

Gaëlle ULVOAS-MOAL

Doctorante Laboratoire ICI

Université Européenne de Bretagne

Université de Bretagne Occidentale

ESC BRETAGNE Brest

gulvoas@singnet.com.sg

SPIRITUALITY AND THE CONSUMER BEHAVIOUR OF OLDER ADULTS

Abstract

Spirituality is a fundamental human characteristic that has been little explored in marketing yet. The focus of this paper is the influence of spirituality on the consumer behaviour of older adults, as they have reached their spiritual maturity or are at a stage of intensive spiritual growth in the context of approaching end of life. In the first part, definitions of the concepts of spirituality, religion, religiosity and faith are provided, along with a synthesis of spiritual development theories. The concept of spiritual maturity is introduced, the spirituality of senior adults is described and their specific spiritual needs are explained. In the second part, the results currently available on the influence of spirituality on consumer behaviour are presented, and suggestions are made for future research on the influence of spirituality on the consumer behaviour of older adults.

Key words: spirituality, religion, religiosity, faith, spiritual growth, spiritual need, spiritual value, older adults.

SPIRITUALITE ET COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR SENIOR

Résumé

La spiritualité est une caractéristique fondamentale de l'être humain encore peu prise en compte par le marketing. C'est l'influence de la spiritualité chez le consommateur senior, parvenu au pic de son développement spirituel ou en fort développement spirituel à l'approche de la fin de son existence, qui sera abordée dans notre publication. Dans un premier temps, les concepts de spiritualité, religion, religiosité et foi seront définis et la synthèse faite des théories du développement spirituel. Ceci nous conduit à aborder la notion de maturité spirituelle et la spiritualité des seniors, dont nous décrivons les besoins spirituels spécifiques. Dans un second temps, la synthèse des résultats actuellement disponibles concernant l'influence de la spiritualité sur le comportement de consommation est présentée et des voies de recherche futures proposées pour l'étude de l'influence de la spiritualité sur le comportement du consommateur senior.

Mots clés: spiritualité, religion, religiosité, foi, développement spirituel, besoin spirituel, valeur spirituelle, consommateur senior.

Introduction

Rarement abordé en marketing, le concept de spiritualité tient une place centrale dans la recherche en psychologie et en sociologie depuis plus de dix ans. La prestigieuse *American Society of Psychiatry* a présenté dans ses derniers congrès des travaux scientifiques s'intéressant au rôle de la spiritualité dans la santé mentale des êtres humains. La non moins prestigieuse *American Psychological Association* s'est dotée d'un chapitre dédié, le n° 36, consacré à la psychologie de la religion, qui tient désormais une conférence annuelle. Plusieurs publications, telles *The International Journal for the Psychology of Religion* ou la revue *Mental Health, Religion and Culture*, lui sont dédiées. La recherche en marketing ne peut donc pas faire l'économie de ce concept.

S'il existe quelques travaux sur l'influence de la spiritualité sur le comportement de consommation, la recherche demeure embryonnaire. Cette situation résulte probablement en partie du manque de consensus sur la définition du concept de spiritualité et de sa confusion avec les concepts associés de religion, religiosité et foi. C'est pourquoi, dans une première partie, nous faisons la synthèse de trois décennies de littérature en psychologie et en sociologie de la religion pour aboutir à la proposition d'une définition opérationnelle de la spiritualité pour l'étude du comportement du consommateur. Nous avons également soin de clarifier les concepts associés de religion, religiosité et foi. Les besoins et motivations spirituels des individus, la compréhension desquels constituera l'un des fondements d'un travail de recherche sur l'influence de la spiritualité sur le comportement de consommation, sont décrits et la synthèse faite des théories du développement spirituel. Ceci nous conduit à aborder la notion de maturité spirituelle et la spiritualité des seniors, dont nous décrivons les besoins spirituels spécifiques.

Dans un second temps, nous faisons la synthèse des résultats actuellement disponibles sur l'influence de la spiritualité sur le comportement de consommation. Nous concluons ce travail par la présentation de voies de recherche futures pour l'influence de la spiritualité sur le comportement du consommateur senior.

1. Le concept de spiritualité et les concepts associés de religion, religiosité et foi

La notion de spiritualité remonte à la nuit des temps, probablement à l'existence de l'homo sapiens même. Dès que l'homme, dont c'est une caractéristique fondamentale (Frankl, 1984), a commencé à s'enquérir du sens de la vie, la notion de spiritualité est apparue. Longtemps réduite à la religion, parfois confondue avec la religiosité ou la foi, la spiritualité couvre un champ plus large que nous allons nous attacher à définir.

