

Alfred Dumais

Sociologue, département de sociologie, Université Laval

1975

“Le motif : un problème d’interaction sociologique.”

Un document produit en version numérique par Jean-Marie Tremblay, bénévole,
professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi

Courriel: jmt_sociologue@videotron.ca

Site web pédagogique : <http://www.uqac.ca/jmt-sociologue/>

Dans le cadre de la collection: "Les classiques des sciences sociales"

Site web: http://www.uqac.ca/Classiques_des_sciences_sociales

Une collection développée en collaboration avec la Bibliothèque

Paul-Émile-Boulet de l'Université du Québec à Chicoutimi

Site web: <http://bibliotheque.uqac.quebec.ca/index.htm>

Politique d'utilisation de la bibliothèque des Classiques

Toute reproduction et rediffusion de nos fichiers est interdite, même avec la mention de leur provenance, sans l'autorisation formelle, écrite, du fondateur des Classiques des sciences sociales, Jean-Marie Tremblay, sociologue.

Les fichiers des Classiques des sciences sociales ne peuvent sans autorisation formelle:

- être hébergés (en fichier ou page web, en totalité ou en partie) sur un serveur autre que celui des Classiques.
- servir de base de travail à un autre fichier modifié ensuite par tout autre moyen (couleur, police, mise en page, extraits, support, etc...),

Les fichiers (.html, .doc, .pdf., .rtf, .jpg, .gif) disponibles sur le site Les Classiques des sciences sociales sont la propriété des **Classiques des sciences sociales**, un organisme à but non lucratif composé exclusivement de bénévoles.

Ils sont disponibles pour une utilisation intellectuelle et personnelle et, en aucun cas, commerciale. Toute utilisation à des fins commerciales des fichiers sur ce site est strictement interdite et toute rediffusion est également strictement interdite.

L'accès à notre travail est libre et gratuit à tous les utilisateurs. C'est notre mission.

Jean-Marie Tremblay, sociologue
Fondateur et Président-directeur général,
LES CLASSIQUES DES SCIENCES SOCIALES.

Cette édition électronique a été réalisée par Jean-Marie Tremblay, bénévole, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi à partir de :

Alfred Dumais,

"Le motif : un problème d'interprétation sociologique."

Un article publié dans **Archives des sciences sociales des religions**, no 40, juillet-décembre 1975, pp. 21-29. Paris : CNRS.

M. Dumais est sociologue et enseigne au département de sociologie de l'Université Laval. M. Dumais nous a autorisé à diffuser cet article le 20 octobre 2006.



Courriel : alfred.dumais@soc.ulaval.ca

Polices de caractères utilisée :

Pour le texte: Times New Roman, 14 points.

Pour les citations : Times New Roman 12 points.

Pour les notes de bas de page : Times New Roman, 12 points.

Édition électronique réalisée avec le traitement de textes Microsoft Word 2004 pour Macintosh.

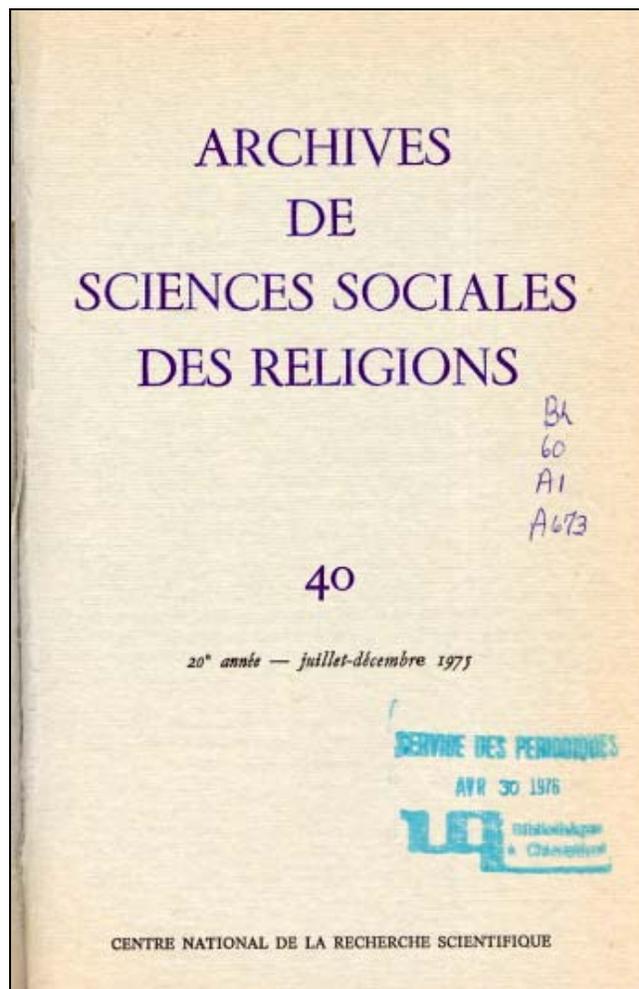
Mise en page sur papier format : LETTRE (US letter), 8.5'' x 11''

Édition numérique réalisée le 2 juillet 2008 à Chicoutimi, Ville de Saguenay, province de Québec, Canada.



