathy and need for cognition", *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, vol. 16, n° 5, p. 1912-1928.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.

Zou J. et Schiebinger L. (2018). “AI can be sexist and racist—it’s time to make it fair”, *Nature,* vol. 559, n° 7714, p. 324-326.

Zouhri B. et Rateau P. (2015). « Valeur sociale des éléments du noyau central : la norme représentationnelle de centralité », *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, vol. 106, n° 2, p. 129-148.

Zouinar M. (2020). « Évolutions de l’intelligence artificielle : Quels enjeux pour l’activité humaine et la relation Humain-Machine au travail ? », *Activités,* vol. 17, n° 1.

Copyright © 2026 JLE. Téléchargé par Cecile Chamaret le 18/02/2026.