

L'énigme du payant

Master INTEX – UBM

© CC BY-SA 4.0 – Benjamin Grassineau – Octobre 2026

Présentation

Qui s'occupe d'un espace de gratuité sait qu'il n'est pas rare d'entendre une personne qui le découvre ou y participe affirmer avec aplomb qu'« *il n'y a rien de gratuit* ». À bien des égards, un tel propos a de quoi dérouter. Dans les faits, n'est-il pas indéniable que certaines choses le sont ? D'ailleurs, l'espace de gratuité dans lequel la personne pénètre ne lui en apporte-t-il pas la preuve ? Face à cette réalité contrariante, mais tenace, il arrive que l'affirmation se mue en question : « *Soit ! Mais pourquoi c'est gratuit ?* » L'interrogation se tourne alors vers ce qui est gratuit, ou du moins vers ce petit bout de gratuité perdu au milieu d'un océan de marchandises payantes ! C'est désormais cette « anomalie » qu'il faudrait chercher à comprendre, et ainsi « re-normaliser ». Faute de pouvoir nier la gratuité, on en fait le plus souvent un phénomène *factice* (une fausse gratuité, qui cacherait des intérêts latents, ou ferait oublier que les affaires proposées ont bien dû être payées un jour), *transitoire* (elle serait la conséquence d'une surproduction industrielle intenable dans la durée), *limité* à des niches (par exemple au monde rural, aux pauvres, aux sociétés premières privées de Marché car « pas assez développées », etc.). Pour autant, ce qui reste inconcevable, c'est que la gratuité constitue une alternative crédible et durable au Marché. Si bien que, tout *contre-espace* qu'il soit (Bazin), un espace de gratuité amène rarement ceux qui le découvrent ou le fréquentent à s'interroger sur le caractère marchand de leurs propres pratiques. Vous n'entendrez sans doute jamais quelqu'un vous dire : « *Tiens, c'est vrai, pourquoi je fais payer mon travail, mes affaires, alors que je pourrais les donner ?* »

Cette « asymétrie discursive » révèle que la normalité se trouve du côté du payant, c'est-à-dire du Marché. Elle renvoie à un « paradigme marchand » qui irrigue toute la société, et dans lequel, en toute bonne « logique économique », la gratuité n'a pas lieu d'être. Milton Friedman l'avait résumé d'une formule célèbre : « *il n'y a pas de repas gratuit* » ! Il suggérait par là qu'il n'existe jamais de *vraie gratuité*, toute action ayant un coût. En science économique, il est loin d'être isolé. La majorité des économistes considèrent qu'un système gratuit serait incapable de satisfaire aux exigences d'une économie viable et efficace. Qu'en est-il de l'anthropologie économique, pourtant réputée critique envers la science économique et le Marché ? Elle reste trop souvent prisonnière de cette orientation. Une partie significative de sa littérature s'interroge ainsi sur « *l'énigme du don* » (Godelier) : *pourquoi donne-t-on, et pourquoi rend-on ?* Question légitime, bien sûr. Mais n'est-elle pas déjà orientée ? Pourquoi ne se demande-t-on pas aussi *pourquoi l'on vend, pourquoi l'on achète, ou pourquoi l'on possède ?* Ne faudrait-il pas poser, à côté de l'énigme du don, « *l'énigme du payant* » et « *l'énigme de la possession* » ?

Dans cet exercice, on va suivre cette piste, en partant d'un double constat empirique. D'une part, une même activité, un même type de service ou une même catégorie de bien peuvent coexister à la fois sous une forme gratuite et sous une forme payante. D'autre part, la gratuité domine certaines activités. Comment est-ce possible ? Après tout, si la gratuité est si rare, si « anormale » et si « inefficace », pourquoi existe-t-elle ? Et comment expliquer qu'elle soit tantôt minoritaire, tantôt prépondérante ?