Alfred Dumais (1982)

"Le motif : un problème d'interprétation sociologique"



Un article publié dans **Archives des sciences sociales des religions**, no 40, juillet-décembre 1975, pp. 21-29. Paris : CNRS.

Table des matières

Introduction

- I. L'ENJEU DES SOURCES : LA PSYCHOLOGIE.
- II. UN PHÉNOMÈNE DE COMMUNICATION.
- III. UNE FONCTION DU LANGAGE.
- IV. LE PROBLÈME DE LA PERTINENCE ET DU CONTEXTE.
- V. LA VALIDITÉ DE L'INTERPRÉTATION.

Conclusion

Alfred Dumais

"Le motif : un problème d'interprétation sociologique." *

Un article publié dans **Archives des sciences sociales des religions**, no 40, juillet-décembre 1975, pp. 21-29. Paris : CNRS.

Whereas psychology has particularly studied motivation as a processus, sociology, despite Weber's and Mills's contributions, has often neglected to conceive the status of motives. This article tries to show that a sociological study of motives should contribute to a better understanding of some religious phenomena which are related to our technological societies. The author describes the motive as an act of social communication and as a function of language, which permits a reconsideration of the problem of relevance and validity in interpretation. Consequently, the sociological study of motives appears to be a way to understand the dynamics of social groups and to establish that sociology is a theory of knowledge.

INTRODUCTION

[Retour à la table des matières](#)

Les sociologues des religions n'ont pas toujours rendu explicite le statut qu'ils accordaient à l'étude du motif. Pourtant, il semble qu'à notre époque, ce soit là une question décisive pour comprendre autant le développement de la sociologie que celui des phénomènes religieux. Nous reconnaissons, en effet, que l'avènement des sociétés technologiques suscite des questions auxquelles les méthodes classiques nous ont peu habitués à répondre. Qui ne s'interroge pas de nos jours sur l'écart de plus en plus considérable qui se crée entre l'établissement de structures socio-économiques formelles et l'expérience subjective des gens appartenant à ces collectivités ? Nous assistons sans doute au retrait d'une sociologie des institutions

* Texte d'une communication présentée au VIII^e Congrès Mondial de Sociologie, tenu à Toronto, en août 1974, et révisée pour la publication.

et à l'annonce d'une sociologie du vécu. Le paradoxe est d'ailleurs frappant au sein même du soit-disant processus de sécularisation : d'une part, le motif religieux disparaît des univers sociaux ; d'autre part, la montée du néo-mysticisme redonne à l'interprétation religieuse une portée inattendue.

La formulation sociologique du motif peut contribuer à l'éclaircissement de ces tendances, voire au renouvellement de leur approche. Si la symbolique religieuse a effectivement déserté l'institution, il importe alors d'inventorier la quotidienneté et les zones du particulier. S'il est vrai, au dire du structuralisme, que l'homme laisse sur le sable des traces qui devront bientôt s'effacer, il doit être encore temps d'examiner ces vestiges. Car ce que le motif exprime, c'est l'individualité, mais une individualité qui demeure incompréhensible sans le renvoi à l'universel qu'elle dévoile.

C'est pourquoi, l'idée première qu'on se fait du motif implique une certaine ambivalence : il est à la fois la raison concrète d'un individu et un élément du discours propre à l'interaction sociale. Il ne s'agit pas, bien entendu, d'isoler l'énoncé individuel de ses conséquences sociales, mais de saisir le motif aussi par ce qu'il laisse soupçonner. En fait, le motif a un revêtement extérieur que prend en général l'intervention d'un acteur en situation. C'est alors que se pose la question de sa nature. Alfred Schutz, pour sa part, reconnaît l'existence et du motif-cause et du motif-terme ¹. Or, on ne peut concevoir le motif indépendamment de son mode de constitution. Depuis longtemps en effet, on se demande si le motif religieux, par exemple, n'est que la résultante de processus psychologiques d'ordinaire reliés à l'apprentissage ou, sous un autre angle, s'il n'est que la manifestation des traits culturels d'une société et d'une époque. C'est à partir de ces diverses tendances qu'il est maintenant possible de décrire le motif comme un chaînon indissociable de la conduite personnelle et des valeurs culturelles.