Le terme de « spiritualité » provient du latin *spiritus* qui veut dire le souffle – le souffle de la vie. Un usage abusif du terme a été dénoncé comme servant à qualifier toute expérience personnelle idiosyncrasique (harmonie avec la nature, amour, enchantement) souvent dénuée des obligations, engagements et pratiques associées au développement religieux (Bellah et alii, 1985). Spilka (1993) parle d'un concept aux contours mal déterminés, en manque d'ancrage et de ce fait difficilement opérationnalisable. Cet article s'appuie sur une revue de littérature qui couvre le spectre temporel des trente dernières années (période clé des recherches sur le sujet) et reflète des positionnements épistémologiques complémentaires. Ce sont ainsi plus de quarante définitions de la spiritualité qui ont été dénombrées. Soucieux de proposer une définition aussi générale que possible, nous allons présenter les principales caractéristiques de la spiritualité, puis nous établirons notre propre définition, à partir des différentes propositions issues de cette littérature. Une clarification des concepts associés de religion, religiosité et de foi suivra.

1.1 Caractéristiques de la spiritualité

1.1.1. La spiritualité correspond à la quête individuelle du sens de l'existence

La quête du sens de l'existence est inhérente à l'homme (Frankl, 1984) et c'est à travers la spiritualité que chaque être, à titre individuel, va se poser la question de ce sens (Shafranske et Gorsuch, 1984 ; Mirvis, 1997). Pour Cremins (2000), c'est l'aspect le plus important de la spiritualité et Roof (1993) nous parle de « chercheurs de sens ». Ceci suggère une démarche spirituelle naturelle chez l'homme, qui va se dérouler tout au long de sa vie. Le développement spirituel de l'être humain, que nous présenterons ultérieurement, est alors un processus de création de sens dans le cadre de cette quête (Fowler, 1981).

1.1.2 La spiritualité a trois objets : le soi intérieur, l'altérité et le sacré

Le soi intérieur

En tant que quête individuelle du sens de sa propre existence, la spiritualité va amener l'Homme à regarder en lui pour trouver des réponses à ses questions. La spiritualité repose donc en partie sur la relation à « soi » (Shafranske et Gorsuch, 1984 ; Atchley, 1997 ; Roof, 1993, 1999 et Tillich, 1963). Les travaux de Hamilton et Jackson (1998) font ressortir la conscience de soi comme étant l'un des déterminants principaux de la spiritualité. Un être spirituel serait en phase avec lui-même, posséderait une âme et une énergie intérieure, qui constituerait une ressource en cas de difficulté. Zukav (1990) parle du « royaume invisible » où se trouve l'origine de toutes nos croyances profondes. McDonald (1997) décrit le soi intérieur comme le centre où nos pensées et sentiments les plus profonds prennent racine.

L'altérité

La spiritualité fait aussi appel « aux autres ». L'Homme doit se tourner vers et analyser ses relations avec le monde qui l'entoure, en particulier les autres Hommes mais aussi la nature et l'univers en général. Mitroff et Denton (1999) voient la spiritualité comme « *les sentiments de base d'une connexion avec soi, les autres et l'univers dans son entier* ». Reich (2000) définit la spiritualité comme « *le partage de la joie et du chagrin et les liens profonds entre les êtres humains, les êtres humains et la nature* ». Dans les cultures africaines et asiatiques par exemple, la relation aux êtres disparus, aux ancêtres constituera une dimension importante de la spiritualité (Nobles, 1980 ; Ani, 1997 et Welsing, 1991). L'altérité se comprend donc au sens large et inclut les autres hommes, vivants et disparus, la nature et l'univers.

Le sacré

La notion de sacré occupe une place centrale dans la spiritualité (Vaughan, 1991 ; Pargament, 1997 ; Zinnbauer, Pargament et Scott, 1999 ; Larson, Swyers et McCullough, 1998; Atchley, 1997 ; Roof, 1993,1999; et Tillich, 1963). Larson, Swyers et McCullough (1998) définissent le sacré comme « *une perception, socialement influencée, soit d'un être divin, soit d'un sens de la réalité ultime ou de la vérité* ». Dans le cadre de ce travail, nous emploierons le terme de sacré pour désigner les différentes conceptions d'un pouvoir extérieur à l'être humain auquel l'homme peut être amené à se référer : Dieu, des dieux, l'au-delà, un être ultime, un pouvoir supérieur, le destin, l'énergie naturelle, la conscience universelle ou la totalité de l'existence.

1.1.3. La spiritualité fait appel à la capacité de transcendance

La spiritualité, en tant que quête du sens de l'existence, fait appel à la capacité humaine de transcendance (Shafranske et Gorsuch, 1984). Définie par Piedmont (1997) comme « *la capacité d'un individu à sortir de sa perception immédiate du temps et de l'espace et à voir la vie sous un angle plus large, plus détaché, qui conduit à une compréhension plus holistique et interconnectée de la vie* », elle a pour Hamilton et Jackson (1998) le sens d'une « *capacité à aller au-delà des limites de la compréhension et de l'expérience humaine* ». La quête spirituelle prend alors en compte les objets que nous avons décrits précédemment (le soi intérieur, l'altérité et le sacré), pour les transcender. Schneiders (1989) et Conn (1993) insistent sur le rôle de « *l'autotranscendance* », ou transcendance du soi, dans le développement spirituel. Nous verrons ultérieurement que les individus seniors semblent dotés d'une capacité spécifique de transcendance appelée géotranscendance (Tornstam, 1994, 1999).

