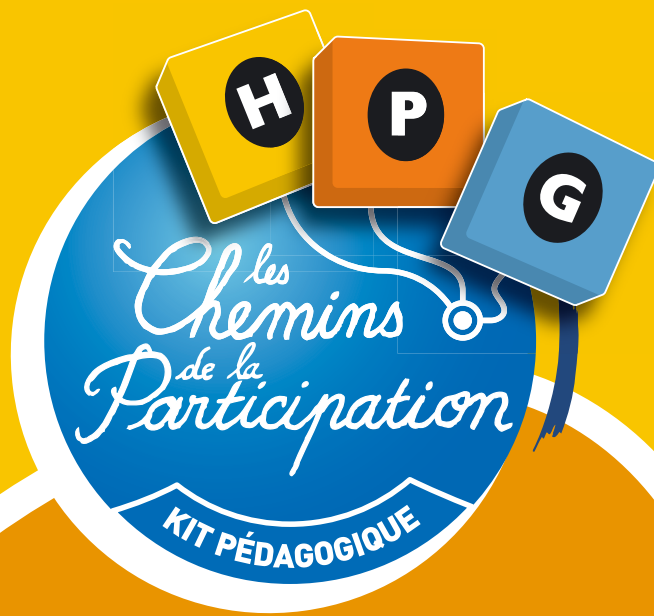


CAHIER THÉORIQUE



Participation des **Habitants**

OUTILS

H



Participation des Habitants

L'habitant-acteur : Ou comment développer la participation des habitants ?

Le présent livret s'emploie à retracer l'ensemble des réflexions développées sur le thème « L'acteur-habitant : comment développer la participation des habitants ? ». C'est essentiellement au travers du concept du « don » que nous avons abordé cette question, accompagné par Alain Caillé, sociologue que nous remercions pour nous avoir permis d'éclairer nos pratiques.



Alain Caillé : professeur émérite de sociologie à l'université Paris-Ouest La Défense où il codirige le SOPHIAPOL (Laboratoire de sociologie, philosophie et anthropologie politiques). Il est le fondateur et directeur de La Revue du M.A.U.S.S. (Mouvement anti-utilitariste en sciences sociales). Il est l'auteur de nombreux ouvrages, dont, à la Découverte, *La Quête de reconnaissance. Nouveau phénomène social total* (2006), ou encore *Anthropologie du don. Le tiers paradigme* (Poches, 2007)

Soucieux d'articuler réflexion et pratique, nous vous proposons différents outils adossés à ce livret. Ils se présentent pour la plupart sous forme de schémas, de tableaux ou objets permettant d'illustrer le fonctionnement de « l'objet étudié » et d'en faciliter l'appropriation. Ces outils vous permettront d'engager de façon pragmatique et collective, dans vos centres sociaux ou dans vos associations la réflexion sur la thématique choisie.

Comment faire pour que les habitants de notre territoire participent au projet du centre social ? Question récurrente posée, tant par les partenaires institutionnels que par les professionnels du centre, les bénévoles et les administrateurs.

Le centre social idéal ? : **Un foyer d'initiatives porté par les habitants...**

Mais parfois, lorsque le centre est implanté depuis longtemps, il a tendance à s'institutionnaliser et à ne plus porter aussi facilement les initiatives des habitants. Alors comment dynamiser l'implication des habitants ? N'existe-t-il pas un mode d'emploi ?

Afin de mieux élaborer des stratégies de développement de la participation, un groupe d'une vingtaine de personnes, administrateurs et salariés, s'est intéressé aux fondements de celle-ci. La question qu'ils se sont posé est la suivante : comment mobiliser les habitants du territoire ?

Alain Caillé qui a travaillé sur le concept du Don développé par Marcel Mauss¹, a accepté d'animer ce groupe de recherche et mettre ainsi en lumière certains rouages qui font ou défont la participation des habitants. Ces travaux sont ici rassemblés et permettront aux acteurs d'avoir une lecture explicite sur ce qui se joue dans les relations que nous avons avec les habitants.