Il est certain que les sociologues n'ont pas à refaire la démarche que les psychologues ont mise au point dans leurs études sur la motivation. Ils doivent plutôt, suivant là-dessus les orientations de Max Weber et de C. Wright Mills, dégager

¹ Alfred SCHUTZ, *Collected Papers II. Studies in Social Theory*, La Haye, Martinus Nijhoff, 1964, page 11.

les fondements sociaux du motif. Pour le moment, on ne vise pas à formuler une théorie sociologique de la motivation, ni même une technique raffinée de recherche. On indique, tout au plus, un cadre que l'étude du motif suggère pour l'analyse des faits sociaux en général et des phénomènes religieux en particulier. À ce titre, on veut définir à quelles conditions le motif peut devenir un modèle d'interprétation sociologique. Il faudra néanmoins rappeler comment la psychologie rend compte de la motivation et ensuite se demander successivement quel est le statut du motif dans la communication sociale, quelle est sa teneur, quel est son lieu de référence et enfin quelle est sa validité. Autant de questions qui permettront, on l'espère, d'établir, à la différence de George Lundberg, qu'il y a plus de justification scientifique à s'enquérir des motifs d'un homme en course dans la rue que de ceux d'une feuille de papier emportée par le vent.

I. - L'ENJEU DES SOURCES : LA PSYCHOLOGIE.

[Retour à la table des matières](#)

La motivation a été avant tout l'objet d'étude de la psychologie. Souvent considérée comme processus, elle est devenue l'élément dynamique principale de la personnalité. Même si les sociologues préfèrent recourir aux énoncés de motifs plutôt qu'à la motivation, ils ne peuvent faire abstraction du point de vue psychologique. C'est ce dernier qui a mis en lumière, sans doute mieux que quiconque, le problème de l'origine de la motivation.

Partons d'une définition générale du psychologue Allport, où la motivation est « une condition interne de la personne qui provoque les actions ou les sentiments »². Il est aisé de voir qu'il vise à expliquer une séquence de comportements et qu'il privilégie l'état intérieur et privé des individus. Aussi la psychologie expérimentale, soucieuse de rendre compte (les réactions des organismes, opte-t-elle pour une description de la motivation en tant que source d'énergie. De nom-

² Gordon ALLPORT, *Structure et développement (de la personnalité)*, Neuchâtel, Delachaux et Niestlé, 1970, p. 178.

breuses études ont reconstitué avec minutie les mécanismes de pulsions propres à l'émergence du motif. Elles ont montré comment les besoins de l'organisme sont reliés de quelque manière à des bases physiologiques et que, entre autres, l'objectif premier d'un organisme est de maintenir son équilibre. C'est pourquoi, personne ne s'est étonné du fait que la psychologie expérimentale n'ait pas éclairé d'une façon très satisfaisante la motivation religieuse des hommes de notre temps, malgré tout l'espoir que la rigueur de la démarche laissait entrevoir ³.

On retrouve la logique d'une psychologie individuelle dans les études sur les tendances motivationnelles des sociétés. Cependant, la motivation n'est encore qu'une énergie organique et psychique, même si elle est partagée par un nombre aussi considérable de personnes qu'un peuple ou qu'une époque tout entière. On est ainsi amené à constater que le système industriel moderne est ambitieux, tandis que le Moyen Age était religieux. Voilà un exemple caractéristique des travaux du psychologue McClelland qui a vérifié le rapport existant entre la motivation de réussite et le progrès technologique ⁴. Lorsque ce désir d'excellence est prédominant dans une société, on croit observer qu'il incite les gens à s'adonner à des activités d'innovation dans le domaine de l'entreprise. Aussi n'a-t-on pas manqué de relier les catégories de motivation aux changements sociaux ⁵. Par la suite, la conséquence devait aller de soi : on a proposé d'inculquer aux individus des pays en voie de développement des motivations de réussite afin d'accélérer le démarrage et le progrès économique. Pour généraliser cette attitude, il fallait intervenir tant au niveau de l'apprentissage qu'à celui du système de valeurs propres au milieu familial en particulier ⁶. Malgré l'ingéniosité technique avec laquelle ces

³ Heinz MÜLLER-POZZI, *Psychologie des Glaubens. Versuch einer Verhältnisbestimmung von Theologie und Psychologie*, Munich, Kaiser Verlag, 1975, pp. 49-68.

⁴ Voir surtout David McCLELLAND, *The Achieving Society*, New York, D. Van Nostrand Company, Inc., 1961. Du même auteur, *Motivational Trends in Society*, New York, General Learning Press, 1971.

⁵ Udai PAREEK, « Les Schémas de motivation et la planification des changements sociaux », *Revue Internationale des Sciences Sociales*, 20, 1968, pp. 508-518.

⁶ Leonard BERKOWITZ, *The Development of Motives and Values in the Child*, New York, Basic Books, 1964.

travaux ont été menés, la motivation n'est rien d'autre qu'un trait de la personnalité et s'inscrit dans une problématique bien connue de la psychologie.