Autre paradoxe. Dès lors qu'un bien ou un service peut être obtenu gratuitement, les agents économiques devraient s'en saisir, du moins s'ils sont rationnels. Là où les deux modèles coexistent, le payant, privé de débouchés, devrait disparaître. Or c'est l'inverse qu'on observe : *les agents préfèrent très souvent le payant au gratuit*. Faut-il en conclure que ce qui est gratuit est moins désirable ? Dans ce cas, la « modalité d'échange » (marchande ou non marchande) affecterait, dans certains contextes, le désir lui-même¹. La piste mérite d'être explorée. Mais les observations de terrain montrent surtout que ce choix traduit fréquemment une véritable *adhésion idéologique* fondée sur la *croyance dans les vertus du Marché*.

Passons maintenant du côté de l'« offre ». Les acteurs disposent souvent de ressources superflues, qu'ils n'utilisent pas et qu'ils pourraient donc donner, surtout quand donner leur fait plaisir et ne leur coûte presque rien. De plus, en mutualisant ces ressources, ils en tireraient collectivement, et donc individuellement, de larges bénéfices (productivité, réduction de l'impact environnemental, etc.). Pourtant, ils préfèrent les garder ou les vendre. Ce choix n'est pas sans conséquence. Vendre, surtout son propre travail, a un coût et peut même s'avérer contre-productif. Ne serait-il pas plus simple alors de se saisir directement de ce qui est gratuit, plutôt que de vendre son travail ou ses ressources pour obtenir des biens payants ? D'où une question de fond : *vend-on seulement par intérêt* ? Rien n'est moins sûr, car l'intérêt ne suffit pas à tout expliquer. Parfois, il ne viendrait même pas à l'idée des acteurs de vendre ce qu'ils possèdent. Dans d'autres cas, certains biens et services ne peuvent être légitimement vendus. Bref, pourquoi « parfois oui » et « parfois non » ?

L'ordre économique recèle donc un paradoxe. Pourquoi le payant domine-t-il là où le gratuit pourrait l'emporter ? S'il lui est vraiment inférieur, pourquoi le gratuit subsiste-t-il dans tant d'activités ? Et si, comme nous le pensons, le recours au Marché est souvent collectivement irrationnel, pourquoi continue-t-on malgré tout à le privilégier ? Toutes ces questions forment ce que nous appellerons *l'énigme du payant*. Pour l'explorer, nous proposons d'inverser le raisonnement courant, c'est-à-dire de faire porter la question non plus sur la gratuité, mais sur le payant. Pourquoi certaines choses sont-elles payantes ? Comment naît le payant ? Comment passe-t-on de l'économie de la gratuité et du don à l'économie marchande ? Quelle est la part du gratuit dans le payant ?

¹ C'est une idée qu'on trouve par exemple chez Tarde : la valeur des choses ne tient pas à leurs propriétés, mais aux désirs et aux croyances qui se diffusent par imitation.

Le cadre

Pour apporter un début de réponse à ces questions, cet exercice s'appuie sur un thème fondateur et controversé de l'anthropologie économique : la distinction entre le don et l'échange. Celle-ci repose sur une question simple en apparence : que *croient* les acteurs qu'il *va*, ou qu'il *doit*, se produire lorsqu'une ressource, ou un droit sur elle, passe d'une personne à une autre (ou à un groupe) ? Autrement dit, quelle suite projettent-ils sur la circulation des choses ?

Une des réponses les plus courantes à cette question est la théorie du « don-contre-don » de l'anthropologue Marcel Mauss. Elle souligne le caractère « *apparemment libre et gratuit, et cependant contraint et intéressé* » des prestations, et en particulier du don, qu'il étudie dans les sociétés premières. *Celui qui « reçoit » un don doit le « rendre » - et doit l'accepter.* Et il ne s'agit pas seulement une règle, il se *sent* obligé de le faire. Le don engage donc une contrepartie, à la manière d'un contrat informel. C'est pourquoi Mauss y voit déjà un échange, et même un marché qui précède les marchands et la monnaie. Contrairement à une interprétation de la pensée de Mauss qui est souvent avancée par les « anti-utilitaristes », quand ils font du don un système distinct du marché et relevant d'une « socialité primaire » (Caillé, Godbout), pour Mauss, le marché est présent dans toutes les sociétés, et le don doit être pensé comme une brique élémentaire d'une forme primitive de marché². La démarche de Mauss est donc holiste par son cadre, le don est rattaché à la totalité sociale dans laquelle il s'inscrit (c'est le « fait social total ») - ce qui en fait une avancée notable par rapport au réductionnisme de l'*homo œconomicus* propre à l'économie standard. Toutefois, elle reste réductionniste par son unité d'analyse. Mauss *réduit* le don au seul transfert d'une ressource, saisi à un *moment* donné, *projetant* ainsi sur son objet d'étude la forme de la marchandise qui circule³. Ainsi découpé, le transfert fait apparaître un déséquilibre, une asymétrie : le donneur perd, il « sacrifie » quelque chose, tandis que le receveur gagne. Le déséquilibre peut certes s'inverser (le donneur gagne alors en prestige, et le receveur est rabaissé), mais il n'en appelle pas moins une compensation. C'est là qu'intervient l'obligation de rendre, sous la forme de l'exigibilité d'une dette ou d'une contrepartie qui vise à rétablir l'égalité entre les parties⁴. Pourtant, si l'on considère l'interaction dans sa globalité, d'une part,

