CAHIER DE RECHERCHE

Laboratoire Orléanais de Gestion

LOG

NUMÉRO 2007-01

MOTIVATIONS DES BENEVOLES : UNE REVUE DE LA LITTERATURE

Nathalie Dubost

LABORATOIRE ORLÉANAIS DE GESTION (EA 2635)

I.A.E. d'Orléans
Faculté de Droit, d'Économie et de Gestion
Rue de Blois - B.P. 6739
45067 ORLEANS CEDEX 2

Tél. 02 38 41 70 28
Fax 02 38 49 48 16

E-Mail : log@univ-orleans.fr
http://www.univ-orleans.fr/DEG/LOG

UNIVERSITE D'ORLEANS

Motivations des bénévoles : une revue de la littérature

Nathalie DUBOST

Maître de Conférences
LOG, IAE Orléans, Rue de Blois, BP6739, 45067 Orléans Cedex 2
nathalie.dubost@univ-orleans.fr

Résumé

Après avoir montré l'importance des bénévoles comme ressource des associations, cette communication pose la question de la nature et de l'intensité de leurs motivations. Une revue des travaux de recherche est alors proposée, pour aboutir à une typologie basée sur la nature des hypothèses et sur la méthodologie utilisée. Pour finir, nous montrons que des travaux en Sciences de Gestion pourraient certainement enrichir le débat sur cette question de recherche.

Mots clés

Motivations, bénévoles, modèles économiques, modèles sociologiques, psychologie sociale.

Motivations des bénévoles : une revue de la littérature

Le poids économique du secteur associatif en France [1] amène à la question du bénévolat. Pour Ferrand-Bechmann (1992), est bénévole « toute action qui ne comporte pas de rétribution financière et s'exerce sans contrainte sociale ni sanction sur celui qui ne l'accomplit pas ; c'est une action dirigée vers autrui ou vers la communauté avec la volonté de faire le bien, d'avoir une action conforme à de nombreuses valeurs sociétales ici et maintenant »[2]. Onze millions de bénévoles travaillent aujourd'hui dans les associations, mais on estime à quatre millions le nombre de bénévoles travaillant en moyenne plus de deux heures par semaine dans une association[3]. La valeur économique de ces bénévoles atteindrait plus de 14 milliards d'euros en 2002. En outre, une enquête récente montre que les associations, dans une très grande majorité (96%), ont davantage besoin de bénévoles qu'il y a cinq ans, et que cette ressource est plus critique que les biens matériels et les moyens financiers[4].

Le rôle essentiel des bénévoles étant posé, plusieurs questions de recherche peuvent être soulevées. Parmi celles-ci, nous avons choisi de nous intéresser à la motivation des bénévoles, c'est-à-dire aux raisons qui poussent, à un moment donné, un individu à s'engager dans une association (Prouteau et Wolff, 2004). De nombreux observateurs remarquent une hétérogénéité croissante des candidats au bénévolat (Ferrand-Bechmann, 2000) : cela signifie-t'-il que la motivation des bénévoles est, elle aussi, multiforme ? Ou peut-on repérer une raison majeure de faire du bénévolat, qui, sans être universelle, l'expliquerait de façon récurrente ? La compréhension de la motivation des bénévoles peut aider les associations à mieux cibler leurs efforts de prospection et de communication, en adaptant leur message aux motivations des bénévoles qu'elles souhaitent attirer et retenir (Bussell et Forbes, 2001 ; Wymer, 1997).

---

[1] Voir à ce sujet Archambault E. (2006), « Le poids économique des associations » Communication à l'Ecole des Mines, UMA, Paris, 04/05/2006.

[2] Ferrand Bechmann D., *Bénévolat et solidarité*, Paris, Syros Alternatives, 1992, p. 35.

[3] Hely et Bernardeau-Moreau (2006) proposent de distinguer les bénévoles impliqués, ordinaires et occasionnels.

[4] Etude mentionnée dans le rapport d'information (n°16) fait au nom de la commission des Affaires culturelles sur le bénévolat dans le secteur associatif, par M. Bernard Murat, sénateur. Session ordinaire de 2005-2006, annexe au process-verbal de la séance du 12 octobre 2005.

De même, chaque bénévole est porteur d'un projet personnel qui se reflète en partie dans ses motivations à participer au fonctionnement d'une association ; comment ce projet personnel s'articule-t'-il avec le projet associatif [5]? « L'association permet-elle à des gens qui veulent s'engager de réaliser leurs projets, tout en gardant son efficacité dans son propre projet ? »[6]. Un éclairage théorique sur les motivations des bénévoles apportera des éléments de réponse à cette question portant sur l'adéquation entre les bénévoles et l'association qui les accueille.

Ce cahier de recherche présente une revue des travaux de recherche portant sur cette problématique. Dans une première partie, nous faisons une synthèse des travaux français, où nous montrons que l'essentiel des recherches relève de l'économie et de la sociologie (1). Dans une seconde partie, nous présentons l'approche anglo-saxonne, issue de la psychologie sociale, et basée sur une méthodologie quantitative (2). Nous terminons cet article en proposant des pistes de recherche.

1. ETAT DES RECHERCHES EN FRANCE : DE RICHES TRAVAUX…EN DEHORS DES SCIENCES DE GESTION

A notre connaissance, il n'existe pas de travaux de recherche français en Sciences de Gestion ayant abordé cette problématique. Notre revue de la littérature a débouché sur des recherches relevant des Sciences Economiques (Prouteau, 2002 ; Prouteau et Wolff, 2004), des Sciences Politiques (Hamidi, 2002) et de la Sociologie (Ferrand-Bechmann, 2004). Si les premières pèchent par l'incapacité à retranscrire l'hétérogénéïté des motivations dans un modèle (1.1), les secondes, en apportant des témoignages circonscrits, ne permettent pas une vision exhaustive du cette question de recherche (1.2).

1.1. MOTIVATIONS DES BENEVOLES ET SCIENCES ECONOMIQUES : L'ABSENCE DU MOTIF RELATIONNEL DANS LES MODELES

Dans leur synthèse des modèles économiques du bénévolat, Prouteau et Wolff (2004) parlent du modèle de « production des biens collectifs », où l'individu devient bénévole « afin de contribuer à la réalisation de services associatifs qui présentent certains attributs de biens collectifs » et où « sa participation n'a d'intérêt à ses yeux qu'en tant que facteur de production ». Le service rendu par l'association peut être exclusivement destiné à autrui (on

[5] Le projet associatif définit la nature, autrement dit « l'objet », et la finalité de l'association (www.guidon.asso.fr)

[6] La Tribune Fonda, octobre 2004, cité dans le rapport d'information cité en note 2, p.12.

parle de variante altruiste du modèle) ou au bénévole lui-même : l'auteur donne l'exemple d'une crèche parentale, où les bénévoles gardent leurs enfants et ceux des autres parents membres de l'association. Ce modèle repose donc sur une vision utilitariste de l'engagement associatif.

Un autre modèle économique, dénommé « modèle de consommation de biens privatifs », délaisse l'objet de l'association pour se concentrer sur les gratifications que recherche le bénévole à travers son engagement : le prestige, le pouvoir, le plaisir de donner sont les moteurs de l'engagement associatif. Le bénévole peut également chercher un moyen d'améliorer sa formation, son expérience : on parle alors de « modèle d'investissement ». Une forme d'investissement réside dans la volonté de créer ou d'élargir un réseau de connaissances grâce à la pratique du bénévolat, ce réseau pouvant s'avérer utile par la suite : on parle d'investissement en capital social, voire même de stratégies de signalement, lorsque le fait de faire figurer son engagement associatif sur un *curriculum vitae* constitue pour le bénévole un atout pour sa carrière.

D'un point de vue empirique, les résultats des recherches apportent un faible degré de validité à ces modèles : Prouteau et Wolff (2004) y voient la nécessité d'enrichir ces cadres d'analyse, et, à ce sujet, proposent d'introduire le motif relationnel pour expliquer le bénévolat. En analysant les résultats de l'enquête « Vie associative » de l'INSEE publiée en 2002, les auteurs montrent que les hypothèses des modèles pré-cités sont pertinentes [7], mais qu'elles ne sauraient à elles seules expliquer les motivations des bénévoles. En outre, en raison de l'hétérogénéité des bénévoles (en termes d'âge, de formation, de situation familiale, de salaires, de statut professionnel etc.) et du caractère pluridimensionnel des motivations d'un individu, Prouteau et Wolff (2004) conseillent de mener des recherches sur des populations ciblées, voire même des approches monographiques pour gagner en finesse d'analyse. En optant pour cette méthodologie, les travaux proposés en Sciences Politiques et en Sociologie apportent un éclairage très intéressant sur le sujet.