1.1.4 La spiritualité a pour finalité l'interconnexion des objets de sa quête pour donner un sens global à la vie de l'individu

La spiritualité, quête individuelle de l'Homme du sens de sa propre existence aboutit à l'interconnexion des objets de la quête. Le terme de « connexion » est employé dans de nombreuses définitions de la spiritualité (Mitroff et Denton, 1999 ; Piedmont, 1999 ; Eckersley, 2000 ; Reich, 2000 et Schneiders, 2000). La littérature scientifique concernant la spiritualité insiste sur le lien et l'intégration des éléments, par opposition à la séparation. Il s'agit de reconnaître l'unité de l'être, l'existence d'une énergie qui transcende les catégories et les concepts qui gouvernent le royaume du matériel. L'individu développe un sentiment de lien multiple entre lui-même, les personnes qui l'entourent et constituent le monde en général, la nature, l'univers et le sacré (Hamilton et Jackson, 1998). C'est sa capacité à transcender sa vie pour prendre du recul par rapport à ces liens et les voir de manière globale, au-delà de lui et de sa propre existence, qui lui permettra de se développer spirituellement.

Nous pouvons alors présenter un tableau récapitulatif des caractéristiques de la spiritualité :

Tableau 1. Caractéristiques de la spiritualité :

Origine	la quête du sens de l'existence
Nature	individuelle : l'Homme recherche le sens de sa propre existence
Objets	* le soi intérieur * l'altérité : les autres hommes, la nature et l'univers * le sacré
Moyen	* la transcendance
Finalité	l'interconnexion du soi intérieur, de l'altérité et du sacré, qui donne le sens de l'existence et son but.

La spiritualité, dont nous avons identifié les caractéristiques, est un concept multidimensionnel que nous précisons ci-après.

1.2. Dimensions de la spiritualité

Zinnbauer et Pargament (2005) et Elkins et al. (1988) ont souligné le côté multidimensionnel de la spiritualité. Ces derniers ont réalisé un travail d'ampleur sur la spiritualité vue sous un angle qu'ils qualifient d'humaniste-phénoménologique et qui correspond bien à notre conception large de la spiritualité, qui peut être religieuse mais aussi non-religieuse. Ils identifient 9 dimensions du construit, pour lesquels ils ont élaboré un instrument de mesure : le Spiritual Orientation Inventory (SOI). Ces dimensions sont : la transcendance, le sens et le but de la vie, la mission de vie, l'aspect sacré dans la vie, les valeurs spirituelles opposées aux valeurs matérielles, l'altruisme, l'idéalisme, la conscience du tragique et les fruits de la spiritualité.

**Tableau 2. Dimensions de la spiritualité selon le Spiritual Orientation Inventory (SOI)
Elkins et al. (1988)**

Dimension	Définition
<i>La dimension transcendante</i>	La dimension transcendante de la spiritualité correspond à la conviction de l'individu qu'il existe « plus » que ce que l'œil peut voir. Le contact harmonieux avec ce monde invisible, auquel l'individu envisagera de s'ajuster, lui est bénéfique.
<i>Le sens et le but de la vie</i>	Un sens et un but émergent de la quête dans laquelle s'engage l'individu qui se développe spirituellement. Il en résulte la conviction que la vie est profondément porteuse de sens et que chaque existence a elle aussi un sens, un but.
<i>La mission de la vie</i>	L'individu développe le sens de sa vocation. Il se sent une responsabilité face à la vie, un appel auquel il doit répondre, une mission à accomplir et, dans certains cas, une destinée.
<i>L'aspect sacré dans la vie</i>	L'individu croit en la nature sacrée de la vie et ressent un sentiment d'admiration, y compris dans des contextes non religieux. Toute vie est sacrée et la sacré se trouve dans tous les aspects de la vie.
<i>Les valeurs spirituelles opposées aux valeurs matérielles</i>	L'individu peut apprécier les possessions matérielles mais ne recherche pas d'ultime satisfaction à travers elle et elles ne pourront pas compenser des besoins spirituels insatisfaits.
<i>L'altruisme</i>	L'individu est sensible à la souffrance des autres hommes. Il a un sens aigu de la justice sociale et est impliqué dans le don d'amour et la réalisation d'actions altruistes.
<i>L'idéalisme</i>	L'individu spirituel est un visionnaire qui s'engage pour rendre le monde meilleur. Il aime les choses et les gens pour ce qu'ils sont et ce qu'ils peuvent devenir.
<i>La conscience du tragique</i>	L'individu spirituel est conscient des réalités tragiques de l'existence humaine et il est sensible à la souffrance des autres êtres. Cette conscience donne une profondeur à la personne qui est consciente que la conscience du tragique est aussi source de joie et d'appréciation de la vie.
<i>Les fruits de la spiritualité</i>	Les fruits de la spiritualité se trouvent dans les relations de l'individu avec lui-même, les autres hommes, sa relation à la nature et l'univers et sa relation au sacré.