² Son propos est sans équivoque : « Nous décrivons les phénomènes d'échange et de contrat dans ces sociétés qui sont non pas privées de marchés économiques comme on l'a prétendu – car le marché est un phénomène qui selon nous n'est étranger à aucune société connue – mais dont le régime d'échange est différent du nôtre. On y verra le marché avant l'institution des marchands et avant leur principale invention, la monnaie proprement dite ; comment il fonctionnait avant qu'eussent été trouvées les formes (...) du contrat et de la vente d'une part, la monnaie titrée d'autre part. » (Mauss, 1960, p. 148).

³ Il ne faudrait pas non plus en conclure que Mauss est un utilitariste. En réintroduisant l'obligation et la diversité des motivations dans l'échange, il s'oppose clairement à l'idée d'un acteur mû par le seul intérêt marchand. Mais il plaque sur le don une structure marchande, au sens juridique (l'obligation de contrepartie) comme au sens économique (le modèle de la marchandise qui circule). Paradoxalement, l'obligation, qui lui sert à critiquer l'utilitarisme, est justement ce qui inscrit le don dans une forme marchande.

⁴ Testart critique à cet endroit l'idée même qu'il pourrait s'agir d'un don – et ce faisant le mouvement anti-utilitariste. Selon lui, sans nier la possibilité du don, dès lors qu'il y a exigibilité d'une contre-partie, on sort du don

l'échange y est bien plus « large » : autour du transfert de la ressource auquel on prête attention, d'autres choses circulent et s'échangent ; d'autre part, les « gains » vont dans les deux sens (le donneur y gagne en valorisation, le receveur en ressource, et tous deux en relation). On peut alors soutenir que le don se suffit à lui-même, car la réciprocité lui est intrinsèque.

L'obligation de retour n'est donc pas inscrite dans le don en tant que tel. Elle relève d'une forme d'échange particulière, l'échange compensatoire, que l'on rencontre dans certaines sociétés, à côté d'autres systèmes d'échange (Sahlins), mais que Mauss généralise à l'ensemble du don, à partir de cas qu'il sélectionne et parfois surinterprète. Ailleurs, le retour relève d'une simple norme, qui prend sens dans l'interaction (Garfinkel) et s'inscrit dans des rapports sociaux et des circuits plus larges (Polanyi, Malinowski). Elle n'est alors pas seulement économique, mais encadrée dans le social. En définitive, le don apparaît chez Mauss comme un correctif moral à l'échange marchand, non comme une alternative. Et ce que Mauss projette sur le don, c'est précisément l'opération qu'accomplit l'économie de marché : transformer le don en échange compensatoire. Plusieurs éléments permettent de reconstituer ce processus, par lequel on passe du don à l'échange marchand, puis la manière dont cet échange se justifie et se maintient :

Nous l'avons vu, le don est souvent réciproque en soi. Chacun.e aime recevoir et aime donner. Et accepter de recevoir, c'est déjà « donner » son acceptation. Autrement dit, le don est souvent un échange en soi : le plaisir, l'acceptation, la relation elle-même constituent le retour. La direction de « l'échange » n'est d'ailleurs pas toujours simple à définir, en particulier dans les services. Dans un cours, donne-t-on son écoute ou reçoit-on une information⁵ ?