1. Marcel Mauss, né à Épinal le 10 mai 1872 et décédé à Paris le 1er février 1950, est généralement considéré comme le « père de l'anthropologie française ». (source Wikipédia)

Sommaire

A. Tout commence par la démocratie athénienne

1. Fonctionnement de la démocratie athénienne (pendant 150 ans)
2. Mais comment faire participer ceux que le système n'appelle pas à participer ?
Et qu'est-ce qui nous pousse à nous mobiliser et à nous engager ?
3. Penser correctement le don dans le cadre d'une visée de démocratie ?
4. Le don et le poison
5. Le don et ses dimensions
6. Qu'est-ce qui subsiste de cet univers du don aujourd'hui ?

B. Les voies d'accès au Don et à l'engagement associatif

1. Petite typologie de la participation des habitants
2. Du don à la capacité d'agir
3. Le don est personnalisant
4. L'offre et la demande

C. Pour résumer : quelques préceptes

La chanson des bénévoles

Bibliographie

A Tout commence par la démocratie athénienne

1 Fonctionnement de la démocratie athénienne (pendant 150 ans)

1er postulat : Tous les citoyens doivent participer à la vie publique et ils le veulent. Tout citoyen est compétent pour exercer une fonction politique.

2ème postulat : le tirage au sort est le meilleur moyen de faire fonctionner la démocratie. Il s'effectuait parmi les candidats à l'élection.

Les candidats acceptaient le fait d'être soumis à la critique. Le moindre litige était tranché par des tribunaux composés de nombreuses personnes tirées au sort. Ce modèle a été repris dans les grandes cités italiennes et par le modèle républicain avec le souci constant d'assurer la plus grande participation possible des citoyens. Dans ces modèles, la participation va de soi. Toute l'éducation des enfants et des jeunes est destinée à créer cette capacité à débattre collectivement.

Nous nous posons aujourd'hui la question de la participation, car nous ne sommes plus dans un système de démocratie directe où tout le monde est amené à participer. Nous sommes aujourd'hui dans une démocratie de représentation, aristocratique. Il y a une distinction entre les meilleurs et les moins bons. On choisit les meilleurs.

2 Mais comment faire participer ceux que le système n'appelle pas à participer ? Et qu'est-ce qui nous pousse à nous mobiliser et à nous engager ?

Jusque dans les années 1970, la réponse principale est que les gens se rassemblent et se mobilisent lorsqu'ils portent un ensemble de revendications, de plaintes et d'idées communes.

À partir des années 1970, on considère que la mobilisation des individus dans des causes communes ne va pas de soi. On recherche les intérêts que les individus ont à se mobiliser. Quels sont-ils ? Mancur OLSON donne une démonstration de la quasi-impossibilité de se mobiliser pour des individus rationnels, « homo economicus ». Pourtant il y a des mobilisations collectives. Les associations et les syndicats qui font vivre ces mobilisations collectives en retirent eux-mêmes des bénéfices. Il y a des intérêts individuels à développer l'action collective. Les autres, ceux qui n'ont pas d'intérêt individuel mais qui s'engagent, sont soumis par une forme de contrainte (ex : piquet de grève). La théorie du « free-rider »² dit que la participation n'est pas possible. Il faut plutôt s'étonner de l'existence de la participation plutôt que de sa faiblesse. Par exemple : rationnellement, personne n'a intérêt à aller voter puisque les autres y vont. Si on raisonne selon le seul critère économique, personne n'irait voter, personne ne se mobiliserait, personne ne ferait rien, ... Pourtant, notre histoire est faite de mobilisations collectives.

Théorie de la mobilisation des ressources

Cette théorie nous dit que les motifs de mécontentements sont constants dans les sociétés modernes.

Pourquoi ne se révolte-t-on pas ?

- › parce que le succès n'est pas assuré
- › parce que ça coûte cher de se mobiliser

Les révoltes se déclenchent quand le coût de la mobilisation décroît. Les entrepreneurs d'actions collectives déclenchent les révoltes car ils savent mobiliser les ressources nécessaires. Ils se font concurrence les uns les autres.

Mais pourquoi des individus, non entrepreneurs se mobilisent ?