[7] Ainsi, le fait que les bénévoles citent comme motivation « la défense de leurs droits, intérêts ainsi que ceux de leur famille et des autres » confirme l'hypothèse de la réalisation de services d'intérêt commun, à la base du modèle de production de biens collectifs. De même, les motifs concernant la rencontre d'autres personnes et l'épanouissement personnel renvoient aux gratifications recherchées par le bénévole, citées dans le modèle de consommation de biens privatifs.

1.2. MOTIVATIONS DES BENEVOLES, SOCIOLOGIE ET SCIENCES POLITIQUES : LA PREDOMINANCE DES ETUDES DE CAS

Les recherches que nous avons lues retranscrivent bien le caractère mouvant et évolutif des motivations des bénévoles, aspect totalement ignoré des Sciences Economiques. Ainsi, dans sa recherche portant sur les effets politiques de l'engagement associatif, Hamidi (2000) met en lumière le fait que les bénévoles ne possèdent pas forcément au départ des motivations précises : à l'aide d'une recherche effectuée auprès de trois associations issues de l'immigration, elle montre que la plupart des adhérents viennent dans ces associations pour en obtenir un service ou une aide, et non dans l'idée de « s'engager », avec ce qu'elle suppose d'intentionnalisme ou d'idée d'une cause à défendre. En outre, Hamidi (2000) montre que les motivations des bénévoles, loin d'être statiques, évoluent avec le temps : les facteurs qui poussent un bénévole à entrer dans une association sont différents de ceux qui le poussent à maintenir son activité par la suite.

On trouve un courant de recherche fructueux en Sociologie sur le bénévolat. L'Association Française de Sociologie (AFS) a fondé lors de son congrès en février 2004 le groupe de recherche "sociologie de l'engagement, de la vie associative et du bénévolat". Il a pour objectif « d'aborder une sociologie des associations, marquée par la présence de bénévoles souvent militants et inventifs, d'engager une réflexion sur le bénévolat à côté et au secours du travail rémunéré, et sur les nouvelles formes d'engagements et de pouvoir d'agir à tous les âges de la vie et dans divers espaces géographiques et politiques [8]». Lors du deuxième congrès de l'AFS en septembre 2006, des recherches terrain apportent des éléments de réflexion indispensables à l'étude des motivations des bénévoles.

Ainsi, s'intéressant aux associations sportives en France, Chevalier et Fleuriel (2006) montrent qu'il serait erroné de s'en tenir à une représentation sacralisée du bénévolat comme forme d'engagement gratuit et désintéressé au service d'une cause[9]. Les bénévoles ne sont pas un ensemble homogène partageant les mêmes conditions de vie, les mêmes causes et les mêmes valeurs : il existe une division du travail bénévole dans le sport, basée sur un « travail invisible » (toutes les tâches dévolues à des bénévoles « exécutants » : les « dames-tartines »

[8] Voir le site de présentation de l'AFS et des divers réseaux thématiques : www.afs-socio.fr/rt35.htm

[9] Walter et Falcoz (2006) parlent du « don de soi », qui se décline à travers la disponiblité, le dévouement et le désintéressement.

qui tiennent la buvette du concours, les ramasseurs de barres, les commissaires aux obstacles pour le fonctionnement des concours hippiques, les hôtesses d'accueil etc.) et un travail beaucoup plus visible qui concerne les tâches à responsabilité, d'encadrement, de représentation dévolues à des bénévoles élus ou cooptés (le Président, trésorier du club, du comité régional, de la fédération etc.). Si chacun s'accorde à faire comme si le travail, au prétexte qu'il est bénévole, était de même nature dans un cas comme dans l'autre, force est de constater que les rétributions attendues, réelles ou supposées, ne sont pas équivalentes. A ce sujet, le bénévolat peut être l'occasion d'acquérir une valeur ajoutée susceptible d'être échangée sur d'autres marchés notamment professionnels.

Pour Hanifi (2006), le bénévolat peut également satisfaire un besoin de reconnaissance éprouvé suite à une frustration découlant de l'activité professionnelle. À travers un terrain réalisé en 2003 au sein d'une association caritative américaine qui œuvre pour l'insertion professionnelle des femmes en difficulté, elle expose la façon dont l'engagement associatif peut pourvoir aux besoins de pouvoir de femmes cadres dont l'ascension sociale est compromise. Dans ce contexte, être bénévole permet de contrecarrer les coûts psychologiques et moraux résultant de la confrontation de ces femmes avec "les plafonds de verre" du monde professionnel. Le don de soi est perçu comme une valeur refuge et peut éventuellement servir de moteur à une seconde carrière.

Si ces recherches montrent bien les raisons plurielles à la source du bénévolat, elles se centrent malgré tout sur l'individu, ses aspirations, son histoire. Or, le bénévolat implique une rencontre avec une organisation, dont les caractéristiques peuvent également avoir une influence sur la motivation des bénévoles. Le passage à l'acte suppose qu'une entité, récipiendaire des aspirations des individus, conforte l'envie de faire du bénévolat en raison des signaux qu'elle produit. Dans son analyse de deux associations oeuvrant pour le commerce équitable, Gateau (2006) met en lumière l'impact des pratiques et des valeurs véhiculées par une association sur la motivation des bénévoles à y venir et à y rester. Après avoir souligné comment chaque association se différencie l'une de l'autre quant à son approche du commerce équitable (organisation, commercialisation, recours à des labels etc.), le chercheur montre que ces deux organisations attirent des bénévoles hétérogènes qui ont de « bonnes raisons » de s'impliquer dans telle ou telle organisation.

Pour conclure cette première partie, et au regard des travaux présentés plus haut, nous pensons que certains cadres d'analyse utilisés en Sciences de Gestion, notamment en Gestion des Ressources Humaines, permettraient de poursuivre les recherches sur les motivations des bénévoles. A titre d'exemple, les recherches actuelles sur la motivation au travail visent à concevoir des modèles théoriques intégrateurs, parmi lesquels celui de Mitchell et Daniels (2003) nous semble particulièrement intéressant (Charles-Pauvers et al., 2006, p. 13). La motivation y est analysée comme un processus, où interviennent trois étapes :

1. la composante de déclenchement, causée par un besoin d'objet ou d'état : on retrouve ici les différentes raisons de faire du bénévolat, depuis la recherche d'une valeur ajoutée jusqu'au besoin de compenser une frustration,
2. la composante directionnelle, comprenant les buts que se fixent les individus pour guider leur action : comment le bénévole recherche l'association ? A-t-il déjà des critères définis pour choisir l'association, ou y-a-t-il une part de hasard ?
3. la composante d'intensité du comportement, qui représente l'amplitude et la persistance du comportement : le bénévole s'engage-t-il pour un long moment ? Avec quelle fréquence exerce-t-il son activité de bénévole ?

En outre, ce modèle fait intervenir des variables individuelles (croyances et valeurs, traits personnels) et de contexte (normes sociales, récompenses et renforcements) qui interagissent avec la motivation : cette perspective nous semble très pertinente car elle prend bien en compte le caractère non obligatoire du bénévolat (cf la définition de Ferrand-Bechmann dans l'introduction) qui est dès lors soumis aux impératifs de l'individu. Il est tout à fait concevable qu'un individu annonce des motivations précises pour être bénévole, mais qu'il ne puisse passer à l'acte ou le maintenir dans la durée en raison de problèmes de gestion du temps ou d'interférence avec d'autres activités jugées plus indispensables.

Enfin, ce modèle ouvre la possibilité d'être testé empiriquement auprès d'un échantillon de bénévoles, et donc de proposer une généralisation prudente de ses hypothèses. Les recherches que nous présentons maintenant s'inscrivent dans cette optique.

2. LES RECHERCHES ANGLO-SAXONNES : LES APPORTS DE LA PSYCHOLOGIE SOCIALE

Pour les chercheurs, le bénévole est mû par la recherche de « récompenses », qu'il va pouvoir obtenir en s'engageant dans une organisation sans contrepartie financière. Dès lors, certains travaux vont proposer une typologie de ces gratifications, allant même jusqu'à construire des échelles de mesure à l'aide de méthodologies quantitatives poussées (2.1). Constatant que la recherche de « récompenses » n'explique pas tout, d'autres chercheurs vont introduire des variables relatives au contexte entourant le bénévole (2.2), et dont nous avons souligné l'importance à la fin de la première partie.