Un système d'échange marchand ne reconnaît pas cette réciprocité. Il voit le don comme un transfert à sens unique, donc comme une perte : le donneur est lésé, le receveur, lui, s'enrichit. C'est que, pour fonctionner, il a besoin d'orienter l'échange, de l'« asymétriser », en supposant un besoin chez celui qui reçoit et une valeur dans la chose. Il fait ainsi apparaître une perte d'un côté, une dette de l'autre.

D'où l'exigence de compensation. Si le don est une perte, il faut logiquement la compenser. C'est la contrepartie obligatoire, *extérieure à l'action* (l'action aurait pu se dérouler sans elle)⁶. C'est elle qui justifie de faire payer.

pour entrer dans l'échange. Graeber quant à lui voit dans la dette un phénomène profondément politique, inscrit dans des rapports de domination, qui préfigure et induit l'apparition de la monnaie et du marché.

⁵ Même dans des configurations *a priori* dénuées de réciprocité, tel l'abandon d'un objet, on peut considérer que le donneur réalise une sorte de don anonyme à la communauté. En renonçant à l'exclusion d'usage (qui fonde la propriété), il libère la ressource de sorte que quelqu'un pourra la récupérer, ou non. Le retour tient à *cette possibilité même*, telle que le donneur se la représente. Il se convainc que l'objet pourra encore servir.

⁶ Pour approfondir, notons qu'elle peut être exigée *ex ante* (les conditions de l'échange sont acceptées et établies par les deux parties avant le transfert) ou *ex post*, selon la façon dont les acteurs projettent des besoins ou des attentes sur l'autre. Par exemple, l'un des protagonistes peut exiger *a posteriori* que le « bénéficiaire » le rémunère pour le service qu'il lui a rendu en prétextant qu'il a répondu à « ses besoins ». C'est alors une sorte de vente forcée. L'impôt s'inscrit dans cette logique : le service produit est censé répondre aux besoins d'un public. Or, ce besoin est souvent artificiellement construit (Illich). Quant au vol, il consiste au contraire en un refus unilatéral de la contrepartie : « *je ne te dois rien* ». La personne qui se considère comme lésée va, elle,

Cette exigence devient une norme. Dans une économie de marché, tout transfert devrait appeler une contrepartie. Cette norme est au fond une construction sociale, inscrite dans la pratique. Le marché requalifie une relation réciproque en « don » unilatéral, qui exige réparation. Le don à sens unique paraît alors anormal. On s'en méfie, on le refuse. Ce refus ne relève pas d'un calcul, mais d'une forme de conformisme. Imprégnés d'une idéologie marchande, les acteurs s'en tiennent à ce qu'elle définit comme normal.

L'observateur projette souvent ce modèle marchand (besoin, valeur, contrepartie) sur la situation qu'il étudie, au lieu d'examiner ce qui s'y construit réellement. Il suppose qu'une personne qui agit gratuitement cherche à en tirer quelque chose. Et comme toute gratuité peut être relue ainsi, le modèle se trouve toujours confirmé. D'où l'importance, pour qui analyse un échange, de s'interroger sur sa propre position.

La norme se donne une justification naturelle. Ce serait la nature du bien ou du service qui le rendrait payant. Le bien serait vendu parce qu'il serait intrinsèquement précieux, désirable (il répondrait à un besoin propre à la personne), et parce que sa production aurait un coût (« on y a passé du temps », « cela nous a coûté cher » : c'est une valeur-travail). S'en séparer serait dès lors un « sacrifice », et c'est ce qui justifierait de le faire payer. Par projection, si un bien est proposé gratuitement, on s'attend à ce qu'il soit « pillé », ou l'on soupçonne qu'il est de mauvaise qualité !