Mettons de côté l'idée d'intérêt pour approfondir l'idée d'IDENTITE. Nous nous mobilisons car nous avons le souci de notre identité qui se traduit par une lutte pour la reconnaissance. Chaque groupe social veut accéder à une forme de reconnaissance. Dans le cadre de lutte pour la reconnaissance on ne vise pas tant des résultats économiquement rentables que la reconnaissance. Le désir de reconnaissance est plus important que le désir de gain financier.

Nos intérêts sont seconds par rapport à ce que nous voulons être. La construction de notre identité, la définition de ce que nous sommes, à travers la recherche d'un sens à notre vie est premier par rapport à la recherche d'intérêts. Notre premier intérêt est d'être nous même et de voir notre identité reconnue. C'est à partir du moment où nous savons ce que nous sommes que nous pouvons nous consacrer à nos intérêts. Ce qui sépare et qui unit les humains, c'est d'abord la lutte pour la reconnaissance avant la lutte pour les intérêts. La recherche de reconnaissance n'est pas soluble dans la recherche des intérêts.

Il existe 2 grandes visions de l'Homme en philosophie et sciences sociales

Vision orthodoxe

On pense que les hommes sont des êtres de besoins. Le problème fondamental de l'humanité est donc la rareté matérielle, la pénurie. La solution est donc la croissance économique. C'est une vision aujourd'hui majoritaire.

Vision hétérodoxe

Développée par le philosophe Hegel³, cette vision est à l'origine de la pensée française d'après guerre. Ce qui rend l'homme spécifiquement humain est de ne pas rester dans le besoin, c'est le désir d'être reconnu. Chacun veut être reconnu par l'autre comme ayant plus de valeur que lui. C'est la situation de conflit originel entre les humains. Il y a un gagnant et un perdant. Celui qui gagne est le maître ; il gagne parce qu'il n'a pas eu peur de perdre la vie pour acquérir la reconnaissance. L'esclave aura accordé plus de valeur au besoin de vivre qu'au désir d'être reconnu. Cette situation s'arrête avec l'avènement d'un État rationnel qui distribue à chacun la même reconnaissance (démocratie, dignité...).

Depuis 15 à 20 ans, le débat philosophique et sociologique principal porte de nouveau sur la question de la lutte pour la reconnaissance. Cf. A. Honneth qui reprend en partie les propos de Hegel. Il dit que nous voulons être reconnus dans 3 sphères différentes :

- › **la sphère de l'amour**, ou de l'intimité (la socialité primaire).
C'est la condition de notre confiance en nous.
- › **La sphère du droit et de l'état** : l'univers des citoyens. Nous cherchons le respect de nous même.
- › **La sphère du travail** : nous voulons voir reconnue la qualité supérieure de notre travail.
Nous cherchons l'estime de nous même.

Hypothèse : la recherche de la reconnaissance est étroitement liée à celle du don. Nous cherchons à être reconnus comme des donateurs.

2. Mancur OLSON

3. « La phénoménologie de l'esprit » - chapitre : la dialectique du maître et de l'esclave,

3 Penser correctement le don dans le cadre d'une visée de démocratie ?

De multiples ressources pour prouver que l'homme n'est pas un homo-economicus existent. Les sociétés archaïques ne reposent pas sur l'achat et la vente, sur une logique de contrat, sur le donnant/donnant, mais sur la triple obligation de DONNER / RECEVOIR et RENDRE.

MAUSS dit que l'Homme n'a pas toujours été un animal économique et il ne l'est devenu que depuis peu de temps (environ 1920).

Deux exemples développés par Marcel MAUSS dans l'Essai sur le don :

a) Le potlatch (Indiens de Vancouver)

Ce sont des chasseurs, pêcheurs riches qui vivent selon deux temps sociaux différents : l'été, ils se dispersent pour chasser et l'hiver, ils vivent ensemble, regroupés avec de multiples fêtes. Ils pratiquent à ces occasions le don compétitif : la rivalité par le don. Le but du jeu est d'aplatir son rival en montrant qu'on est plus généreux que lui, de le mettre « à l'ombre de son nom ».