2.1. LES MOTIVATIONS DES BENEVOLES ABORDEES SOUS L'ANGLE DE LA QUETE DE RECOMPENSES

A l'aide d'une recherche portant sur quelques centaines de bénévoles opérant dans le secteur de la santé, Gidron (1978) met à jour trois types de récompenses : sociale (recherche de contacts et de relations avec autrui), personnelle (sentiment d'accomplissement personnel), et économique (constitution de réseaux et gain d'expérience). Les aspirations du bénévole changent avec l'âge : ainsi, les plus jeunes seraient motivés par la possibilité d'acquérir une expérience professionnelle, là où les plus âgés rechercheraient avant tout des contacts.

Fitch (1987, 1991) propose également trois catégories de récompenses, qui, tout en recoupant la typologie de Gidron, évaluent si le bénévole agit avant tout dans son propre intérêt, ou dans l'intérêt d'autrui. C'est ainsi qu'il parle de motivations altruistes, de motivations égoïstes et de motivations d'obligation sociale. L'obligation sociale est définie comme le sentiment d'avoir une dette vis-à-vis de la société, et relève des deux types de motivations précédentes. Fitch (1987) va développer une échelle de vingt items, dont voici quelques exemples :

Motivation de nature altruiste	Motivation de nature égoïste	Motivation de nature obligation sociale
Je me sens concerné par ceux qui ont moins de chance que moi.	C'est l'occasion d'acquérir de nouvelles compétences.	J'espère que quelqu'un m'aiderait si moi-même ou un membre de ma famille était dans la même situation.

Source : Zweigenhaft R.L., Armstrong J., Quintis F., Riddick A. (1996), The motivations and effectiveness of hospital volunteers, *The Journal of Social Psychology*, vol.136 (1), pp.25-34.

Dans une étude auprès d'étudiants bénévoles, Fitch (1987) constate que la motivation la plus forte est de nature égoïste, suivie à rang égal de deux motivations d'ordre altruiste et égoïste. Zweingenhaft et al.(1996) vont utiliser la même échelle, mais auprès d'une population plus âgée : la motivation la plus fréquemment citée est, cette fois, relative au sentiment d'obligation sociale. Ce résultat confirme l'hypothèse de Gidron pour qui les bénévoles les plus jeunes chercheraient avant tout des récompenses personnelles et économiques, relevant de motivations de nature égoïste.

Pour Cnaan et Goldberg-Glen (1991), le bénévole n'agit pas selon une catégorie particulière de motivations, mais selon une combinaison de motivations qui peut être décrite comme une récompense globale. A partir d'une revue de la littérature, les chercheurs identifient 28 motivations, qu'ils vont soumettre à 258 bénévoles. Un ensemble d'analyses factorielles démontre que la plupart des motivations se regroupent sur un seul et même facteur : ainsi, alors que la théorie distingue deux ou trois types de motivations, le test empirique tend à prouver que les motivations des bénévoles seraient un concept unidimensionnel.

Clary et al. (1998, 1999) vont quant à eux utiliser le fonctionnalisme pour comprendre les motivations qui poussent les individus à devenir bénévoles et à le rester pendant un certain laps de temps. Selon ce cadre d'analyse, les individus peuvent avoir les mêmes attitudes mais des motivations différentes, d'où son intérêt pour comprendre la complexité du bénévolat. A l'aide d'une revue détaillée des recherches sur les bénévoles, Clary et al. (1998) vont proposer six fonctions (ou récompenses) potentiellement remplies en pratiquant le bénévolat : l'expression de valeurs, la compréhension, les relations sociales, la gestion de carrière, la protection et le développement de soi. Le tableau suivant donne la définition de chaque fonction et un exemple d'item servant à les mesurer :

Fonction (récompense)	Définition	Exemples d'item
Expression de valeurs	L'individu est bénévole car cela lui permet d'exprimer des valeurs d'altruisme et d'humanité	« Je pense que c'est important d'aider les autres ».
Compréhension	L'individu cherche à apprendre de nouvelles choses et à exercer des compétences qu'il n'utilise pas par ailleurs	« Le bénévolat m'aide à apprendre grâce à l'expérience terrain », « J'apprends sur mes propres forces »
Relations sociales	Le bénévolat est un moyen de renforcer ses relations sociales, d'être avec des amis et d'exercer une activité qui est valorisée par l'entourage	« Les personnes dont je suis proche veulent que je sois bénévole »
Gestion de carrière	Le bénévolat est un moyen d'acquérir de l'expérience, ce qui est bénéfique pour la carrière	« Je peux avoir de nouveaux contacts utiles à ma carrière »
Protection	Le bénévolat aide à réduire des sentiments négatifs, tels que la culpabilité, ou à résoudre ses problèmes personnels.	« En faisant du bénévolat, je me sens moins seul »
Développement personnel	Le bénévolat aide à renforcer l'estime de soi, et procure des sentiments positifs	« Je me sens utile en tant que bénévole »

Source : Clary E.G., Snyder M., Ridge R.D., Copeland J., Stukas A.A., Haugen J., Miene P. (1998), Understanding and assessing the motivations of volunteers : a functional approach, *Journal of Personality and Social Psychology,* vol.74, n°6, p. 1518.

Soucieux de tester la validité de leur modèle, les chercheurs vont procéder à divers traitements statistiques sur les résultats obtenus à l'aide de leur instrument de mesure auprès de plusieurs groupes. Les six dimensions (fonctions) du modèle ont une fiabilité et une stabilité temporelle suffisantes ; en outre, la validité prédictive est jugée correcte suite à une recherche en laboratoire où les chercheurs testent l'efficacité de messages en provenance d'une association en fonction de l'adéquation entre le type de motivation du bénévole et la nature du message.

Le recours à ce modèle à six dimensions (dénommé VFI, pour Volunteer Functions Inventory) va permettre d'évaluer l'importance de chaque fonction pour les bénévoles : il semble que l' « expression de valeurs », la « compréhension » et le « développement personnel » soient les fonctions les plus prégnantes, même si on constate un ordre différent suivant les groupes (ainsi, la fonction « gestion de carrière » serait plus importante pour les plus jeunes comparativement aux plus âgés). La fonction « expression de valeurs » aurait un effet amplificateur sur l'engagement bénévole : ainsi, plus cette fonction a d'importance pour le bénévole, plus le bénévole s'engage fréquemment, et plus il manifeste sa volonté de poursuivre son engagement (Allison et al., 2002).

Dans la lignée de ces travaux, Okun et al. (1998, 2003) vont s'intéresser à la relation entre les motivations des bénévoles et leur âge : ils vont ainsi montrer que certaines motivations s'accroissent au fur et à mesure que l'âge augmente, alors que d'autres diminuent. Récemment, Inglis et Cleave (2006) vont s'appuyer sur les travaux de Clary et al. (1998) pour proposer un cadre d'analyse de la motivation d'une catégorie de bénévoles : les membres du conseil d'administration. Les chercheurs aboutissent à six catégories de motivations très proches dans leur contenu des six dimensions du modèle initial.

Il apparaît également que le débat sur les motivations de nature altruiste et de nature égoïste soit dépassé dans le sens où chaque fonction comporte une part des deux, et que le fait d'être bénévole n'obéit pas à une logique purement tournée vers autrui ni à une logique uniquement tournée vers son propre intérêt. Le modèle fonctionnaliste permet de retracer la complexité et la variété des motifs pour faire du bénévolat : ainsi, un bénévole peut avoir plusieurs

motivations aussi importantes les unes que les autres [10] ; de même, une activité associative identique va répondre à différentes motivations selon le bénévole interrogé. A titre d'illustration, à partir d'une enquête auprès de 461 bénévoles italiens, Marta et al. (2006) mettent à jour quatre groupes de bénévoles qui se différencient par un profil bien particulier en termes d'expression de valeurs, de gestion de carrière, de relations sociales et de protection.

Enfin, ce modèle insiste sur la nécessité d'accorder le « bénéfice » que va retirer un bénévole avec sa ou ses motivations : lorsque cette adéquation survient, le bénévole est satisfait, et manifeste l'intention de poursuivre son activité à plus long terme (Clary et al., 1998). Houle et al. (2005) confirment cette hypothèse générale en montrant, suite aux résultats d'une enquête auprès de 112 étudiants, que les bénévoles différencient bien les tâches proposées en fonction de leurs motivations, et, lorsqu'ils en ont le choix, choisissent les tâches pour lesquelles ils manifestent une préférence. D'un point de vue pratique, les chercheurs préconisent d'adapter le type de tâches que doit remplir un bénévole à son profil de motivations.