1.3. Définition de la spiritualité

Elkins et al. (1998) ont défini la spiritualité comme « *une façon d'être et d'expérimenter les choses à laquelle on parvient grâce à la conscience d'une dimension transcendante, et qui est caractérisée par certaines valeurs identifiables se rapportant à soi, aux autres, à la nature, la vie et le sacré, quelle que soit la définition que l'on en ait* ». A cette définition manquent les notions de quête et de construction de sens, qui constituent l'origine et l'aboutissement de la spiritualité. Zinnbauer et Pargament (2005) et Kale (2004) insistent eux aussi sur la nécessaire intégration du « sens » dans toute définition de la spiritualité. A partir de ce constat et sur la base des caractéristiques que nous avons identifiées, nous proposons la définition suivante de la spiritualité :

La spiritualité est la construction individuelle du sens de l'existence. Elle fait appel à la capacité de transcendance et a pour objets le soi intérieur, l'altérité et le sacré. L'altérité se comprend au sens large, incluant les autres hommes, la nature et l'univers. C'est l'interconnexion de ces objets qui permet la considération de la vie humaine dans son ensemble et lui donne un but.

La spiritualité sera soumise à l'influence de la culture, de la personnalité de l'individu, de son environnement et de l'occurrence de situations de liminalité dans son parcours de vie.

Pour compléter notre définition et nous prémunir de la confusion encore courante entre le concept de spiritualité et certains concepts associés, nous allons clarifier les concepts de religion, de religiosité et de foi.

1.4. Définitions des concepts associés : la religion, la religiosité et la foi

1.4.1 La religion et la religiosité

Religion est religiosité sont deux termes régulièrement employés de manière interchangeable et parfois confondus avec le concept de spiritualité dans la littérature de recherche. Ils sont pourtant clairement distincts.

La religion

Plusieurs définitions ont été données de la religion. Elles ont souvent pour point commun d'éviter de se placer dans une perspective théologique spécifique. Samli et Hill (1998) la définissent ainsi: « *La religion est la force qui guide la relation entre l'humanité et le surnaturel et, ultimement, aide à définir les valeurs et attitudes associées à une culture. La religion joue ce rôle en définissant ce à quoi chacun doit aspirer dans une vie « idéale » et les comportements nécessaires à l'atteinte de cet idéal* ». Les participants à l'étude de Roof (1993) voient la religion avec une connotation institutionnalisée qui se traduit par la pratique de rituels, l'adhésion à des dogmes, la participation à des services religieux et autres phénomènes associés. Les personnes étudiées par Mitroff et Denton (1999) font une nette distinction entre religion et spiritualité, ce second concept étant perçu comme beaucoup plus « socialement correct » que le premier. La religion est depuis longtemps l'une des principales réponses aux besoins spirituels des individus (Pargament, 1999). C'est probablement la raison pour laquelle les concepts de religion et de spiritualité ont été et sont encore si souvent confondus. La religion possède deux dimensions : l'identité religieuse et la religiosité.

L'identité religieuse correspond à la tradition spécifique dans laquelle s'inscrivent les adhérents d'une religion donnée. Il existe autant de doctrines religieuses dans le monde qu'il existe de religions. Celles qui regroupent le plus grand nombre d'adhérents sont la chrétienté, l'islam, le judaïsme, le bouddhisme, l'hindouisme, le sikhisme, le jaïnisme, le zen, le taoïsme, l'animisme et le chamanisme. Chaque doctrine propose un corps central de principes moraux auquel ses adhérents doivent se conformer pour en faire l'élément central de leur vie quotidienne. Au-delà de ces principes centraux qui présentent certains points communs, la doctrine peut aussi édicter des règles qui guident ses adhérents dans la façon de vivre leur vie.

La religiosité :

Les individus ne pratiquent pas tous leur religion de la même manière. Pour certains, les principes religieux sont au centre de leur vie et leur comportement doit en permanence être en accord avec ces principes. Pour d'autres, les mêmes principes religieux occuperont une position plus périphérique dans leur identité propre. C'est leur religiosité qui les distingue.

La religiosité d'un individu consiste ainsi en « *le degré d'acceptation des principaux centraux d'une religion (par ses adhérents)* » (Sood et Nasu, 1995) ou « *la force avec laquelle un individu adhère aux principes centraux de sa religion pour les placer au centre de sa vie* » (Jackson, 1999). La religiosité est un concept bidimensionnel qui se structure autour de deux dimensions reconnues (Mokhlis, 2006 ; Worthington et al, 2003) :

- la dimension dévotionnelle et cognitive, qui est privée et représente l'individu dans sa connaissance de sa religion, sa croyance et son expérience personnelle.
- la dimension participatoire et comportementale, qui est publique et représente l'individu dans sa participation à des activités religieuses organisées.