Ce qui fait défaut à cette analyse, c'est l'absence d'un cadre social critique. Il ne s'agit pas uniquement d'imputer telle motivation à tel groupe, mais bien de dégager les implications sociales de l'imputation elle-même. Or, il faut signaler (lue la psychologie sociale pose également ce problème dans sa façon de concevoir les phénomènes de perception sociale ou, plus précisément, d'attribution d'intentions. En d'autres mots, elle s'interroge sur la source de la motivation. Pour les psychologues sociaux, l'imputation devient l'inférence des intentions qui ont, jusqu'à un certain point, dirigé la conduite et qui apportent des indications sur les attitudes et les prédispositions sous-jacentes⁷. Si l'on veut expliquer les expériences nouvelles de vie communautaire en Occident, par exemple, on devrait en premier lieu obtenir des données concrètes sur les raisons qui motivent ces gestes, telle que l'insatisfaction de ses appartenances ou l'anonymat des grandes institutions, puis, en second lieu, inférer non seulement des intentions, mais, au-delà, les orientations générales des personnes qui s'engagent dans ces mouvements. Ce n'est donc pas le groupe comme tel (lui est connu ; ce sont, en dernière analyse, les structures profondes de la personnalité.

Tout en recourant à un processus analogue d'imputation, la conception sociologique du motif n'effectue pas nécessairement un renversement de la perspective psychologique, niais plutôt un déplacement des sources de la motivation. À cet effet, on propose de considérer l'énoncé du motif comme une donnée et d'en déchiffrer la possibilité sociologique, c'est-à-dire de montrer au nom de quoi le milieu social accepte tel motif comme valable. Plus d'un phénomène religieux de nos sociétés serait, semble-t-il, mieux compris à la lumière de ce cadre interprétatif. Même la vogue des religions orientales en Occident et des mouvements charismatiques doit s'enraciner dans des rapports sociaux qui la stimulent ou la transforment et dans un contexte sociétal qui la permet ou l'entrave.

⁷ Edward E. JONES et Keith E. DAVIS, « From Acts to Dispositions. The Attribution Process in Person Perception », dans L. BERKOWITZ (éd.), *Advances in Experimental Social Psychology, II*, New York, Academic Press, 1965.

II. - UN PHÉNOMÈNE DE COMMUNICATION.

[Retour à la table des matières](#)

Pour l'observateur, le motif se présente sous la forme d'un énoncé au cours d'un échange social. Il faut d'abord déterminer sous quel prétexte les membres d'un groupe s'enquière les uns les autres des raisons de leurs conduites. C'est d'ordinaire à la suite d'attentes déçues ou de gestes jugés inadéquats qu'ils en cherchent le pourquoi ⁸. Si l'on affirme que les légitimations religieuses du monde perdent en Occident leur crédibilité pour une partie de la population, on soulève la question du motif parce qu'on ne peut plus définir la croyance religieuse comme auparavant. Mais encore doit-on ajouter, selon la remarque des interactionnistes, que c'est la probabilité relativement élevée d'une récurrence de rupture dans les attentes qui suscite cette interrogation et non pas un cas isolé ou marginal. Que se passe-t-il alors ? L'incapacité de comprendre ce qui arrive risque de suspendre le cours de l'échange. Déjà, Max Weber appelait motif « un ensemble significatif qui semble constituer aux yeux de l'agent ou de l'observateur la « raison » significative d'un comportement » ⁹. Au sein des groupes calvinistes qu'il a soumis à l'étude, il observe que le déplacement du motif religieux vers la réussite économique devient une raison valable pour ceux qui croient en la prédestination. Autrement dit, la communication repose sur la connaissance exacte ou non des motifs des gens qui y participent. C'est à ce titre que C. Wright Mills et Alan Blum réclament pour le motif le statut de phénomène public et non d'état privé ¹⁰.

⁸ R.S. PETERS, *The Concept of Motivation*, Londres, Routledge & Kegan Paul, 1958.

⁹ Max WEBER, *Économie et société*, t. 1, Paris, Plon, 1971, p. 10.

¹⁰ C. Wright MILLS, « Situated Actions and Vocabularies of Motive », *American Sociological Review*, 5, 1940, pp. 904-913. Voir le commentaire d'Alan BLUM, « The Social Ascription of Motives », *American Sociological Review*, 36, 1971, pp. 98-99.

Par ailleurs, l'étude sociologique du motif met en lumière les transactions qu'implique l'élaboration d'une activité collective. Il revient effectivement aux membres d'un groupe de proposer des programmes d'action, d'en anticiper les conséquences et de les suspendre si la justification qu'ils en donnent n'est pas acceptée. On voit quelle importance prend le phénomène d'attribution de motifs pour le succès ou l'échec de l'activité collective. Ce n'est pas sans raison que, dans l'esprit de Weber, l'incapacité d'imputer des motifs, c'est l'incapacité de saisir la relation cohérente entre des éléments d'une situation. Il démontre, par le fait même, qu'on ne parvient à mener une action commune qu'à la condition d'assumer sans cesse les motifs qui la sous-tendent. C'est pourquoi, l'énoncé de motifs intervient comme une phase inhérente à la poursuite d'activités collectives où, au-delà de la réalisation d'objectifs communs, interlocuteurs et acteurs essaient de définir leur appartenance.