On peut se demander si les six fonctions recouvrent de façon exhaustive les motivations des bénévoles. Allison et al. (2002) vont ainsi comparer les réponses de 195 bénévoles à deux questionnaires : le premier contient le VFI, et le second est un questionnaire ouvert, demandant aux répondants d'expliquer pourquoi ils sont bénévoles. Après codage des réponses du deuxième questionnaire, les chercheurs mettent à jour trois motivations supplémentaires, que le modèle de Clary et al. (1998) ne prend pas en compte : le plaisir (17% des répondants), la religion (9%), et le travail en équipe (6%). Mowen et Sujan (2005) vont prolonger les travaux de Clary et al. (1998) en proposant un modèle hiérarchique où les motivations des bénévoles apparaissent comme une résultante de variables de personnalité, qui, en interagissant avec des variables d'environnement, permettent d'expliquer une propension à faire du bénévolat : l'altruisme, le besoin d'activité et le besoin d'apprendre émergent comme des variables fondamentales pour comprendre le bénévolat.

Une fois listés les bénéfices que peuvent retirer les bénévoles de leur participation à une association, on ne répond cependant pas à la question de savoir pourquoi certains deviennent

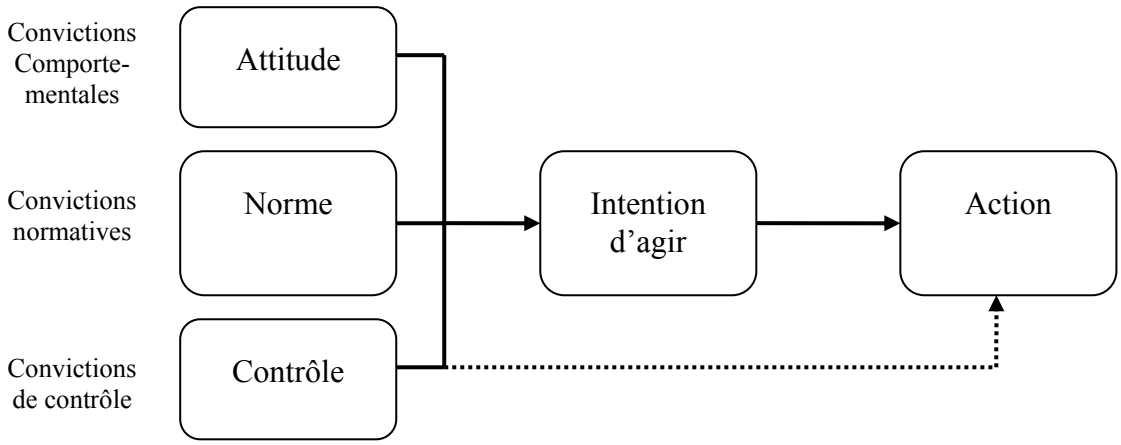
[10] Clary et al. (1999) remarquent que les deux tiers des bénévoles interrogés citent au minimum deux motifs essentiels pour expliquer leur bénévolat.

bénévoles, et d'autres pas (Mowen et Sujan, 2005). C'est pourquoi certains chercheurs préfèrent modéliser un processus qui aboutit au bénévolat, plutôt que de concentrer leurs travaux sur une variable particulière.

2.2. LES MOTIVATIONS DES BENEVOLES : UN PROCESSUS OU INTERVIENNENT DIVERSES VARIABLES

D'après Bales (1996), il y aurait trois étapes dans le bénévolat : la prédisposition à devenir bénévole, la décision de devenir bénévole, et le passage à l'acte. Ainsi, la diversité des cheminements possibles autour de cette séquence expliquerait pourquoi l'envie de devenir bénévole n'est pas toujours suivie d'effet ; en effet, on peut penser que des variables contextuelles viennent moduler chacune des trois étapes. A titre d'exemple, le fait de connaître et d'estimer un bénévole agirait comme une incitation à devenir soi-même bénévole. De même, certains individus souhaiteraient faire du bénévolat, mais y renonceraient in fine en raison de conflits naissant de la difficulté de rendre cette activité compatible avec le travail et la famille (cité dans Bussell et Forbes, p. 250). On retrouve cette approche dans le modèle d'Omoto et Snyder (1995) qui intègrent des variables psychologiques et situationnelles pour expliquer qui devient bénévole.

Warburton et Terry (2000) proposent de recourir à la théorie du comportement prévu (« theory of planned behavior ») pour mieux comprendre les motivations des bénévoles. Selon cette théorie, (Ajzen, 1991 ; Ajzen et Driver, 1992 ; Madden et al., 1992), les individus agissent en fonction des informations qu'ils reçoivent : ainsi, en amont d'un comportement, on trouve une séquence logique de cognitions qui va aboutir à une intention d'agir, puis à l'action elle-même. L'intention d'agir est déterminée par trois éléments indépendants : l'attitude de la personne vis-à-vis de l'action (c'est-à-dire l'évaluation positive ou négative que fait la personne de l'action), la norme subjective (c'est-à-dire la pression sociale ressentie par la personne pour réaliser cette action) et le contrôle perçu de l'action (c'est-à-dire le degré de contrôle perçu pour réaliser l'action). On peut schématiser le modèle de la façon suivante :



Source : Ajzen I., Driver B.L. (1991), Prediction of leisure participation from behavioural, normative and control beliefs : an application of the theory of the Theory of Planned Behavior, *Leisure Science*, vol.13, n°3, pp. 185-204.

Ce modèle permet d'expliquer pourquoi un individu qui a une attitude positive vis-à-vis d'un comportement et qui pense que ce comportement serait approuvé par des personnes importantes à ses yeux ne va pas forcément passer à l'acte : il peut en effet penser qu'il lui manque des ressources (compétences, temps, informations etc.) ou que des facteurs externes (situation, environnement etc.) rendent difficile ce comportement ; dès lors, l'individu perçoit un faible contrôle des facteurs nécessaires à la performance du comportement, et ne va pas passer à l'acte. Des études empiriques ont démontré la pertinence de ce cadre théorique pour prédire divers comportements éthiques tels que le don de sang (Giles et Cairn, 1995) ou les conseils en alimentation à des enfants (Astrom et Mwangosi, 2000).

Warburton et Terry (2000) vont réaliser une étude en deux temps auprès de personnes âgées (de 65 à 74 ans) vivant en Australie. Dans un premier temps, à l'aide d'un questionnaire, les chercheurs vont mesurer l'intention de faire du bénévolat et les trois variables déterminant l'intention selon le modèle de Ajzen :

* l'attitude plus ou moins favorable du répondant vis-à-vis du bénévolat (ex : « comment évaluez-vous le bénévolat, de ennuyeux à intéressant, de utile à inutile etc ».),
* la norme subjective, à savoir comment réagiraient, selon le répondant, ses proches par rapport à son engagement bénévole (ex : « si je décidais de faire du bénévolat, les personnes qui sont les plus importantes pour moi m'approuveraient »),

* le contrôle perçu autour du bénévolat, c'est-à-dire le degré de difficulté perçu pour faire du bénévolat (ex : « Ce serait très difficile pour moi de faire du bénévolat dans le mois qui vient »).

Deux autres variables vont être également prises en compte : l'obligation morale, définie comme la conviction personnelle du bien-fondé d'entreprendre une action (ex : « Je me sentirais coupable si je ne faisais pas de bénévolat dans le mois qui vient »[11], et la norme comportementale ou descriptive, qui reflète la perception qu'a le répondant de ce que font ses proches en matière de bénévolat (ex : « la plupart des personnes importantes à mes yeux font du bénévolat »). En effet, on peut penser que voir des proches s'engager en tant que bénévoles peut inciter à devenir soi-même bénévole : la proximité affective induirait le mimétisme.

Dans un deuxième temps (quatre à six semaines après l'envoi du questionnaire), les chercheurs contactent par téléphone les personnes ayant répondu au questionnaire et leur demandent s'ils ont eu une activité bénévole depuis l'envoi du questionnaire et selon quelle fréquence. 240 réponses ont été collectées.