Pour terminer, nous définirons le concept de foi, indissociable lui aussi de tout travail de recherche sur la spiritualité.

1.4.2. La foi

Le mot « foi » provient du latin *fides*, signifiant « *la parole donnée* ». Foi et fidélité vont donc de pair. Le terme de foi est à l'origine un terme religieux qui signifie croire en Dieu, aux enseignements d'une religion. Celui qui a la foi est un fidèle, celui qui ne l'a pas est un infidèle. La foi correspond alors à la recherche d'une confiance infaillible en un centre de valeurs et de pouvoir suffisamment valable pour unir nos vies et leur donner un sens. Fowler (1995) la décrit comme « *une orientation de la personne en entier, qui donne un sens et un but aux espoirs, aux efforts, aux pensées et aux actions de chacun* ». Pour Smith (1977, 1979), foi et religion sont associées dans une relation de réciprocité, l'une nourrissant l'autre.

Les concepts de spiritualité, religion, religiosité et foi ayant été définis, nous allons conclure cette section par la présentation d'un tableau récapitulatif des principales informations se rapportant aux concepts étudiés.

Tableau 3. Synthèse des concepts de spiritualité, religion et foi

	Définition	Dimensions
Spiritualité	« <i>La spiritualité est la construction individuelle du sens de l'existence. Elle a pour objets le soi intérieur, l'altérité et le sacré. L'altérité se comprend au sens large, incluant les autres hommes, la nature et l'univers. C'est l'interconnexion de ces objets qui permet la considération de la vie humaine dans son ensemble et lui donne son but</i> ».	Multidimensionnelle
Religion	La religion est « <i>la force qui guide la relation entre l'humanité et le surnaturel et, ultimement, aide à définir les valeurs et attitudes associées à une culture. La religion joue ce rôle en définissant ce à quoi chacun doit aspirer dans une vie « idéale » et les comportements nécessaires à l'atteinte de cet idéal</i> » (Samli et Hill, 1998).	Bidimensionnelle dont la religiosité
Religiosité	La religiosité est « <i>la force avec laquelle un individu adhère aux principes centraux de sa religion pour les placer au centre de sa vie</i> » (Jackson, 1999)	Bidimensionnelle
Foi	La foi est « <i>une orientation de la personne dans son ensemble, qui donne un sens et un but aux espoirs, aux efforts, aux pensées et aux actions de chacun</i> » (Fowler, 1995)	Monodimensionnelle

1.5. Les besoins et motivations spirituels

La spiritualité est associée à un certain nombre de besoins spirituels et de motivations spirituelles que nous décrivons ci-après.

1.5.1 Les besoins spirituels

Les besoins spirituels sont des besoins psychologiques appartenant aux cinquième et sixième catégories de besoins identifiées par Maslow (1970). Ils représentent « *la nécessité qu'a l'individu de trouver des signes de reconnaissance à travers lesquels il puisse trouver un chemin et choisir un sens à sa vie, satisfaire un besoin d'amour, de relations harmonieuses avec soi-même et autrui* » (Kohler, 1999).

Ces besoins, qui apparaîtront sous forme de questionnement explicite dans les situations de liminalité rencontrées par l'individu (la mort d'un proche, la maladie, le divorce...) sont présentés dans le tableau ci-après :

Tableau 4. Les besoins spirituels (inspiré de Kohler, 1999)

Besoins spirituels
Besoin de donner un sens à sa vie
Besoin d'être en harmonie avec soi-même, physiquement et psychiquement
Besoin de donner et de recevoir de l'amour
Besoin de vivre des relations harmonieuses avec son entourage
Besoin de relation avec un être transcendant

La satisfaction des besoins spirituels conduira au bien-être spirituel. Dans le cas contraire, une détresse spirituelle peut apparaître chez l'individu concerné.

Le bien-être spirituel

Pour Paloutzian et Ellison (1982), concepteurs de l'échelle de mesure du bien-être spirituel (SWBS), le bien-être spirituel est « *la perception du but, des valeurs et du sens de la vie* ». Fisher (1999) quant à lui nous dit que la santé spirituelle, indissociable des autres dimensions de la santé que sont la santé physique, mentale, émotionnelle, sociale et vocationnelle, consiste en un état dynamique de l'être, démontré entre autres par la capacité à vivre en harmonie avec :

- soi-même (en référence au sens, au but et à la valeur de la vie)
- les autres (au travers de la qualité exprimée et la profondeur des relations, la capacité à se relier à la morale, la culture et la religion)
- l'environnement naturel (attention et soin apporté au physique et au biologique, un sentiment de crainte et d'émerveillement, voire d'unité avec la nature).
- le sacré.

Le bien-être spirituel s'obtiendrait en développant des relations positives dans chacun de ces quatre domaines.

La détresse spirituelle

La non-satisfaction des besoins spirituels peut être source de détresse spirituelle.