C'est une autre caractéristique du motif d'être relié au rôle. Sous ce chapitre, on a même fait de l'identification la base d'une théorie de la motivation ¹¹. Illustrons à partir d'une constatation de Peter Berger comment l'attribution de motifs est une tentative de définir un rôle ou une identité. L'auteur signale que « le surnaturel, en tant que réalité significative, est aujourd'hui absent ou du moins étranger des préoccupations quotidiennes de beaucoup d'hommes - de la majorité sans doute - vivant dans nos sociétés modernes, qui, par ailleurs, semblent fort bien s'en accommoder » ¹². En regard d'une situation aussi problématique du religieux, on peut se demander comment les théologiens envisageront leur rôle ou, en d'autres mots, comment ils répondront à ce qu'on attend d'eux. D'une certaine façon, ils peuvent changer d'identité : ils sont théologiens, mais avant tout membres d'une institution universitaire. Par contre, ils peuvent avoir recours à un mécanisme de mystification de leur statut : une position sociale élevée donne le privilège de déroger au questionnement. Tout cela pour dire qu'en faisant sienne l'identité d'un contexte social, on est à la recherche d'une légitimité. L'implication des individus dans un milieu commande, en effet, l'exercice de rôles et assume qu'on est fondé de les jouer. En conséquence, l'énoncé de motifs vient répondre à une demande

¹¹ Nelson FOOTE, « Identification as the Basis for a Theory of Motivation », *American Sociological Review*, 16, 1951, pp. 14-21.

¹² Peter BERGER, *La Rumeur de Dieu. Signes actuels du surnaturel*, Paris, Éd. du Centurion, 1972, p. 18.

d'explication et même de justification, tant sont contraignantes les formes de contrôle social au cœur de la communication.

III. - UNE FONCTION DU LANGAGE.

[Retour à la table des matières](#)

Comment connaître le motif, si ce n'est par le langage ? Inscrit dans l'échange qui caractérise la communication sociale, il s'exprime en des mots qui décident souvent du sens que prendra l'action. C'est pourquoi Mills soutenait que le fondement de l'étude sociologique du motif se trouve dans une sociologie du langage, dont il faudrait expliciter les grandes articulations ¹³. Pour le moment, contentons-nous de rappeler qu'en verbalisant les raisons de sa conduite, on coordonne le déroulement de la communication. Personne n'ignore le rôle déterminant de la parole dans une religion révélée, comme fin et moyen d'induire à l'action et à l'expérience. C'est dire de quelle façon les mots qui représentent les motifs construisent leurs significations au sein des interactions des collectivités humaines. Bien plus, nous pensons qu'une étude approfondie du motif éclairerait la nature du langage, qui ne se limite pas à une fonction de communication, mais qui se constitue à travers les conflits et les ententes de toutes sortes que créent les groupes sociaux. C'est dans ce sens qu'en apprenant la langue d'une collectivité, on apprend aussi les catégories de motifs que ses membres utilisent.

Il reste à expliquer pourquoi certains motifs sont verbalisés, alors que d'autres ne le sont pas ¹⁴. Sur ce point, l'analyse n'a pas suffisamment défini le statut de l'acteur social. Par exemple, ce prêtre à qui l'on demande pourquoi il travaille dans les quartiers pauvres d'une ville, répond : « Pour que la rumeur de Dieu ne s'éteigne pas complètement » ¹⁵. Or, il est intrigant de noter qu'il n'a pas répondu : « Pour que ces gens connaissent un meilleur standing de vie ». Kenneth Burke et

¹³ C. Wright MILLS, *Op. cit.*, p. 904.

¹⁴ *Ibid.*, p. 905.

¹⁵ Peter BERGER, *Op. cit.*, p. 150.

Alan Blum ont voulu découvrir ce qui amène un individu à recourir a un motif en particulier. L'un développe une rhétorique, tandis que l'autre y voit le signe d'une méthode pratique d'organiser son environnement ¹⁶. Ces deux points de vue conçoivent le motif comme une tentative d'influencer les autres et par là d'établir la communication. Sous cet angle, l'énoncé de motifs n'est pas différent de la parole : il a une fonction de rassemblement ou de division. Mais quel que soit le résultat de ce discours, il propose de nommer une suite d'événements ou encore, selon l'expression de Blum, il devient Un moyen du sens commun d'attribuer une appartenance ¹⁷. En disant : « Pour que la rumeur de Dieu ne s'éteigne pas complètement », ce prêtre, engagé dans l'action sociale, indique tout à la fois quelle définition il élabore de sa situation et à quel niveau il propose de refaire Une solidarité.