Deux principes :

■ **L'honneur** : il faut donner le plus possible, le gagnant est celui qui perd le plus. Il ne s'agit plus de donner mais de tout perdre, de tout jeter. On dilapide tous ces biens pour montrer qu'on n'est pas attaché aux biens matériels. Celui qui ne peut pas suivre le jeu est réduit à l'esclavage. Tout se gagne et se perd au potlatch (femme, prestige...)

■ **Le crédit** : on rend le plus tard possible et le PLUS possible. Celui qui rend tout de suite l'équivalent de ce qu'il a reçu, montre qu'il n'a pas la force de soutenir le défi du don. La dette ne doit jamais être soldée. On ne doit pas sortir de la dette.

Il y a bien une logique du don, que MAUSS appelle le don agonistique. Le potlatch est une lutte de richesse.

b) Le commerce KULA (Iles au large de la Nouvelle-Guinée)

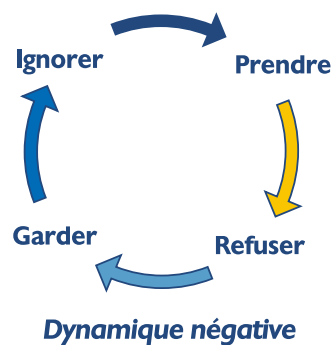
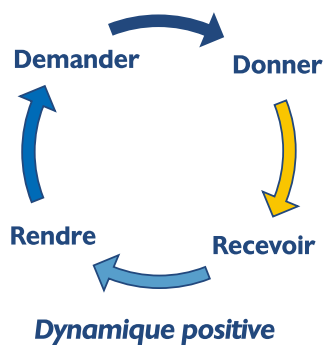
Il s'agit de commerce de bracelets et de colliers de coquillages précieux qui ne servent à rien, mais qu'on sort régulièrement pour montrer. Mais on ne les garde pas, on doit les remettre ensuite aux prochaines personnes qui viendront sur l'île. Ces échanges ne disparaissent pas avec la modernité, mais au contraire s'intensifient.

Ce commerce repose sur des biens non-utilitaires (anti-utilitaires). Les échanges utilitaires sont subordonnés aux dons non-utilitaires et sont menés comme des échanges.

■ Dans ces sociétés, la sphère de l'utilitaire, du besoin est subordonnée à la sphère de l'anti-utilitaire.

On note que ces sociétés sont régies par la triple obligation décrite par MAUSS et ce qui est sûr, c'est que ce n'est pas de la charité. Aujourd'hui, quand nous pensons « Don », nous pensons « charité ». C'est un obstacle pour penser la question du don. La charité est une invention tardive.

On s'aperçoit néanmoins qu'il manque quelque chose dans la pensée de MAUSS. Si on donne à quelqu'un qui ne demande rien, ça n'a pas de sens. Il faut qu'il y ait une demande.



Il n'y a pas de don gratuit mais il y a de la gratuité dans le don.

4 Le don et le poison

Le don donne le pouvoir à ceux qui peuvent donner et celui qui ne peut pas rendre tombe sous la domination du donateur. Le don fabrique des esclaves, surtout s'il n'est pas rendu. Le don est à certains égards un poison. Tout est affaire de dosage. On ne sait jamais très bien si le don fait du bien ou du mal.



Confucius : « pourquoi me haïssez-vous tant, je ne vous ai pourtant rien donné ? »

Le don qui ne peut être rendu suscite la haine

Il n'y a pas de don qui vaille, s'il ne donne pas à celui qui reçoit la capacité de donner en retour.

5 Le don et ses dimensions

C'est la théorie de l'action constitutive. Marcel MAUSS montre que le don est un acte politique qui transforme les ennemis en alliés. Renversons la formule et considérons que le politique est également DON. La communauté politique est la résultante de la relation du don. Chacun en se donnant à tous ne se donne à personne.

Les 3 dimensions sociologiques du Don.