« *La détresse spirituelle est l'état d'une personne ou d'un groupe qui vit une perturbation dans le système de croyances ou de valeurs qui procure la force, l'espoir et la signification dans la vie* » (Carpenito, 2003). La caractéristique essentielle de la détresse spirituelle est l'ébranlement de la foi de l'individu, dans un contexte d'altération des capacités physiques ou mentales, qui vient entraver la pratique spirituelle, ou bien d'un mal-être ressenti dans un contexte de détresse psychique comme le décès d'une personne importante ou de détresse physique comme sa propre maladie (Carpenito, 2003).

1.5.2. Les motivations spirituelles

A partir des travaux qui ont été faits sur l'étude des motivations religieuses, (Allport et Ross, 2005; Clark et Dawson, 1996; Wiebe et Fleck, 1980), on peut déduire que les motivations spirituelles seraient de deux ordres : intrinsèque et extrinsèque. Les deux types de motivations peuvent coexister.

Les motivations spirituelles intrinsèques :

L'individu vit sa spiritualité et internalise les croyances, valeurs et convictions qui lui sont associées. Ces dernières deviennent des fins en soi, une motivation puissante qui fera que l'individu développera un mode de vie compatible avec elles. Elles deviennent un cadre d'interprétation pour tous les moments de la vie. La spiritualité permet à l'individu de trouver un nouveau centrage personnel qui le relie avec une réalité supérieure et crée une expérience de joie et de sécurité. Ce type d'expérience unique apporte de la cohérence à l'existence, malgré les multiples forces de conflit et de concurrence (internes et externes) qui impactent nos vies (Piedmont, 1999). Les motivations spirituelles intrinsèques peuvent être :

- l'atteinte du stade ultime de développement spirituel
- l'aboutissement de la quête spirituelle et définition du sens de sa propre existence.

Les motivations spirituelles extrinsèques :

L'individu externalise les croyances, valeurs et convictions associées à l'identité spirituelle qu'il a choisie. Il se sert de sa spiritualité pour atteindre un objectif.

Plus personnel et tourné vers la fonction utilitaire de la spiritualité, ce type d'individu trouve dans la spiritualité un confort de vie, une convention sociale. Les motivations spirituelles intrinsèques peuvent être :

- l'accroissement des ressources personnelles en situation de liminalité
- la réduction de l'anxiété face à la mort.

Les individus « intrinsèques » auraient moins de préjugés, verraient le sens plus large des choses, auraient une pratique spirituelle collective plus intense et un meilleur équilibre psychique que les « extrinsèques ». Ils seraient généralement moins anxieux et auraient moins peur de la mort.

Le développement de la spiritualité est un processus long et complexe, qui nécessite souvent une vie entière.

2. Le développement spirituel :

« Comment une personne monte-t-elle ou descend-elle, grimpe-t-elle à l'échelle, se déplace-t-elle entre plusieurs stades, suit-elle un chemin (droit ou tordu), prend-elle une vague, spirale-t-elle, tourne-t-elle en rond, se déploie-t-elle, émerge-t-elle, ou devient-elle entière ou équilibrée ou intégrée ? » demande Rothberg (1996) en parlant du processus de développement spirituel, dont il suggère la complexité et la non-linéarité.

Le développement spirituel est un processus qui s'étend sur toute la vie. Il est caractérisé à la fois par des schémas prévisibles et des variations individuelles dans de multiples domaines. La construction de l'identité propre de l'individu est au centre du processus de développement spirituel. Elle s'appuiera sur deux préoccupations à poids variable au long du processus : la satisfaction de l'ego (prioritaire dans les phases initiales) et le souci des autres (central dans la phase finale). A partir d'une revue de littérature qui couvre le spectre de recherche significatif des trente dernières années, les théories complémentaires et contrastées du développement spirituel sont présentées et un modèle de développement spirituel retenu pour la suite de notre travail.

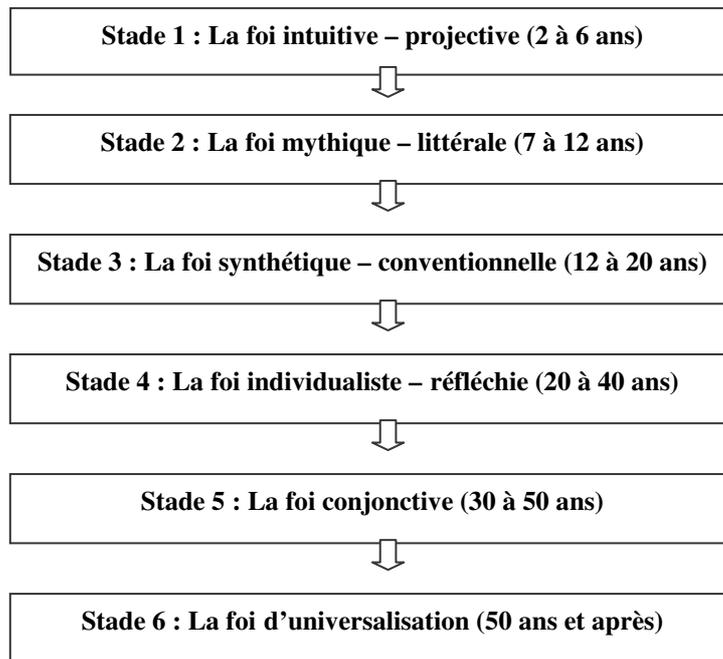
La lecture de la littérature relative au développement spirituel permet ainsi de mettre en évidence deux courants de recherche. Un premier courant, largement majoritaire (Fowler, 1981 ; Helminiak, 1987 ; Oser et Gmünder, 1991 ; Cartwright, 2001), décrit un développement chronologique et séquentiel de la spiritualité. Le second courant, plus marginal, retient la possibilité d'un développement relativement autonome de la spiritualité, qui est alors considérée comme une ligne de développement distincte de l'esprit humain (Wilber, 1999).