Au nom de quoi devrais-je accepter la raison que le prêtre en milieu défavorisé donne de sa conduite, si je ne réfère pas l'énoncé du motif à un système de règles ? Précisons tout de suite que l'on désigne de ce nom la théorie de l'acteur social, c'est-à-dire l'assemblage méthodique qu'il effectue de ses activités. Cela nous permet d'examiner la teneur des motifs, comme étant des indications d'un code. Encore une fois, le prêtre dit à l'observateur et à ses partenaires à quel système de règles il souscrit. L'énoncé du motif appartient déjà à une classe d'événements qui sont significatifs dans le milieu concerné, à cause des règles de convenance et d'inconvenance existantes. En même temps, cette première forme de grammaire serait obscure si elle ne pouvait se comparer et se confronter aux règles de l'observateur, à savoir aux méthodes et aux procédures qui situent les événements dans son univers. Il y a donc, comme le souligne avec justesse Kenneth Burke, une irrécupérable différence entre les motifs que la statistique compile et ceux dont les gens font l'expérience ¹⁸. Au moins deux remarques s'imposent à ce sujet : la première veut que la classification et la typologie ne soient pas le privilège exclusif des observateurs scientifiques. La référence du motif à un code signifie que les acteurs sociaux construisent eux aussi des typologies, voire une critériolo-

¹⁶ Kenneth BURKE, *A Rhetoric of Motives*, Berkeley, University of California Press, 1969. Également Alan BLUM, Op. cit., p. 103.

¹⁷ Alan BLUM, Op. cit., p. 108.

¹⁸ Kenneth BURKE, *Permanence and Change. An Anatomy of Purpose*, New York, The Bobbs-Merrill, Company, 1965.

gie que l'on peut dégager ¹⁹. On est ainsi amené à conclure, en deuxième lieu, à la multiplicité des codes et à l'impératif de surmonter cette multiplicité. C'est en dévoilant les contextes sociaux auxquels chaque code se réfère que l'on acquiert des chances de combler cette nécessité.

IV. - LE PROBLÈME DE LA PERTINENCE ET DU CONTEXTE.

[Retour à la table des matières](#)

La conception sociologique du motif se rapproche de ce qu'on appelle en littérature le vraisemblable. Elle aussi postule « l'existence d'un rapport d'implication entre la conduite particulière attribuée à tel personnage et telle maxime générale implicite et reçue » ²⁰ (20). C'est reprendre, d'une autre façon, la pensée de Weber qui relie le compréhensible à ce qui est, du point de vue social, possible. Voilà un des sens (lue l'on donne à l'expression de motif valable. Si j'affirme : « Il a volé, parce qu'il est pauvre », je formule, par l'attribution de ce motif, le caractère intelligible du geste posé. Le motif valable explicite donc une situation qui rend l'événement, du point de vue social, acceptable et, par le fait même, expose les conditions de la connaissance qui rendent son usage possible. Ainsi, lors d'un récent assassinat, on a dit : « Cet homme a tué -Madame Luther King Sr., par fanatisme religieux ». Si, en elles-mêmes, les conditions sociales de l'univers religieux empêchent la conception de cet acte criminel, il est évident que l'on doit se référer au cadre du déséquilibre psychique pour rendre le geste compréhensible. Burke avait sans doute raison d'écrire : « Dans la société où l'on a été élevé, il y a des règles de conduite permises et interdites, et une terminologie (le motifs qui les accompagnent » ²¹.

¹⁹ Voir Paul RICOEUR, « The Model of the Text : Meaningful Action Considered as a Text », *Social Research*, 38, 1971, pp. 529-562.

²⁰ Gérard GENETTE, « Vraisemblance et motivation », *Communications*, 11, 1968, p. 7.

²¹ Kenneth BURKE, *Permanence and Change. An Anatomy of Purpose*, op. cit., p. 20.

Il importe néanmoins de caractériser le type de liaison que la terminologie de motifs effectue avec le groupe qui la propose. Rappelons que l'énoncé de motifs vient répondre à une demande de justification et qu'il doit être accepté comme valable ou mieux pertinent pour que l'échange se poursuive. Or, nous sommes forcés d'admettre que, mis à part les réflexions d'Alfred Schutz, les sociologues ont encore peu étudié une démarche aussi décisive que celle de la pertinence ²². Dans la vie quotidienne, on la prend trop souvent pour acquise et, jusqu'à présent, les observateurs scientifiques ont fait de même. Alan Blum a indiqué que le motif était une règle propre à l'observateur, c'est-à-dire une façon pour lui de trouver la pertinence du comportement ²³. Mais en quoi consiste la pertinence ? Pour Schutz, elle correspond à une capacité de sélectivité entre diverses orientations. Parmi l'ensemble des expériences accumulées et des connaissances actuelles, les intérêts du moment et l'urgence de définir la situation obligent l'acteur social à faire un choix utile à la conduite de ses activités. La pertinence indique donc que le sujet, tout comme le romancier ou le spectateur au théâtre, cherche à découvrir ce qui convient. Elle manifeste ainsi les décisions de l'individu ou du groupe de retenir comme significatif tel geste plutôt que tel autre. En conséquence, l'énoncé du motif pertinent serait celui qui résulte des normes que le milieu social accepte comme vraies.