Les faits démentent pourtant cette justification. Les mêmes services coexistent sous forme gratuite et payante, et le sens même de la contrepartie est contingent. Pour faire pâturer des chèvres sur un terrain, l'éleveur peut le louer, les deux parties peuvent troquer, ou le propriétaire peut payer l'éleveur pour un service d'écopâturage. *Ce n'est donc pas la nature de l'activité qui détermine la « direction de l'échange ».*

C'est que, hors marché, la valeur, le sens et la direction de l'échange se construisent dans l'interaction. Qui donne, qui reçoit, ce que vaut la chose, qui se sent obligé, et pourquoi : tout cela n'est qu'en partie déterminé à l'avance. Les motivations des acteurs, notamment, sont souvent reconstruites après coup (Mills), sur la base des croyances auxquelles ils adhèrent : l'action les précède bien souvent. Certes, comme le souligne Karl Polanyi, un système d'échange donné détermine le sens et les enjeux de l'action. Mais il reste, a minima, un choix sous-jacent : celui du système d'échange lui-même, c'est-à-dire des règles du jeu. D'où la question suivante : *Qu'est-ce qui détermine le choix du système d'échange, et donc le caractère gratuit ou payant d'un service ?* Nous pouvons formuler ici une hypothèse pour l'expliquer.

Hypothèse. Ce n'est pas la nature des ressources qui circulent qui détermine le partage gratuit / payant, mais principalement les croyances que les acteurs partagent sur une question : que doit-il se passer après un transfert (je te donne) ou une proposition de transfert (je souhaite te

essayer de requalifier un « don forcé » en échange. Rien n'est ainsi défini *a priori*. La nature de l'échange peut être négociée tant que la transaction n'est pas éteinte.

donner) ? Quand ces croyances changent, quand la morale ou le droit placent une activité « hors marché » (elle doit être proposée ou réalisée gratuitement), les paramètres du système d'échange s'ajustent entre eux pour produire une économie non marchande fonctionnelle, quel que soit le contexte. Le payant relèverait donc moins de la nature des choses que de croyances partagées, souvent *irrationnelles au regard des effets comparés des deux économies*.

Exercice

Nous allons examiner des systèmes d'échange non marchands fonctionnels, qui coexistent, au sein d'une même activité, avec des systèmes marchands. Il s'agira de comprendre comment ils fonctionnent, sur la base de quelles croyances et de quelles règles, et comment ils interagissent avec les systèmes marchands. Ceux-ci sont-ils concurrents ou complémentaires ? Est-il vrai que les systèmes non marchands sont moins efficaces, et selon quels critères ? L'organisation sociale se reconfigure-t-elle en fonction du système d'échange ? Les acteurs révisent-ils leurs croyances ? Il faudra garder à l'esprit que l'observateur, immergé dans un environnement largement dominé par le Marché, déforme toujours en partie ce qu'il observe : sa façon de percevoir, les faits qu'il sélectionne, etc. (voir la variable 15 de la grille).

Chaque groupe analyse un cas de gratuité avec une grille commune : qu'est-ce qui suit le transfert, et qu'est-ce qui doit le suivre ? Qui fixe la règle ? La mise en commun des cas permettra de tester l'hypothèse.

Consignes

1. Former des groupes. Chaque groupe choisit un cas dans le tableau ci-dessous.
2. Chercher des informations en ligne. Noter la source de chaque information : qui écrit, d'où, pour qui (variable 15) ?
3. Dans la grille, *retenir les cinq ou six variables* qui éclairent le mieux le cas choisi. Décrire avant d'interpréter.
4. Préparer, pour la mise en commun (3 minutes par groupe), une réponse à trois questions :
 - Quelle gratuité : naturelle en apparence, coutumière, volontaire, instituée par une règle ou par la loi ?
 - Que doit-on, ou ne doit-on pas, après le transfert ? Est-ce une croyance, une injonction ?
 - Le même service existe-t-il aussi en payant ? Qu'est-ce qui l'en distingue ?

Sept cas

Les cas vont d'une gratuité qui paraît « naturelle » à une gratuité instituée, et du foyer à l'échelle internationale. Les pistes de recherche sont des suggestions pour démarrer.