2.1. La théorie dominante est celle d'un développement spirituel chronologique et séquentiel

Les travaux de Fowler (1981), Oser et Gmünder (1991), Helminiak (1987) et Cartwright (2001) convergent dans le sens d'un développement spirituel chronologique et séquentiel. Le modèle de développement spirituel de Fowler (1981), en six stades, constitue une référence en la matière. Pour Fowler, la foi définit l'environnement ultime de l'être humain. *« L'environnement ultime est un cadre de sens global, qui contient et se construit sur la base des centres les plus transcendants de valeur et de pouvoir auxquels notre foi apporte son soutien »*. Une des élèves de Fowler décrit l'environnement ultime comme *« le grand théâtre des actions par lesquelles nous vivons nos vies. Les images de l'environnement ultime déterminent la façon dont nous arrangeons le décor et comprenons l'intrigue de la pièce de théâtre qu'est notre existence »*. Notre propre définition de la spiritualité est très proche du point de vue développé par Fowler puisqu'elle concerne la construction du sens de l'existence, en appui sur les objets et centres de valeurs que sont le sacré, le soi intérieur et l'altérité. Le développement de la foi, telle que définie par Fowler, correspond donc au développement de l'être tout entier. La foi se développera alors tout au long de la vie et Fowler proposera un modèle de développement de la foi que nous retiendrons comme modèle de développement spirituel pour la suite de nos travaux.

L'étape ultime (stade 6) n'est que rarement atteinte, sauf par des individus à la personnalité exceptionnelle tels Gandhi, Martin Luther King et Mère Térésa, presque toujours fortement engagés spirituellement (Fowler, 1995). Pour eux, l'environnement ultime doit inclure tous les êtres humains, quelles que soient leur origine, leurs convictions et leur degré de développement spirituel.

Schéma 1. Le processus de développement spirituel selon Fowler (1981)



C'est au sein de ce courant de recherche, qui décrit un développement spirituel chronologique et séquencé de l'être humain, que se placera la suite de notre travail. Nous considérerons que tout individu possède un potentiel de développement spirituel dont le pic se sera généralement atteint vers la fin de sa vie, à l'âge senior. Quoiqu'il soit plus marginal et n'ait pas retenu notre attention au final, il est intéressant de noter l'existence d'un courant de recherche alternatif que nous présentons ci-après.

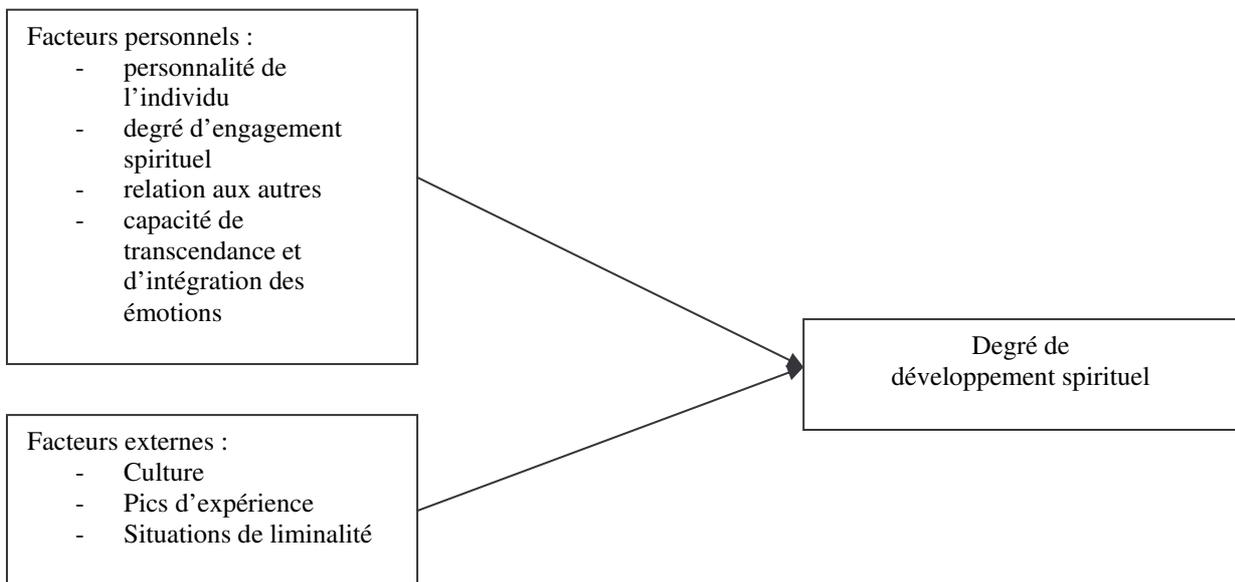
2.2. Une alternative aux théories dominantes : la spiritualité comme ligne de développement autonome de l'esprit humain