Dimension microsociologique	Dimension mésosociologique	Dimension macrosociologique
Un se donne à Un	Un certain nombre de personnes se donne à un certain nombre d'autres personnes	Tous se donnent à tous
Champ des relations interpersonnelles	Champ des associations	Champ du politique

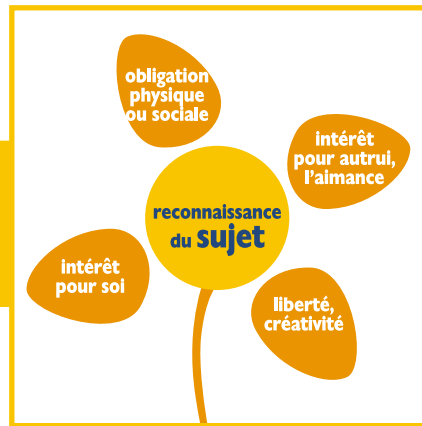
Schéma du Don

Grâce à Marcel MAUSS, on aboutit à l'idée que nous n'avons pas un seul mobile à nos actes. Il y en a 4 organisés en deux lignes opposées.

Ces 4 mobiles sont liés. Pour les théories économiques, l'altruisme est une composante de l'égoïsme. Dans le raisonnement utilitariste généralisé, tout se rattache à l'intérêt pour soi. Pour MAUSS, chacun des 4 mobiles a son existence spécifique. Ils sont en même temps toujours mêlés et doivent le rester. Il y a toujours un mixte d'intérêt pour soi et d'intérêt pour autrui et d'obligation et de liberté.

C'est la condition de l'équilibre du sujet individuel et de la viabilité d'une communauté politique.

H1



Grâce à Marcel MAUSS, on aboutit à l'idée que nous n'avons pas un seul mobile. C'est à travers l'équilibre entre ces 4 mobiles, que se réalise la reconnaissance du sujet. Toutes les relations de dons observées sont basées sur le désir de reconnaissance et cette reconnaissance s'obtient dans le registre du don, quand on sait s'inscrire dans le registre du Donner / Recevoir / Rendre.

■ C'est la figure de l'homo-donator opposable à l'homo-économique

6 Qu'est-ce qui subsiste de cet univers du don aujourd'hui ?

Il subsiste plus que les simples cadeaux d'anniversaire, de Noël, ... qui relèvent du folklore :

■ Deux types de socialité :

› La socialité secondaire

L'efficacité des personnes est plus importante que leur personnalité = Efficacité impersonnelle. Dans les administrations, c'est la loi qui domine.

› La socialité primaire

Nous vivons principalement dans un autre univers : celui de la famille, des amis, de l'amour, des petites associations, ... cet univers de la socialité primaire, dans lequel la personnalité des personnes importe plus que leur efficacité. Hypothèse du M.A.U.S.S. : ce système de socialité primaire fonctionne encore sur la logique du don.

Les grandes organisations (entreprises, organisation, ...) reposent sur une structuration et des règles mais il s'agit quand même d'un ensemble de personnes, lesquelles ont conservé la logique du don.

Ce qui fait l'efficacité, ce n'est pas tant l'homo-économique, c'est l'homo-donator.

B Les voies d'accès au Don et à l'engagement associatif

1 Petite typologie de la participation des habitants

Dans un centre social, les habitants peuvent occuper différentes rôles :

1. **Le consommateur** : Il participe à une des activités proposés par le Centre Social dans l'ignorance des autres et de l'existence même ou/et du projet du Centre.
2. **L'utilisateur**. Il participe à plusieurs activités, il a conscience d'une certaine réalité du centre.
3. **Le bénévole occasionnel**. Il donne un coup de mains de temps à autre.
4. **Le bénévole régulier**. Il participe à des projets, des commissions
5. **Le bénévole permanent**. Il participe aux organes de gouvernance.
6. **L'essaimé**. Il anime une autre association, sur le modèle ou le parrainage du Centre social
7. **L'ignorant** : Il n'a jamais entendu parler des Centres sociaux, de ce qu'on y fait et de ce qu'on pourrait y faire.

H2

8. **Le méfiant sceptique.** Il en a entendu parler, mais pense que ce n'est pas pour lui ou ne voit pas trop quel sens ça a, ni ce que ça pourrait lui apporter.