C'est pourquoi, il faut relier la pertinence au milieu social comme à sa source. L'énoncé du motif ne peut être accepté dans son sens premier, car il devient, selon les mots de Burke, un terme sténographique pour la situation ²⁴. Dans ce sens, la terminologie de motifs n'est pas une suite indistincte de vocables ; elle se structure, au contraire, autour de liens qui sont d'ordre sociétal, institutionnel et politique ²⁵. La difficulté principale consiste sans doute à définir ce que l'on entend par le contexte. Il s'agit d'une notion générale se rapportant aussi bien à l'ensemble

²² Alfred SCHUTZ, *Reflections on the Problem of Relevance*, New Haven, Yale University Press, 1970.

²³ Alan BLUM, *Op. cit.*, pp. 99-100.

²⁴ Kenneth BURKE, *Permanence and Change. An Anatomy of Purpose*, *op. cit.*, p. 304.

²⁵ C. Wright MILLS, « Language, Logic, and Culture », *American Sociological Review*, 1939, p. 677.

des éléments physiques, psychologiques, sociaux et historiques d'un milieu qu'aux données immédiates, telles les attitudes et les conventions, qui enveloppent le sens d'une situation en particulier ²⁶. Sans départager les niveaux divers où apparaît le contexte, quoiqu'il importerait de le faire, retenons qu'il désigne les règles de conduite jugées acceptables dans une entité sociale, lesquelles règles caractérisent ce milieu. On reconnaît que l'interprétation des motifs dans Une société dite traditionnelle est plus aisée, parce que l'identité du milieu est clairement appréhendée. Par contre, le manque de consensus des sociétés dites modernes est un terrain propice au questionnement. Sur ce point, on a déjà rapproché la crise de la crédibilité des Églises au pluralisme des contextes sociaux. En mettant à découvert les terminologies de motifs en concurrence, nous croyons qu'il est possible d'interpréter cet éclatement et de contribuer tant soit peu à une révision de la problématique des valeurs.

V. - LA VALIDITÉ DE L'INTERPRÉTATION.

[Retour à la table des matières](#)

En introduisant une distinction entre les rationalisations du patient et les motifs réels lui à jour par le clinicien, Freud posait le problème de la validité de l'interprétation. Toutefois, le statut sociologique du motif, on l'a vu, ne vise pas nécessairement la vérité de l'énoncé, mais se restreint à la pertinence. On constate en effet que, dans la pratique, l'énoncé du motif est validé quand le destinataire le reçoit comme une « bonne » raison et qu'en fait la communication se poursuit.

Il semble néanmoins paradoxal de s'interroger sur la validité quand il s'agit de comprendre un énoncé de motifs. Existerait-il des règles pour obtenir une interprétation correcte ? Les vieux herméneutes avaient ressenti cette difficulté et c'est pour la résoudre que Schleiermacher distinguait deux étapes au processus inter-

²⁶ E.D. HIRSCH Jr., *Validity in Interpretation*, New Haven, Yale University Press, 1967, pp. 86-87.

prétatif : la première, appelée divinatoire, et la seconde, comparative ²⁷. Il y a d'abord une phase intuitive dans la compréhension. C'est une tentative de déchiffrer le sens de l'énoncé de motifs. A ce niveau, les règles d'interprétation n'existent pas. Cependant, c'est à propos de la seconde étape que l'on soulève le problème de la validité. On effectue alors l'examen critique des intuitions déjà formulées et incompatibles. Comme le soutient Hirsch, la question n'est pas simplement d'établir qu'une interprétation est légitime, mais qu'elle est plus vraisemblable qu'une autre ²⁸. Il appartient donc au processus de validation d'évaluer les possibilités diverses de sens que la compréhension de l'énoncé de motifs suggère ²⁹.