Tableau : sept cas d'étude

Cas	De quoi s'agit-il ?	Questions de départ	Pistes de recherche
-----	---------------------	---------------------	---------------------

1. L'auto-production domestique	Cultiver un potager, bricoler, cuisiner, faire son propre site : produire pour soi, pour son propre usage, ce qu'on pourrait acheter.	Y a-t-il échange s'il n'y a qu'une personne ? Pourquoi dit-on qu'on « économise » en faisant soi-même ?	autoproduction, jardins familiaux, repair café, bricolage
2. La plage publique	En France, l'accès aux plages est libre et gratuit ; à côté existent des plages concédées, des transats et des parkings payants.	Pourquoi la plage est-elle gratuite, et la piscine payante ? Qu'est-ce qui autorise une plage privée à faire payer ?	domaine public maritime, loi Littoral, concession de plage
3. La kula	Un circuit d'échange cérémoniel entre les îles de la région Massim (Papouasie-Nouvelle-Guinée), décrit par Malinowski en 1922 : colliers et brassards circulent en sens inverse, sans être gardés.	Pourquoi échanger des objets qui ne servent à rien ? Qu'est-ce qui distingue la kula du gimwali, le troc pratiqué lors des mêmes voyages ? Qu'est-ce que Malinowski ne pouvait pas voir, du fait de sa position ?	kula, Malinowski, <i>Argonauts</i> , vaygu'a, gimwali
4. Les réseaux d'hospitalité	Servas, Couchsurfing, Warmshowers, BeWelcome : des hôtes accueillent gratuitement des voyageurs.	Dans une nuit chez l'habitant, qui donne et qui reçoit ? Pourquoi un réseau d'hospitalité gratuite devient-il payant ? Qui paie, et pour quoi ?	Couchsurfing, Warmshowers, hospitalité gratuite, réputation en ligne
5. Wikipédia	Une encyclopédie écrite par des bénévoles, libre d'accès et de réutilisation sous licence Creative Commons BY-SA.	Pourquoi des gens écrivent-ils gratuitement une encyclopédie que d'autres peuvent revendre ? Que vous impose la licence si vous réutilisez un article ?	licence CC BY-SA, Wikimedia Foundation, historique des modifications
6. Le don du sang en France	Le don de sang est bénévole, anonyme et gratuit, et l'Établissement français du sang a le monopole de la collecte ; aux États-Unis, le plasma est rémunéré.	Pourquoi le sang est-il donné, alors que les médicaments qui en sont tirés se vendent ? Que change le fait de payer un donneur ?	EFS, principes éthiques du don, plasma rémunéré, Titmuss
7. Les prêts entre musées	Les musées se prêtent des œuvres pour des expositions temporaires, en principe sans loyer ; l'emprunteur paie l'assurance et le transport.	Si un musée paie l'assurance mais pas l'œuvre, a-t-il acheté quelque chose ? Pourquoi un prêt gratuit devient-il payant dans certains cas ?	prêt d'œuvres, assurance « de clou à clou », inaliénabilité des collections

La grille d'analyse

Retenir les cinq ou six variables qui éclairent le mieux votre cas.

A. La ressource et son accès

1. **Nature de la ressource** : est-elle rivale (ce que l'un prend, l'autre ne l'a plus) ou non ? Renouvelable ? Quel écart entre sa rareté réelle et sa rareté perçue ?
2. **Modalité d'accès** : qui peut y accéder, et à quelles conditions ? Qui en est exclu, et par quoi ?
3. **Équivalent payant** : le même service existe-t-il aussi en payant ? Qu'est-ce qui l'en distingue ?
4. **L'origine de la ressource** : achetée, autoproduite, reçue, glanée, récupérée ? Cette origine conditionne-t-elle les modalités de transfert (et d'usage) jugées acceptables ensuite ? Par exemple, les « objets nomades » imposent une règle qui empêche le retour dans le circuit marchand.

B. Les règles

5. **Pratiques et règles d'échange** : qui donne quoi à qui, dans quel ordre ? Qu'est-ce qui est obligatoire, interdit ou permis ?
6. **Statut juridique et source du droit** : la loi, la coutume, un contrat, une licence, l'usage ? Quelle place le droit tient-il dans la pratique ?
7. **Régulation et conflits** : qui règle les échanges, et à quelle échelle ? Quelle place pour les normes non écrites, et pour ce qui agit sans se voir dans la situation (une loi, une institution lointaine) ? Quels conflits apparaissent, et comment sont-ils réglés ?
8. **Mémoire des transferts** : qui garde trace de ce qui a circulé, et comment ?