Les résultats montrent que l'intention de faire du bénévolat possède un lien significatif avec l'action bénévole : en clair, plus les personnes ont une forte intention de faire du bénévolat, et plus elles vont passer à l'acte. L'intention est une variable cruciale dans le modèle puisque aucune autre variable (normes subjective et comportementale, obligation morale, contrôle perçu) ne permet de prédire l'action bénévole. En amont, l'intention de faire du bénévolat est déterminée par toutes les variables sauf l'attitude vis-à-vis du bénévolat : en d'autres termes, les personnes ayant l'intention de faire du bénévolat perçoivent du soutien de leur entourage (norme subjective), ne ressentent pas de difficultés pour faire du bénévolat (contrôle perçu), se sentent moralement obligées d'en faire (obligation morale) et ont des proches qui font également du bénévolat (norme comportementale). En revanche, l'attitude que possède le répondant vis-à-vis du bénévolat ne possède qu'un lien indirect avec l'action bénévole : l'obligation morale apparaît comme une variable médiatrice entre l'attitude et l'action. Ainsi,

[11] L'obligation morale se distingue de la norme subjective car elle est déjà « internalisée » et elle influence les individus au-delà de leur contexte social immédiat. L'obligation morale se rapproche de l'altruisme.

le fait d'avoir une attitude positive vis-à-vis du bénévolat renforcerait le sentiment d'obligation morale, qui, à son tour, influence l'intention de faire du bénévolat.

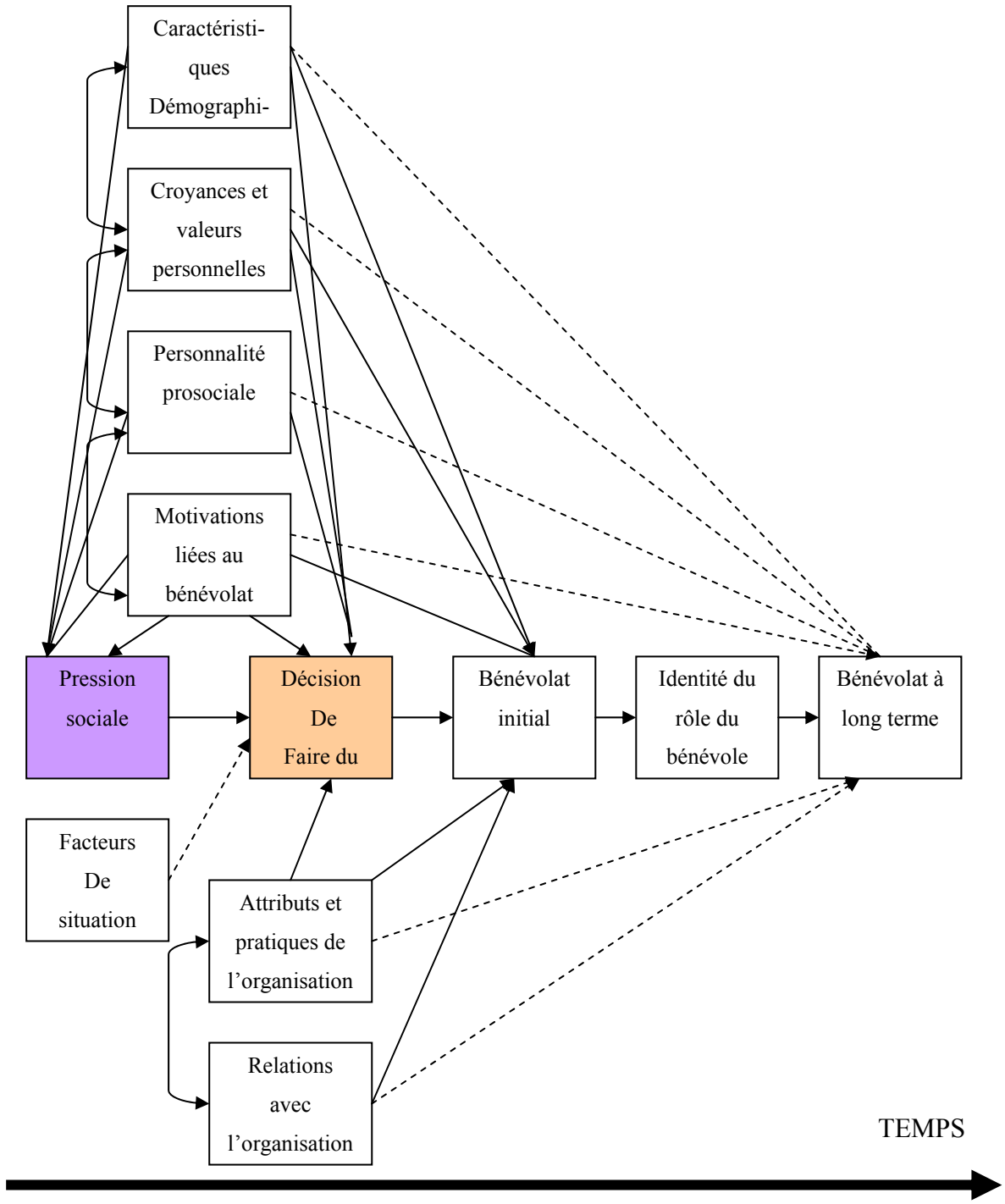
Cette recherche démontre la nécessite d'intégrer le contexte social dans lequel évoluent les bénévoles : en effet, on constate que les personnes sont motivées à faire du bénévolat non seulement en raison de leur système de pensée (obligation morale) mais aussi parce que leurs proches les approuvent et agissent dans le même sens. Ainsi, l'étude des motivations des bénévoles ne saurait être complète si elle n'intègre que des variables individuelles.

Greenslade et White (2005) proposent d'intégrer la théorie du comportement prévu à la théorie du fonctionnalisme pour mieux comprendre la participation à des activités bénévoles. En effet, si l'approche fonctionnelle fait plus de place à la pression sociale à travers les normes et les bénéfices perçus, elle néglige le poids des déterminants de la décision : en clair, même si un individu perçoit dans le bénévolat l'occasion de récolter des « bénéfices » en exprimant des valeurs, en renforçant ses relations sociales, en augmentant son capital de connaissances etc., il ne prendra pas pour autant la décision de devenir bénévole. Greenslade et White (2005) vont comparer les pouvoirs prédictifs des deux modèles (fonctionnaliste et du comportement prévu) concernant l'action bénévole[12]. A l'aide d'une enquête en deux temps auprès de 81 bénévoles australiens, les chercheurs montrent que si les deux modèles prédisent de façon significative le bénévolat, c'est la théorie du comportement prévu qui explique le pourcentage de variance le plus élevé (57% vs 26%). Ainsi, les individus qui (1) ont une attitude positive vis-à-vis du bénévolat, (2) perçoivent des pressions de leurs proches pour faire du bénévolat, et (3) sont confiants quant à la possibilité de donner un peu de leur temps pour du bénévolat ont l'intention de faire du bénévolat. De même, plus les personnes manifestent l'intention de faire du bénévolat, plus elles vont passer à l'acte. En revanche, dans l'approche fonctionnaliste, seule la fonction « relations sociales » possède un lien significatif avec l'action bénévole : ce résultat infirme certains travaux de recherche où les fonctions « expression de valeurs », « compréhension » et « développement personnel » apparaissent comme les fonctions les plus importantes pour expliquer l'engagement bénévole. Au final, cette recherche montre bien l'utilité d'intégrer plusieurs théories pour comprendre les motivations des bénévoles, mais on remarquera que les concepts sont parfois très proches

[12] Plus précisément, l'action bénévole est mesurée en demandant aux bénévoles s'ils ont participé 3 heures ou plus par semaine à une activité bénévole.

dans leur contenu, même s'ils portent un nom différent : ainsi, la variable « norme subjective perçue » du modèle du comportement prévu a de nombreux points communs avec la variable « relations sociales » ; ainsi, il convient d'être attentif à ne pas dupliquer les mêmes concepts à l'occasion du croisement de plusieurs théories.

Penner (2002) définit le bénévolat comme un comportement pro-social, planifié et orienté sur le long terme, qui s'adresse à des personnes inconnues au départ et qui se produit dans un contexte organisationnel. Ainsi, d'après cette définition, devenir bénévole suppose que la personne concernée ait réfléchi aux coûts et aux avantages que peut lui procurer le bénévolat. De même, cette définition souligne que le bénévole exerce son activité indépendamment de toute obligation personnelle implicite ou explicite : ainsi, il n'agit pas dans l'intérêt d'une ou de personnes proches en particulier, mais souhaite œuvrer pour le plus grand nombre. Le chercheur distingue deux catégories de variables permettant d'expliquer le bénévolat : les variables individuelles et les variables organisationnelles. Cependant, pour Penner (2002), aucune variable seule ne saurait expliquer le bénévolat ; en outre, il existe certainement des interactions entre l'ensemble de ces variables : l'influence de variables organisationnelles sur l'activité bénévole peut être modérée par des variables individuelles, et inversement. A partir de divers travaux de recherche, Penner (2002) propose un modèle explicatif du bénévolat, où intervient également la variable temps :



Source : Penner L.A. (2000), Dispositional and organizational influences on sustained volunteerism : an interactionist perspective, *Journal of Social Issues*, vol.58, n°3, p.461.