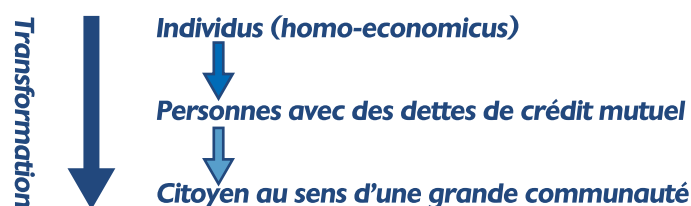
9. **L'opposant.** Il en a une certaine idée, mais elle est globalement négative. : « Ce sont des personnes qui ne nous comprennent pas, nous méprisent ou nous oppriment ». Ou alors : « ce sont des dames patronnesses, des sœurs de charité ».

8. **Maîtriser** les opposants par l'intermédiaire de ses alliés

2 Du don à la capacité d'agir

L'objectif du centre social serait de faire passer les habitants d'un cycle négatif à un cycle positif. C'est à dire du « ignorer-prendre-refuser-garder » au « demander-donner-recevoir-rendre ».

Et de l'individu au citoyen :



C'est-à-dire augmenter leur capacité d'agir : empowerment

Comment accroître leur capacité ?

Notre Hypothèse : puissance d'agir = capacité à donner.

Qu'est-ce qui circule entre les personnes ? Qu'est-ce qui est demandé et donné ?

Il est important que les centres sociaux **communiquent sur le sens de ce qu'ils font**. Ce qui est réalisé doit être **désirable**.

Les centres sociaux sont centrés sur la façon d'accueillir des habitants mais il est également important de donner du sens aux relations : en étant accueilli au centre social, qu'est-ce que l'habitant va vivre ?

On se rend compte que ce sont souvent quelques personnes qui sont à l'initiative d'un projet, il y a alors échanges de passions.

Le centre social est un espace de **haute-couture relationnelle**.

3 Le don est personnalisant

Le don s'inscrit dans une histoire : la temporalité (le passé et l'avenir) la spatialité (l'espace). Mais la personnalisation est aussi une règle abstraite. Le travail des centres sociaux, c'est de rendre concret ce qui est abstrait. Par contre il paraît important de poser un regard sur notre manière de gérer des relations asymétriques (par rapport à la notion de dette).

Le paradigme du don permet de décrire les relations entre les personnes. On peut observer ce que l'on donne et ce que l'autre est prêt à donner. Mais attention, si une personne donne et si la personne qui reçoit ne peut pas donner à son tour on est alors dans une relation de dette. Il n'y a pas de parité entre le roi et les sujets ou entre Dieu et les hommes (c'est la nature même des débats théologiques). Le don qui ne peut être rendu, annihile celui qui le reçoit, ce qui n'est pas le cas avec un don qui fonctionne bien.

H3



Participation
des Habitants

H3

Il paraît important de regarder de plus près ce qui se passe avec des populations qui sont en effets d'infériorité. Comment toucher ces populations ? Dans un premiers temps, dans la relation, on peut apparaître comme donateur asymétrique. Attention la perception de cette asymétrie est d'autant plus importante que les centres sociaux peuvent être perçus comme représentant de l'État (c'est aussi comme cela que l'on peut expliquer que des centres brûlent alors qu'ils sont des outils au service des habitants). Dans les situations asymétriques (ou avec la perception de l'asymétrie) le problème consiste souvent dans l'impression de ne rien avoir à donner.

4 L'offre et la demande

Etre attentif à l'offre et à la demande croisée : les centres sociaux sont à la fois offreurs et demandeurs, ce qui suppose que l'offre corresponde à une demande potentielle. Comment se croisent l'offre et la demande ?

Les Centres Sociaux	Les habitants
Quelles offres ont-ils ?	Quelles demandes ont-ils ?
Quelles demandent ont-ils ?	Quelles offres ont-ils ?

Mais le modèle peut apparaître plus compliqué. Entre centres sociaux et habitants, il y a aussi une perception croisée (chacun a une perception de l'autre).