C. L'inscription sociale

9. **Organisation sociale** : quelle organisation naît de ces échanges (un réseau, une communauté, une institution, rien) ?
10. **Encastrement** : dans quels liens, quelles institutions, quels rituels l'échange est-il pris ?
11. **Rapport au marché** : le marché s'installe-t-il à côté, entre-t-il en concurrence, capte-t-il une partie de la ressource ?
12. **Fonctions** : à qui sert le système ? Pourquoi a-t-il été mis en place, ou pourquoi se maintient-il ? Quels sont ses effets ?

D. Le sens

13. **Pratique et plaisir** : que font concrètement les gens, qu'est-ce qui est permis, et quel plaisir y trouvent-ils ?
14. **Croyances** : qu'est-ce qui donne de la valeur aux choses échangées ? Que croit-on qui va se passer après le transfert ?

E. L'observateur

15. **Position de l'observateur** : d'où parle celui qui décrit (vos sources, et vous-mêmes) ?
Qu'est-ce que cette position lui permet de voir, et qu'est-ce qu'elle lui cache ?

Bibliographie

Pour entrer dans le sujet

- BAZIN Hugues (2015), « Les figures du tiers-espace : contre-espace, tiers-paysage, tiers-lieu », *Filigrane*, n° 19, en ligne : <https://journals.openedition.org/filigrane/717>
- CAILLÉ Alain (1989), *Critique de la raison utilitaire : Manifeste du MAUSS*, Paris, Éditions la Découverte.
- GARFINKEL Harold (2007), *Recherches en ethnométhodologie*, Paris, PUF.
- GODBOUT Jacques T. (en collaboration avec Alain CAILLÉ) (1992), *L'Esprit du don*, Paris, La Découverte.
- GODELIER Maurice (1996), *L'Énigme du don*, Paris, Fayard.
- GRAEBER David (2013), *Dette : 5 000 ans d'histoire*, Paris, Les Liens qui libèrent.
- ILLICH Ivan (1973), *La Convivialité*, Paris, Seuil.
- MAUSS Marcel (1960), « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques », in *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF.
- MILLS Charles Wright (1940), « Situated Actions and Vocabularies of Motive », *American Sociological Review*, vol. 5, n° 6, p. 904-913.
- POLANYI Karl (1983), *La Grande Transformation*, Paris, Gallimard.
- TARDE Gabriel (2015), *Psychologie économique*, Paris, Sciences Po.
- TESTART Alain (2007), *Critique du don*, Paris, Syllepse.

Pour les cas

- CÉRÉZUELLE Daniel et ROUSTANG Guy (2010), *L'Autoproduction accompagnée. Un levier de changement*, Toulouse, Érès.
- GOTMAN Anne (2001), *Le Sens de l'hospitalité. Essai sur les fondements sociaux de l'accueil de l'autre*, Paris, PUF.
- GRASSINEAU Benjamin (2009), *La Dynamique des réseaux coopératifs. L'exemple des logiciels libres et du projet d'encyclopédie libre et ouverte Wikipédia*, thèse de doctorat en sociologie, Université Paris-Dauphine.
- ILLICH Ivan (1981), *Le Travail fantôme*, Paris, Seuil.
- KOPYTOFF Igor (2020), « Pour une biographie culturelle des choses : la marchandisation en tant que processus », in APPADURAI Arjun (dir.), *La Vie sociale des choses. Les marchandises dans une perspective culturelle*, Dijon, Les Presses du réel.
- MALINOWSKI Bronislaw (1963), *Les Argonautes du Pacifique occidental*, Paris, Gallimard.
- ROITMAN Janet et WARNIER Jean-Pierre (2006), « La politique de la valeur. Une introduction », *Journal des africanistes*, vol. 76, n° 1, p. 205-216.
- SAHLINS Marshall (1976), *Âge de pierre, âge d'abondance*, Paris, Gallimard.
- TITMUSS Richard M. (1970), *The Gift Relationship*, Londres, Allen & Unwin.
-
- Loi n° 86-2 du 3 janvier 1986 relative à l'aménagement, la protection et la mise en valeur du littoral (dite « loi Littoral »).
- Code du patrimoine, article L451-5 (version modifiée par la loi n° 2020-1525 du 7 décembre 2020), Légifrance.