



## LES SÉMINAIRES DU GRETS – *Énergie et transformations sociales*

Jeudi 19 juin 2025 (9h30 - 12h30 – Maison Suger, 16 rue Suger, 75006 Paris)

### LES SÉMINAIRES DE L'ANNÉE

**26 septembre 2024**

Alignement des anticipations et déploiement de l'hydrogène en France et au Japon  
Mickaël FERNANDEZ, EDF R&D

**5 novembre 2024**

Bataille rangée sur le front éolien. Sociologie des contre-mobilisations énergétiques  
Stéphanie DECHEZELLES, TREE, Université de Pau

**26 novembre 2024**

Le management de la vertu : la diversité en entreprise à New York et à Paris  
Laure BERENI, Centre Maurice Halbwachs, CNRS

**17 décembre 2024**

Ce qui échappe à l'intelligence artificielle  
Etienne OLLION, Ecole Polytechnique

**16 janvier 2025**

Sociologie des catastrophes  
Benoît GIRY, ARENES, Sciences Po Rennes,

**11 février 2025**

Le télétravail et ses enjeux organisationnels  
Laurent TASKIN, UCLouvain

**20 mars 2025**

À bord des géants des mers. Ethnographie embarquée de la logistique globalisée  
Claire FLECHER, IETL, Centre Max Weber, Université Lumière Lyon 2

**3 avril 2025**

Sans transition. Une nouvelle histoire de l'énergie  
Jean-Baptiste FRESSOZ, CRH, EHESS, CNRS

**15 mai 2025**

L'autoconsommation collective d'électricité en France. Émergence d'une innovation contrariée.  
François-Mathieu POUPEAU, LATTS, Ecole des Ponts Paris Tech et Blanche LORMETEAU, IODE, Université de Rennes

**19 juin 2025**

IA et relation de service: les extensions du travail des clients en régime numérique  
Julia VELKOVSKA, SENSE, Orange Labs, CEMS, EHESS

## IA et relation de service : les extensions du travail des clients en régime numérique

Julia VELKOVSKA – SENSE ORANGE / CEMS EHESS

La séance sera introduite par Cécile CARON (GRETS – EDF R&D)

Comment les technologies numériques et les organisations modernes mettent-elles à contribution les utilisateurs et les clients ? Que nous font-elles faire de façon plus ou moins explicite autour et au-delà de l'accès aux services ?

Mobilisant les résultats d'enquêtes ethnographiques et vidéo-ethnographiques sur les interactions de service, l'intervention portera sur les nouvelles formes de travail des clients en régime numérique.

Les politiques organisationnelles valorisant une figure du client « autonome » et « participant » s'appuient, en fait, sur des dispositifs spécifiques de transfert de tâches vers les consommateurs

Julia Velkovska détaillera plus particulièrement lors de cette séance deux de ces dispositifs de mise au travail des clients occupant une place de plus en plus importante: les robots conversationnels et les collectifs de consommateurs. Favorisé par les usages organisationnels du numérique et de l'IA, ce modèle de relation de service participe en réalité à un changement radical de la place des clients dans la chaîne de production des services allant dans le sens d'un élargissement toujours plus important de leur contribution à la coproduction.

En prenant comme entrée analytique l'interaction, Julia Velkovska explore ce phénomène à l'échelle des situations et des activités. L'objectif est de saisir les nouvelles formes de travail des clients dans une diversité de situations sociales et de technologies : des assistants vocaux à la maison en passant par les scènes de la digitalisation des relations de services à travers des robots sociaux, des chatbots vocaux ou textuels, des forums en ligne, ainsi que les disputes et les scandales dans les lieux d'accueil physique de l'entreprise.

A la croisée de la sociologie du travail, de la sociologie du numérique et des sociologies des interactions, les terrains d'enquêtes traversent à la fois les activités ordinaires des clients et les activités de travail des professionnels au contact des objets numériques. Ils mettent en évidence le travail humain invisible et pluriel nécessaire au fonctionnement des objets numériques.

---

*Julia Velkovska est sociologue au Laboratoire des Sciences Humaines et Sociales (SENSE) d'Orange Innovation et chercheuse associée au Centre d'Etude des Mouvements Sociaux (CEMS) à l'École des Hautes Etudes en Sciences Sociales où elle anime le séminaire « Sociologie du numérique » depuis 2021.*

Elle est l'auteure d'une thèse en sociologie sur les formes de sociabilités, de relations et de collectifs sur Internet. Ses travaux récents portent sur les transformations numériques des relations de services, sur le travail invisible des clients et des utilisateurs, ainsi que sur les enjeux sociaux soulevés par la diffusion de l'intelligence artificielle (IA) dans une double perspective : analyse des interactions avec les agents conversationnels (chatbots, assistants vocaux domestiques, robots sociaux) ; éthique de l'IA et analyse des controverses, thèmes sur lesquels elle a codirigé deux numéros de la revue Réseaux.

---

## RÉFÉRENCES

- Kreplak Y. & Velkovska J. (2025) « Ethnomethodological Ethnography » in Carlin A., Dennis A., Jenkins K., Lindwall O. and Mair M. (eds.), *The Routledge International Handbook of Ethnomethodology*, London, Routledge.
- Beaudouin V. et Velkovska J. (dir.) (2023) « Ethique de l'IA: enquêtes de terrain », *Réseaux* n° 240, Paris, La Découverte.
- Bellon, A. & Velkovska, J. (2023). « L'intelligence artificielle dans l'espace public : du domaine scientifique au problème public: Enquête sur un processus de publicisation controversé ». *Réseaux* n°240.
- Relieu M. et Velkovska J. (dir.) (2020) « Ethnographies des Agents Conversationnels », *Réseaux* n° 220-221, Paris, La Découverte.
- Velkovska J. et Zouinar M. (2020) « Les relations aux 'machines' conversationnelles'. Vivre avec les assistants vocaux à la maison » in Relieu M. et Velkovska J. « Ethnographies des Agents Conversationnels », *Réseaux* n° 220-221, Paris, La Découverte, pp. 47-79.
- Velkovska J. (2015) « La 'communauté de marque' comme accomplissement pratique. Ethnographie du travail des webconseillers en coulisses d'un forum de consommateurs », *Communication*, 33 (2), [<https://communication.revues.org/5906>]
- Velkovska J. et Beaudouin V. (2014) « Parler aux machines, coproduire un service. Intelligence artificielle et nouvelles formes de contribution du client dans les services téléphoniques de l'après-vente » in Kessous E., Mallard A. (dir.), *La Fabrique de la vente. Le travail commercial dans les télécommunications*, Paris, Presses des Mines, pp. 97-128.

Entrée libre et gratuite, dans la limite des places disponibles

Maison Suger - 16 rue Suger, 75006 PARIS + teams

Contacts : [cecile.caron@edf.fr](mailto:cecile.caron@edf.fr) - [jerome.cihuelo@edf.fr](mailto:jerome.cihuelo@edf.fr)

