

## **Donner et prendre**

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Type de support : Volume

Titre(s) : Donner et prendre : la coopération en entreprise / Norbert Alter

A pour autre édition sur un support différent : Donner et prendre la coopération en entreprise Norbert Alter 2012 Paris Cairn Poche/Sciences humaines et sociales 978-2-7071-6720-0

Auteur(s) : Alter, Norbert (1952-....) sociologue

Publication : Paris : la Découverte, DL 2010

Description matérielle : 1 vol. (232 p.) : couv. ill. en coul. ; 19 cm

Collection : La Découverte poche Sciences humaines et sociales

ISBN : 978-2-7071-6720-0

EAN : 9782707167200

Appartient à la collection : La Découverte-poche. Sciences humaines et sociales 1272-1522  
La Découverte-poche (Paris) 1272-1492 339

Classification décimale Dewey : 302.350 1 22

Note sur l'édition et l'histoire bibliographique : Autres tirages : 2013, 2016

Note sur la collection : Numéro dans la collection principale : 339

Note sur les bibliographies et les index : Bibliogr. p. 227-230

Résumé ou extrait : Ce livre aborde la principale énigme du monde du travail : la coopération. Elle est nécessaire au bon fonctionnement des entreprises, mais ne repose que sur la « bonne volonté » des opérateurs. La coopération ne s'explique en effet ni par l'intérêt économique, ni par la contrainte des procédures, ni par les normes de métier. Elle repose largement sur la seule volonté de donner : on donne aux autres parce que donner permet d'échanger et donc d'exister en entreprise. Coopérer suppose en effet de créer des liens sociaux, par l'intermédiaire desquels circulent des biens, des informations, des services, des symboles, des rites ou des émotions, comme circulaient les dons dans les sociétés « primitives ». Mais, hier comme aujourd'hui, ces échanges ne peuvent être réduits à une série de comportements

altruistes et pacifiques : donner représente également le moyen d'obliger, d'obtenir, de trahir ou de prendre. Et ce « commerce » se réalise au nom d'un tiers, qu'il se nomme métier, mission, projet, réseau ou entreprise. Celle-ci tire donc parti de cette ingéniosité collective qui se donne à elle, permettant changement et mouvement. Pour autant, loin de reconnaître ces générosités, elle dénie l'existence du don et privilégie les modes de gestion « modernes », qui préfèrent que salariés et employeurs soient quittes, plutôt que mutuellement endettés. Norbert Alter met ainsi en évidence un phénomène paradoxal, qui prend à rebours les discours du management ordinaire : le problème des organisations ne consiste pas à « mobiliser les salariés », mais à tirer parti de leur volonté de donner.

Sujet - Nom commun : Coopération (psychologie)

Communication dans les organisations

Sociologie du travail

Relations humaines