Quel est le point de vue des Centres Sociaux ?	Quelle est la perception de ce que donnent les centres ?
<p>Les centres offrent des choses :</p> <ul style="list-style-type: none"> › Ce qui est de l'ordre de l'utile › Ce qui est de l'ordre du loisir › Ce qui est de l'ordre du relationnel (le plaisir d'être ensemble) › Ce qui est de l'ordre de la culture, mais avec une recherche de sens et l'espoir de trouver un sens commun avec les habitants. 	<p>Quelle est la perception :</p> <ul style="list-style-type: none"> › Qui donne quoi à qui ? › C'est quoi un don qui annihile ? › Comment réaliser l'objectif : comment faire passer le cycle négatif du don à un cycle positif (transformer la guerre en paix). Mais il n'y a pas de cycle de don, si il n'y a pas de demande (manifestée ou non). <p>Le cycle symbolique positif est celui-ci : demander / donner / recevoir / rendre par opposition au cycle négatif Ignorer / prendre / refuser /garder</p>

L'objectif des centres sociaux est de faire passer les habitants du cycle négatif (diabolique) vers un cycle positif.

À cela, plusieurs réponses peuvent être apportées : la typologie de l'**action collective**, la **coordination par l'intérêt** ou par l'**affect**, l'importance du **partage** de la **passion**.

Les quatre grands modes de coordination des individus sont les suivants :

- 1. Ils peuvent se coordonner dans le registre des intérêts réciproques, par le contrat (registre de l'intérêt pour soi).
- 2. Ils peuvent se coordonner par une soumission commune à une Loi (registre de l'obligation).
- 3. Ils peuvent se coordonner par intérêt pour autrui et par les affects (registre de l'aimance)
- 4. Ils peuvent se coordonner par le partage des passions (registre de la liberté-créativité).

C Pour résumer : quelques préceptes

1. Il faut toujours personnaliser le lien, car le don est un opérateur de personnalisation, de reconnaissance personnalisée. Il faut conserver absolument la tétralogie intérêt pour soi, obligation physique sociale, intérêt pour autrui, liberté et créativité.

2. Le but est d'atteindre un équilibre entre les quatre mobiles, sachant que le véritable débouché est la créativité, mais accessible seulement par cette dialectique. Insister sur la dialectique diabolique/symbolique, en resituant dans le cadre offre/demande : Quelle offre des Centres Sociaux pour quelle demande des habitants ? Mais comprendre qu'il n'y a pas seulement une offre des Centres Sociaux mais aussi une demande ; et donc une offre potentielle des habitants.

Quelle représentation des CSX ?			Quelle représentation des habitants ?		
Centres SX	Quelle offre ?	Quelle demande ?	Centres SX	Quelle offre ?	Quelle demande ?
Habitants	Quelle demande ?	Quelle offre ?	Habitants	Quelle demande ?	Quelle offre ?

3. Ne jamais oublier que les CSX sont fréquemment perçus comme des représentants de l'Etat. Le problème : comment gérer un don asymétrique avec des populations qui pensent souvent : « je n'ai rien à rendre » (ou à donner).

4. Le don qui ne peut être rendu tue ou annihile.

5. Le don le plus difficile à effectuer est celui de savoir recevoir le don comme tel, d'en être reconnaissant. Les habitants peuvent rendre en gratitude (cf. Michel Adam) mais c'est insuffisant. Avec nombre d'habitants, le problème est de savoir comment passer d'une culture du Dû à une culture du Don ce qui est difficile face à la demande des organismes de tutelle.

Il faut donc comprendre le schéma ci-contre qui représente les quatre types d'action collective, et les quatre types d'institution, chacune avec une logique de gestion spécifique.

6. Ne pas hésiter à demander et inciter à donner en premier.

7. Ne pas confondre don et gratuité.

Il n'y a pas de don gratuit mais il y a de la gratuité dans le don.

8. Le don est un pari et ne peut exister comme tel que par cette dimension d'incertitude qui seule laisse de la liberté au récepteur.