La variable centrale du modèle est la *décision de faire du bénévolat*. En amont, on trouve les *facteurs de situation*, c'est-à-dire les événements : Penner prend l'exemple des attentats du 11 septembre aux Etats-Unis, qui ont déclenché une très forte poussée du bénévolat. Cependant, la flèche en pointillé entre ces facteurs de situation et la décision de faire du bénévolat signifie qu'ils ont un impact beaucoup moins fort que les autres variables reliées par une flèche pleine.

La pression sociale est un très fort déterminant de la décision de faire du bénévolat. Plus le répondant perçoit un retour positif de ses proches quant au bénévolat, plus cette pression sociale est forte. Par la suite, plus cette pression sociale s'accroît, et plus il est probable que la personne décide de faire du bénévolat. On peut remarquer que ce concept de pression sociale est très proche de celui de norme subjective intégré dans le modèle du comportement prévu présenté ci-dessus. Toutefois, d'autres variables vont venir moduler de façon directe ou indirecte le lien entre la pression sociale et la décision de faire du bénévolat :

* *les caractéristiques démographiques* (âge, niveau d'éducation, revenu etc.). De nombreuses recherches (voir Bussell et Forbes, 2002 pour une revue synthétique des recherches anglo-saxonnes; Prouteau et Wolff, 2004 en France à partir de l'enquête « Vie associative » de l'INSEE) tendent en effet à montrer que certaines variables socio-démographiques s'avèrent pertinentes pour décrire les bénévoles,
* *trois variables individuelles*, à savoir les croyances et valeurs personnelles, la personnalité prosociale (Penner et al, 1995) et les motivations (Clary et al., 1998). Le concept de personnalité prosociale, selon lequel il existerait des traits de personnalité propres aux comportements prosociaux, dont le bénévolat, est mesuré à l'aide d'une échelle comportant une dimension d'empathie et une dimension d'obligeance (Penner et al., 1995),
* une *variable organisationnelle*, décrivant les attributs et les pratiques de l'organisation qui organise le bénévolat (réputation, valeurs, justice organisationnelle etc.).

Selon ce modèle, les caractéristiques démographiques et individuelles vont agir à la fois sur la pression sociale ressentie par la personne, et sur la décision de faire du bénévolat. En revanche, la variable organisationnelle n'agit que sur la décision de faire du bénévolat : certaines organisations auraient donc plus d'atouts aux yeux des futurs bénévoles.

Par la suite, une fois que la décision est prise, quels sont les facteurs qui influencent le *bénévolat initial*, défini comme la quantité de temps et d'efforts déployés par une personne au début de son engagement bénévole ? Penner (2000) affirme que les variables démographiques, individuelles et organisationnelle présentées plus haut permettent également de comprendre les variations observées du bénévolat initial. Une autre variable organisationnelle, les *relations avec l'organisation* (appréhendées à travers la satisfaction,

l'implication) possède un impact sur le bénévolat initial. En outre, même si cela n'apparaît pas sur le schéma, il existe des liens entre les variables individuelles et organisationnelles : ainsi, l'impact de ces variables est à la fois direct et indirect

L'étape suivante du modèle est *l'identité du rôle de bénévole*, concept développé par Piliavin et ses collègues (Piliavin, Grube et Callero, 2002). Dans ce cadre théorique, un individu assume des rôles multiples, l'un d'entre eux pouvant être de faire du bénévolat. Si, au départ, le fait d'être bénévole s'explique par une norme sociale (attente des parents ou de proches), il devient peu à peu « internalisé » et adopté comme un composant du moi, une identité ou identité du rôle. Cette identité va ensuite expliquer *l'engagement à long terme du bénévole*, dernière variable du modèle. A ce sujet, Penner (2002) montre bien que le bénévolat à long terme dépend essentiellement de la façon dont l'individu a assimilé le rôle de bénévole au fil du temps, plutôt que de ses caractéristiques individuelles ou des variables de l'organisation pour laquelle il s'engage. Même si ces dernières ont un impact sur le fait de maintenir une activité de bénévole au long cours, comme le montre l'existence de liens sur le modèle, cet impact est beaucoup plus faible que le lien qu'elles ont avec le bénévolat initial. Tout se passe comme si, au fil du temps, les variables ayant contribué à l'engagement initial dans le bénévolat s'estompaient progressivement pour laisser la place à une identité de rôle qui garantirait la poursuite du bénévolat.

Finkelstein et al. (2005) vont tester empiriquement certaines hypothèses découlant du modèle présenté ci-dessus. A l'aide d'une enquête auprès de 302 bénévoles oeuvrant dans un hôpital, ils mettent à jour une très forte corrélation entre l'identité de rôle et l'activité bénévole (mesurée à travers la fréquence de l'activité et depuis combien de temps elle est exercée), ainsi qu'entre la pression sociale ressentie par le bénévole et son activité bénévole [13]. Ainsi, les bénévoles actifs et s'engageant de façon durable auraient fortement internalisé leur rôle de bénévole, et penseraient que leurs proches attendent d'eux qu'ils continuent de se comporter ainsi. Les chercheurs s'interrogent toutefois sur le lien de causalité : est-ce une forte identité de rôle qui mène à une action bénévole soutenue, ou est-ce le fait de s'impliquer dans le bénévolat qui contribue à développer une forte identité ? Des études longitudinales seraient les bienvenues pour approfondir cette analyse.

[13] Dans l'étude de Finkelstein (2005), le concept de pression sociale est dénommé « attentes perçues ».

En revanche, le lien entre les motivations des bénévoles et l'activité bénévole est faible, et même étonnant, puisque les corrélations sont négatives. Une explication est que ce n'est pas tant l'importance conférée à tel ou tel motif qui explique le bénévolat à long terme, mais plutôt le degré auquel ces motivations sont concrétisées à travers l'exercice du bénévolat. Par ailleurs, les chercheurs montrent que certaines motivations ont un lien significatif avec l'identité de rôle : ainsi, la motivation « expression de valeurs » a la corrélation la plus forte avec l'identité de rôle, et la motivation « gestion de carrière » a une corrélation négative avec l'identité de rôle. De même, la motivation « relations sociales » est la motivation la plus fortement reliée à la pression sociale perçue par le bénévole.

Conclusion

A travers cette revue de la littérature, on peut grouper de façon schématique l'ensemble de ces travaux de ces recherches selon deux axes : le premier concerne la nature des hypothèses étayant les modèles, d'ordre statique ou dynamique. Nous entendons par hypothèses statiques des hypothèses où interviennent une ou quelques variables précises : les caractéristiques socio-démographiques, les valeurs du bénévole, le positionnement altruiste vs égoïste. Ces recherches ouvrent des pistes intéressantes, mais offrent une perspective forcément limitée. Dans les modèles dynamiques, la motivation du bénévole est abordée sous l'angle d'un processus, d'où la possibilité d'étoffer le nombre de variables et de proposer des modèles explicatifs plus complets.