En outre, ajoutons que la validité de l'interprétation relève non pas d'une logique de vérification, mais plutôt d'une logique de probabilité. Si « vérifier, c'est montrer qu'une conclusion est vraie, (...) valider, c'est montrer qu'une conclusion est probablement vraie sur la base de ce qui est connu » ³⁰. Toutefois, il ne faut pas associer les principes de probabilité uniquement à des règles mathématiques et statistiques. Qui niera que, dans l'exercice de la vie quotidienne, la majorité de nos jugements relèvent de la probabilité, entendue au sens d'une réalité partiellement connue, sans quantités numériques définies ³¹ ? Or, cette caractéristique s'applique d'une manière spéciale aux énoncés de motifs. Signalons enfin que les jugements de probabilité ne sont pas exempts de contrôle. Selon la suggestion de Hirsch, on devrait considérer plus valable une proposition qui se fonde sur une classe d'événements à dimension moindre ³². Il s'agit en fait d'une conséquence évidente de la logique de probabilité elle-même.

Somme toute, le problème de la validité des interprétations dépend d'un enjeu qu'illustre la procédure d'argumentation. Peter Winch fait remarquer que « l'inte-

²⁷ Friedrich SCHLEIERMACHER, *Hermeneutik*, Heinz Kimmerle (éd.), Heidelberg, Carl Winter, 1959.

²⁸ E.D. HIRSCH, *op. cit.*, p. 169.

²⁹ Sur la compréhension, consulter Walter L. BÜHL (éd.), *Verstehende Soziologie. Grundzüge und Entwicklungstendenzen*, Munich, Nymphenburger Verlag, 1972.

³⁰ E.D. HIRSCH, *Op. cit.*, p. 171.

³¹ *Ibid.*, p. 174.

³² *Ibid.*, p. 184.

raction sociale peut être comparée avec plus de profit à l'échange des idées dans une conversation qu'à l'interaction de forces dans un système physique » ³³. L'énoncé du motif, qu'il soit « parce qu'il est religieux » ou « parce qu'il est fanatique », joue une identité du milieu social contre une autre. S'instaure ainsi une véritable procédure d'argumentation où les indices visent à confirmer ou à infirmer une certaine orientation des activités en cours. La définition qui s'impose provient sans doute de celui qui connaît le mieux les règles constitutives de l'enjeu et qui a réussi à démontrer, parmi les énoncés de motifs disponibles, le plus plausible. La validité des motifs religieux est soumise à cette dynamique. Jusqu'au moment où les Églises recevaient un support social explicite pour les initiatives qu'elles prenaient, il n'y avait pas de défis sérieux qui se posaient sur leur identité sociale. Cependant, à mesure que leurs objectifs perdent les appuis coutumiers, les individus qui s'engagent néanmoins dans une expérience religieuse devront reformuler les coordonnées du contexte social pour garantir leur interprétation d'une légitimité plus probable qu'une autre.

POUR CONCLURE.

[Retour à la table des matières](#)

Dans l'étude de l'expérience religieuse, comme des autres expériences sociales d'ailleurs, le grand danger des modèles scientifiques est le réductionnisme.

Toutefois, l'avantage certain d'une formulation sociologique du motif, c'est l'ouverture qu'elle permet au contexte social. Au même titre où Peter Berger se met à la recherche d'indices de transcendance dans une société sécularisée, le motif fournit des signes du cheminement spirituel des individus et des groupes. Le cas du néo-mysticisme, on l'a mentionné, demeure une énigme de l'industrialisation contemporaine. L'étude des motifs de ceux qui le vivent et de ceux qui en sont témoins dirait peut-être pourquoi ces mouvements surviennent à une période de l'histoire où le changement technologique est prédominant. Sommes-nous à

³³ Peter WINCH, *Tite Idea of a Social Science and its Relation to Philosophy*, Londres, Routledge & Kegan Paul, 1958, p. 128.

une époque de relativisme historique tel qu'il provoque la recherche de nouveaux fondements ? Il revient aux sociologues des religions d'identifier les motifs que les hommes de notre temps considèrent ultimes et d'indiquer ainsi la voie à l'exploration des conditions sociales et culturelles du mysticisme.

Les auteurs relient, en général, l'émergence de diverses terminologies de motifs au pluralisme des sociétés. Aussi le motif prend-il la forme, en sociologie, d'une méthode pratique qu'a l'acteur social de structurer son environnement. À ce titre, il ne tire pas sa valeur de lui-même, mais de ce à quoi il réfère, de ce qu'il fait soupçonner. Assez curieusement, c'est une expérience analogue que les individus ont de la religion. Elle est constituée de signes révélant un contexte plus vaste, qui est celui de leur itinéraire et de leur destinée. La description et le rappel de cette expérience sont donc pertinents pour ce qu'ils dévoilent, l'absence qu'ils font ressentir. Une fois cette absence éprouvée, on oublie ce qui a servi à la connaître, c'est-à-dire le modèle. Il appartient à l'étude sociologique du motif d'être de même requise, puis oubliée pour ce qu'elle dévoile. En somme, elle est une illustration, parmi d'autres, que la sociologie est une théorie de la connaissance.

Alfred DUMAIS

*Département de sociologie
Université Laval, Québec, Canada.*