9. Il faut moins chercher les freins des habitants que ceux des Centres Sociaux souvent trop timorés.

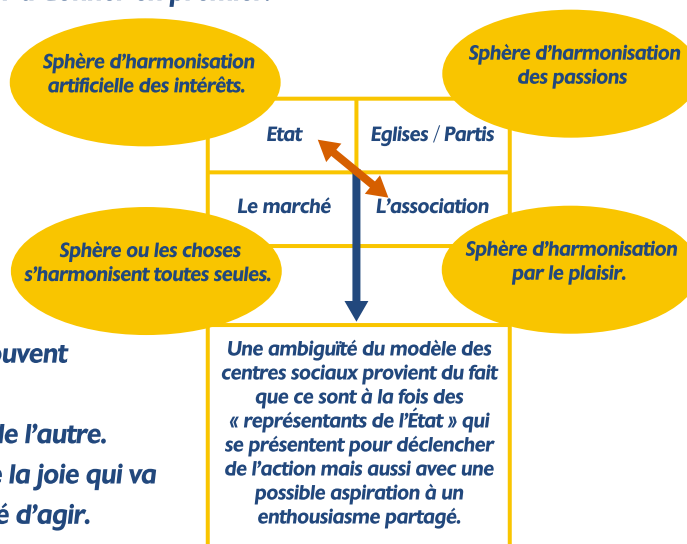
10. Veiller à nommer ce qu'on reçoit de l'autre.

11. Le véritable but est de produire de la joie qui va de pair avec l'accroissement de la capacité d'agir.

12. Il faut se rendre désirable, développer des activités intrinsèquement intéressantes, la demande des habitants viendra de surcroît.

13. Le problème premier est un problème de traduction, dans le langage des habitants et dans celui de l'Etat, voire dans celui du Marché.

14. Le don est un opérateur de reconnaissance qui donne et reconnaît la capacité de donner.



La chanson des bénévoles

« Il y a de la joie dans le don ! »

Une dynamique collective peut être suscitée par la musique, à l'image de la chanson « Il y a de la joie dans le don ! », créée par les participants à la formation-action sur la participation des habitants en 2012 : à chanter par exemple sur l'air de « y'a de la joie ». (Musique de Charles Trenet et Michel Emer 1937).

1er couplet

Y'a d'la Joie
 Bonjour, bonjour les bénévoles
 Y'a d'la Joie
 Dans les centres et dans les quartiers,
 Y'a d'la Joie
 Et du soleil dans les ruelles
 Y'a d'la Joie, partout y'a d'la Joie.
 Tous les jours
 Je donne, je reçois et je rends
 C'est le don
 Qui va, qui vient dans nos actions
 Contre don
 Bonjour, bonjour les bénévoles
 Y'a d'la Joie, partout y'a d'la Joie.

2ème couplet

Y'a d'la Joie
 Bonjour, bonjour animateur
 Y'a d'la Joie
 Dans les centres et sur le terrain,
 Y'a d'la Joie
 Dans un sourire, une rencontre
 Y'a d'la Joie, partout y'a d'la Joie.
 Un projet
 Tu crées, tu construis, tu partages
 En binôme
 Tu parles, échanges donc tu grandis
 Allez chante !
 Bonjour, bonjour animateur
 Y'a d'la Joie, partout y'a d'la Joie.

Paroles revues et corrigées par Chantal Coutillard 2012

Bibliographie

- **Caillé Alain** : *Anthropologie du don : Le tiers paradigme*, Ed La Découverte, 2007
- **Caillé Alain** : *La Quête de reconnaissance - nouveau phénomène social (sous la dir.)*, Ed. La Découverte, collection Textes à l'appui / Bibliothèque du M.A.U.S.S., 2007
Du convivialisme, dialogues sur la société conviviale à venir, **Alain Caillé, Marc Humbert, Serge Latouche et Patrick Viveret**, Ed. La Découverte, 2011.
- **Marcel Mauss**, *Essai sur le don* - première publication l'Année sociologique, 1923-1924, rééd. in Marcel Mauss, *Sociologie et anthropologie*, 2001, PUF, Paris. puis dans un volume à part.
- **Caillé Alain**, *Don, intérêt et désintéressement*, Bourdieu, Mauss, Platon et quelques autres, 1994 et 2005 (nouvelle édition augmentée), Ed. La Découverte.

<http://www.revuedumauss.com/>