La deuxième dimension concerne la méthodologie utilisée : qualitative, avec peu de possibilités de généralisation, et quantitative, avec un objectif de généralisation. En croisant les deux dimensions, on aboutit au tableau ci-dessous, présentant les recherches classées par nationalité et discipline de recherche :

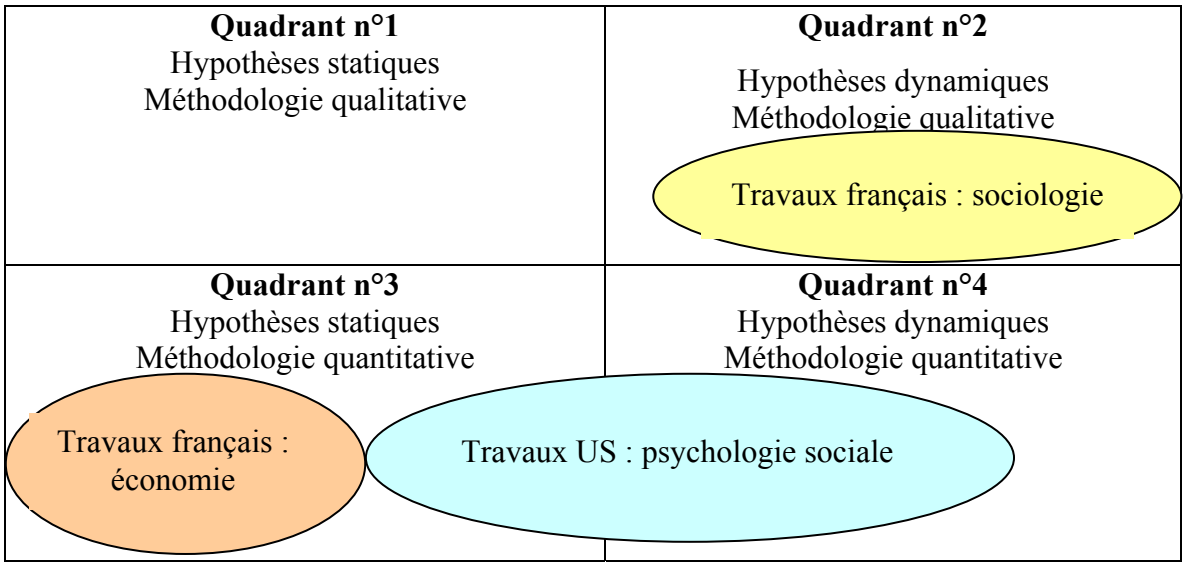


Figure 1 : typologie des recherches

A notre connaissance, aucun courant de recherche français en Sciences de Gestion n'apparaît dans le quadrant n°4 : y-a-t-il là une opportunité pour les chercheurs ? Nous pensons que oui, d'autant plus que des cadres d'analyse utilisés auprès des salariés pour évaluer leurs motivations et leurs implications peuvent s'avérer pertinents pour lancer des enquêtes à grande échelle sur le terrain. A bon entendeur…

Bibliographie

Ajzen I. (1991), The theory of planned behaviour, O*rganizational Behaviour and Human Decision Processes,* vol.50, pp.179-211.

Ajzen I., Driver B.L. (1991), Prediction of leisure participation from behavioural, normative and control beliefs : an application of the theory of the Theory of Planned Behavior, *Leisure Science*, vol.13, n°3, pp. 185-204.

Allison L.D., Okun M.A., Dutridge K.S. (2002), Assessing volunteer motives : a comparison of an open-ended probe and Likert rating scales, *Journal of Community & Applied Social Psychology*, vol.12, p.234-255.

Astrom A.M., Mwangosi I.E. (2000), Teachers' intentions to provide dietary counseling to children in Tanzanian primary schools, *American Journal of Health Behavior,* vol.24, pp.284-289.

Bales K. (1996), Measuring the propensity to volunteer, *Social policy and Administration,* vol.30, n°3, pp.206-226.

Bussell H., Forbes D. (2002), Understanding the volunteer market : the what, where, who and why volunteering, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing,* vol.7, n°3, p.244-257.

Charles-Pauvers B., Commeiras N., Peyrat-Guillard D., Roussel P. (2006), Les determinants psychologiques de la performance au travail : un bilan des connaissances et proposition de voies de recherché, *Les Notes du LIRHE, n°436,* septembre 2006, 56 p.

Clary E.G., Snyder M., Ridge R.D., Copeland J., Stukas A.A., Haugen J., Miene P. (1998), Understanding and assessing the motivations of volunteers : a functional approach, *Journal of Personality and Social Psychology,* vol.74, n°6, pp. 1516-1530.

Clary E.G., Snyder M. (1999), The motivations to volunteer: theoretical and practical considerations, *Current Directions In Psychological Science,* vol.8, n°5, October.

Cnaan R.A., Goldberg-Glen R.S. (1991), Measuring motivation to volunteer in human services, *Journal of Applied Behavioral Science,*vol.27, pp.269-284.

Demery-Lebrun, M. (2006), Quelle opérationnalisation de l'implication pour concilier theories de la motivation et theories de l'implication ? *Les Notes du LIRHE,* n°434, 13p.

Farmer S.M., Fedor D.B. (2001), Changing the focus on volunteering : an investigation of volunteers'multiple contributions to a charitable organization, *Journal of Management*, vol.27, pp.191-211.

Ferrand-Bechmann D. (2000), Le metier de bénévole, Anthropos Ethnosociologie.

Finkelstein M.A., Penner L.A., Brannick M.T. (2005), Motive, role identity, and prosocial personality as predictors of volunteer activity, *Social Behavior and Personality,* vol.33, N°4, pp.403-418.

Fitch, R. T. (1987). Characteristics and motivations of college students volunteering for community service*, Journal of College Student Personnel,* 28, pp. 424-431.

Giles M., Cairn E. (1995), Blood donation and Ajzen's theory of planned behaviour : an examination of perceived behavioural control, *British Journal of Social Psychology*, vol.34, pp.173-188.

Greenslade J.H., White K.M. (2005), The prediction of above-average participation in volunteerism : a test of the theory planned behaviour and the volunteers functions inventory in older Australian adults, *The Journal of Social Psychology*, vol.145(2), p.155-172.

Hamidi C. (2002), Les raisons de l'engagement associatif. Le cas de trois associations issues de l'immigration maghrébine, *Revue Française des Affaires Sociales*, n°4, oct.-déc.

Houle B.J., Sagarin B.J., Kaplan M.F., A functional approach to volunteerism : do volunteer motives predict task preference ?, *Basic and Applied Social Psychology,* vol.27(4), p.337-344.

Inglis S., Cleave S. (2006), A scale to assess board memeber motivations in nonprofit organizations *Nonprofit Management & Leadership*, vol.17, n°1, pp.83-101.

Madden T.J., Scholder Ellen P., Ajzen I. (1992), A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action, *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 18, No. 1, pp. 3-9.

Marta E., Guglielmetti C., Pozzi M. (2006), Volunteerism during young adulthood : an italian investigation into motivational patterns, *Voluntas : International Journal of Voluntary and Nonprofit organizations,* vol.17, pp.221-232.

Mowen J.C., Sujan H. (2005), Volunteer behaviour : a hierarchical model approach for investigating its trait and functional motive antecedents, *Journal of Consumer Psychology*, vol.15 (2), p. 170-182.

Okun M.A., Herzog A.R. (1998), Motivation to volunteer by older adults : a test of competing measurement models, *Psychology and aging,* vol.13, n°4, pp. 608-621.

Omoto A.M., Snyder M.(1995), Sustained helping without obligation : motivation, longevity of service, and perceived attitude change among AIDS volunteers, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol.68, pp.671-686.

Omoto A.M., Snyder M., Martino S.C. (2000), Volunteerism and the life course : investigating age-related agendas for action, *Basic and Applied Social Psychology*, vol.22, n°3, pp.181-197.

Penner L.A., Fritzsche B.A., Craiger J.P., Freifeld T.R. (1995), Measuring the prosocial personality in J.Butcher & C.D.Spielberger (eds), *Advances in personality assessment* (vol.10), Hillsdale, NJ:Lawrence Erlbaum.

Penner L.A., Finkelstein M.A. (1998), Dispositional and structural determinants of volunteerism, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol.74, n°2, pp. 525-537.

Penner L.A. (2002), Dispositional and organizational influences on sustained volunteerism : an interactionist perspective, *Journal of Social Issues*, vol.58, n°3, pp.447-467.

Piliavin J.A., Grube J.A., Callero P.L. (2002), Role as resource for action in public service, *Journal of Social Issues*, .58, n°3, pp.469-485.

Prouteau L. (2002), Le bénévolat sous le regard des économistes, *Revue Française des Affaires Sociales,* n°4, octobre-décembre.

Prouteau L., Wolff F.C. (2004), Les motivations des bénévoles. Quel pouvoir explicatif des modèles économiques ? in Girard D., *Solidarités collectives.Famille et solidarities.Tome 1*, Actes des 24e journées de l'Association d'Economies Sociales, L'Harmattan, p. 197-211.

Thompson A.M., Bono B.A. (1993), Work without wages: the motivation for volunteer firefighters, *American Journal of Economics and Sociology,* vol.52, n°3, pp. 323-343.

Warburton J., Terry D.J. (2000), Volunteer decision making by older people : a test of a revised theory of planned behaviour, *Basic and Applied Social Psychology*, vol.22, n°3, pp. 245-257.

Wymer W.W. (1997), Segmenting volunteers using values, self-esteem, empathy, and facilitation as determinant variables , *Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, vol.5, n°2, pp.3-28.

Zweigenhaft R.L., Armstrong J., Quintis F., Riddick A. (1996), The motivations and effectiveness of hospital volunteers, *The Journal of Social Psychology*, vol.136(1), pp.25-34.

Rapports

Rapport d'information (n°16) fait au nom de la commission des Affaires culturelles sur le bénévolat dans le secteur associatif, par M. Bernard Murat, sénateur. Session ordinaire de 2005-2006, annexe au process-verbal de la séance du 12 octobre 2005.

Actes de congrès

« Dire le monde social : les sociologues face aux discours politiques, économiques et médiatiques », 2ème congrès de l'Association Française de Sociologie, Bordeaux, 5-8 septembre 2006 (actes du congrès disponibles sur le site de l'AFS).

Cahiers déjà parus

2006

HASROURI L., La dynamique du contrôle : le cas des clubs sportifs professionnels *(n° 2006-6)*

ALLAGNAT V., BARBOTIN P., BERTRAND G., MANSOZ D., MORANA J., Proposition d'un indicateur générique de mesure de la performance du service achats : un élément décisif d'une distribution de qualité auprès du consommateur final *(n° 2006-5)*

SHI H., L'évolution du « calcul économique en équipe » : un processus de légitimation des changements institutionnels en Chine *(n° 2006-4)*

MESURE H., La fabrique méconnue de la stratégie dans le contexte de la PME internationale *(n° 2006-3)*

LABARDIN P., Autour du mot comptabilité *(n° 2006-2)*

PAQUET Ph., De l'information à la connaissance *(n° 2006-1)*

2005

BARBU E., Harmonisation comptable internationale et environnement comptable : de l'influence à l'interaction *(n° 2005-5)*

CHEKKAR R., GRILLET C., *Research on Accounting and Auditing: French researchers' practices of diffusing knowledge* (n° 2005-6)

CHEKKAR R., ONNEE St., *L'évolution de la communication financière dans le processus de gouvernance : Le cas Saint-Gobain* (n° 2005-5)

MORANA J., *La gestion des déchets : d'une logique de traiteur à une logique d'expert. Exemple de la société SITA* (n° 2005-4)

MORANA J., *Indicateur et tableau de bord : instruments d'aide à la décision et de suivi : le cas de SITA – Centre Ouest, société de gestion des déchets* (n° 2005-3)

RIOUX L., *Approche psychosociale de l'attachement aux lieux de travail* (n° 2005-2)

CHATELIN C., *Epistémologie et Méthodologie en Sciences de Gestion : réflexion sur l'étude de cas* (n° 2005-1)

2004

MICKHAIL G., PIRELLO D., *The MetaCapitalism Cult* (n°2004-5)

BRU G., *Le management de projet au Crédit Agricole Centre Loire : de l'apprentissage à l'institutionnalisation* (n° 2004-4)

BARBU E., *Tracing the Evolution of Research on International Accounting Harmonization* (n° 2004-3)

ARBAOUI S., Joëlle MORANA J., *Réflexions sur l'élaboration d'un guide EDI : quelles spécificités (ou quelles difficultés) pour les PMEs ?* (n° 2004-2)

MORANA J., *Le capital humain dans le réseau d'affaires : une réflexion dans la pratique d'un EDI (Electronic Data Interchange) au sein d'une PME* (n° 2004-1)

2003

CHATELIN C., *Efficience vs inefficience des organisations publiques : La contribution des théories contractuelles* (n° 2003-5)

BARBU E., CHEKKAR R., GRILLET C., *La recherche en Comptabilité - Trouver son chemin dans le labyrinthe* (n° 2003-4)

BESSIRE D., *Gouvernance d'entreprise : que cache le discours sur la transparence ?* (n° 2003-3)

FABRE P., *Le contrôle des associations par les mairies françaises : une étude exploratoire* (n° 2003-2)

BARBU E., *L'existence d'un référentiel comptable international reconnu réduit-il vraiment le vagabondage comptable ?* (n° 2003-1)

2002

CHATELIN C., *Quels enjeux théoriques et méthodologiques de la théorie de la gouvernance partenariale? La privatisation comme illustration* (n° 2002-5)

CHEN J., RENAULT S., *Forces, enjeux et faiblesses des réseaux de proximité : le cas des sites industriels étendus* (n° 2002-4)

HERVE F., *La persistance de la performance des fonds de pension individuels britanniques : une étude empirique sur des fonds investis en actions et des fonds obligataires* (n° 2002-3)

BARBU E., *Les entreprises françaises et roumaines face à l'application des normes comptables internationales au début du IIIème millénaire* (n° 2002-2)

SAUVAGE T., *Technological potential of logistics service providers and the relationship dynamics* (n° 2002-1)

2001

MELLIOS C., *La gestion des risques financiers par les entreprises : explications théoriques versus études théoriques* (n ° 2001-9)

BAGLA-GOKALP L., *Creating Knowledge in a High-Tech French SME - Paper presented to : The Eight Annual High Technology Small Firms Conference 22-23 May 2000 (University of Twente, Enschede, the Netherlands)* (n ° 2001-8)

PAVIOT G., *L'image des banques selon le concept de personnalité de la marque, la mémorisation des slogans et la perception d'un élément de l'identité visuelle : la couleur* (n° 2001-7)

BEN M'BAREK N., *Les facteurs explicatifs de la passivité ou de la neutralité des investisseurs institutionnels vis-à-vis du contrôle des firmes de leurs portefeuilles* (n° 2001-6)

BEN M'BAREK N., *Relation entre les firmes et les actionnaires institutionnels : promotion de l'investissement relationnel* (n° 2001-5)

HERVE F., *L'impact de l'activisme des fonds de pension américains : l'exemple du Conseil des Investisseurs Institutionnels* (n° 2001-4)

LEYMARIE St., *The estimation of intangible investments - Experiment cases* (n° 2001-3)

LEYMARIE St., *La prise en compte de l'investissement immatériel - Cas d'expérimentations* (n° 2001-2)

MELLIOS C., *Valuation of interest rate options in a two-factor model of the term structure of interest rates* (n° 2001-1)

2000

MICKHAIL G., *The Kontiki of Global Accounting* (n° 2000-8)

MICKHAIL G., *The Kabuki of Accounting Philosophy* (n° 2000-7)

MICKHAIL G., *The Paradox of Meaning in Audit Judgement* (n° 2000-6)

MICKHAIL G., *Accounting - Information Semiosis* (n° 2000-5)

BAGLA-GOKALP L., *Individus, Entreprises et Réseaux* (n° 2000-4)

BAGLA-GOKALP L., *Designing Temperature Sensors for a Rocket Engine : Organisational change through technological innovation in a French SME* (n° 2000-3)

NIKITIN M., *La diffusion de l'ABC dans le Loiret – chronique de la gestion ordinaire* (n° 2000-2)

NIKITIN M., *The Birth of Modern Public sector accounting in France and Britain* (n° 2000-1)

1999

GRILLET C., NIKITIN M., PEZET A., *Quel intérêt y a-t-il pour les entreprises à créer et gérer un service d'archives historiques ? Table ronde organisée lors des 5èmes journées d'histoire de la comptabilité et du management à Orléans, le 25 mars 1999* (n° 1999-2)

SAUVAGE T., *Externalisation logistique et gestion de la dépendance* (n° 1999-1)

1998

GAVINI C., *Le temps de travail éclaté ? - La réduction de la durée du travail et la gestion des ressources humaines* (n° 1998-3)

MICKHAIL G., WILSON J. A., *Intellectual Capital : a Case for Audit Pricing Semiosis* (n° 1998-2)

DUBOST N., *Les dimensions de la dépendance économique vis-à-vis des clients : le cas de deux secteurs industriels français* (n° 1998-1)

1997

NIKITIN M., *Utilités et méthodes de l'histoire pour les sciences de gestion* (n° 1997-5)

PAVIOT G., *Etude de la classification ascendante hiérarchique et de la classification floue pour identifier cinq familles de voitures* (n° 1997-4)

JAFFEUX C., *La titrisation à l'heure de l'EURO : une opportunité de gestion ALM performante* (n° 1997-3)

DUBOST N., *Un exemple de stratégie de renforcement des moyennes entreprises : l'échange relationnel comme moyen de gérer la dépendance économique vis-à-vis des clients* (n°1997-2)

PAQUET Ph., *L'utilisation des réseaux de neurones artificiels en finance* (n° 1997-1)