Wilber (1999), dans ses travaux sur le développement de l'esprit humain, estime qu'un sous-ensemble des lignes de développement pourrait constituer la spiritualité : l'empathie (*care*), l'ouverture (*openness*), le souci de l'autre (*concern*), la foi religieuse (*religious faith*), les états méditatifs (*meditative stages*), ces lignes de développement étant relativement indépendantes. Le développement de la spiritualité ne se fait alors pas nécessairement par stades. La réponse est une question de définition. Si l'on considère la spiritualité comme une ligne de développement (ou un ensemble de lignes) séparée(s), alors son développement peut se faire sans que le développement psychologique de l'individu concerné ne soit forcément achevé.

Il en va de même si l'on considère la spiritualité comme un pic d'expérience. Un individu peut donc être à un stade de développement spirituel avancé sans forcément qu'il en soit de même pour d'autres niveaux de son développement.

Le développement spirituel sera soumis à l'influence d'un certain nombre de facteurs personnels et de facteurs externes à l'individu parmi lesquels : l'environnement culturel de l'individu, l'occurrence de situations de liminalité, la relation aux autres, la capacité de transcendance, l'intégration des émotions, l'engagement spirituel et les pics d'expérience.

Schéma 2. Facteurs d'influence sur le développement spirituel



Cette première partie nous a permis d'établir les bases conceptuelles pour la compréhension de la maturité spirituelle et l'abord de la spiritualité des seniors que nous allons maintenant approfondir.

3. La maturité spirituelle et la spiritualité des seniors :

Il existe aujourd'hui deux principaux courants de pensée concernant le développement spirituel chez les seniors. Le premier présente ce développement comme l'aboutissement d'un processus chronologique de maturation de l'individu. Le second le présente comme un processus d'adaptation et de défense contre les contraintes et l'adversité associées à l'âge.

La théorie de la gérotranscendance (Tornstam, 1994 et 1999) apporte un éclairage neuf sur le développement spirituel des seniors.

3.1. La maturité spirituelle est le fruit la maturation de l'individu :

Selon un premier groupe d'auteurs, il existe un lien logique entre la maturation de l'individu et son développement spirituel, un développement spirituel avancé étant observable à l'âge senior. Les études sur le développement psychosocial et cognitif des adultes font apparaître une plus grande capacité des seniors à intégrer les perspectives d'ordre cognitif et émotif (Labouvie-Vief, De Voe et Bulka., 1989). Il se développe à cet âge, auquel l'individu est généralement libéré des contraintes d'une vie professionnelle antérieure et auquel il a élevé ses enfants, une sagesse, associée à l'intégrité de l'ego et le caractère inéluctable du cycle de vie, lui-même basé sur une nouvelle synthèse et réintégration du soi (Erikson, 1963). L'individu se tourne vers son soi intérieur à la recherche de sa dimension plus spirituelle. Il prend de plus en plus conscience de sa propre mortalité. Les résultats des travaux de Labouvie-Vief, De Voe et Bulka (1989) apportent la preuve d'une relation positive entre l'âge et la capacité à intégrer des perspectives cognitives et émotionnelles, ainsi qu'une plus grande aisance avec la notion de métaphore et la subjectivité. Ceci vient renforcer la théorie d'un lien entre l'âge et l'évolution des modes de savoir qui conduirait au développement spirituel. Fowler (1981) quant à lui présente une relation positive entre l'âge et un stade de développement spirituel avancé caractérisé par un sens de l'unité et de transcendance personnelle.

3.2. Le développement spirituel est un mécanisme d'adaptation et de défense

Le vieillissement s'accompagne de changements affectant le bien-être physique, l'acuité mentale, la fréquence ainsi que les schémas d'interactions sociales. Ces changements sont le plus souvent vécus comme des pertes: de santé, de mémoire et de rôle social. Ils constituent des défis à relever et nécessitent une adaptation de l'individu. Il est aussi possible que le senior soit victime des réactions négatives de son environnement par rapport à son vieillissement, résultant en des phénomènes d'âgisme (considération négative de la personne qui vieillit) voire même de discrimination liée à l'âge. Ces réactions sont vécues comme des agressions qui créent chez le senior un besoin de se défendre contre elles. La croissance spirituelle est présentée par Atchley (1997) comme un mécanisme d'adaptation et de défense.

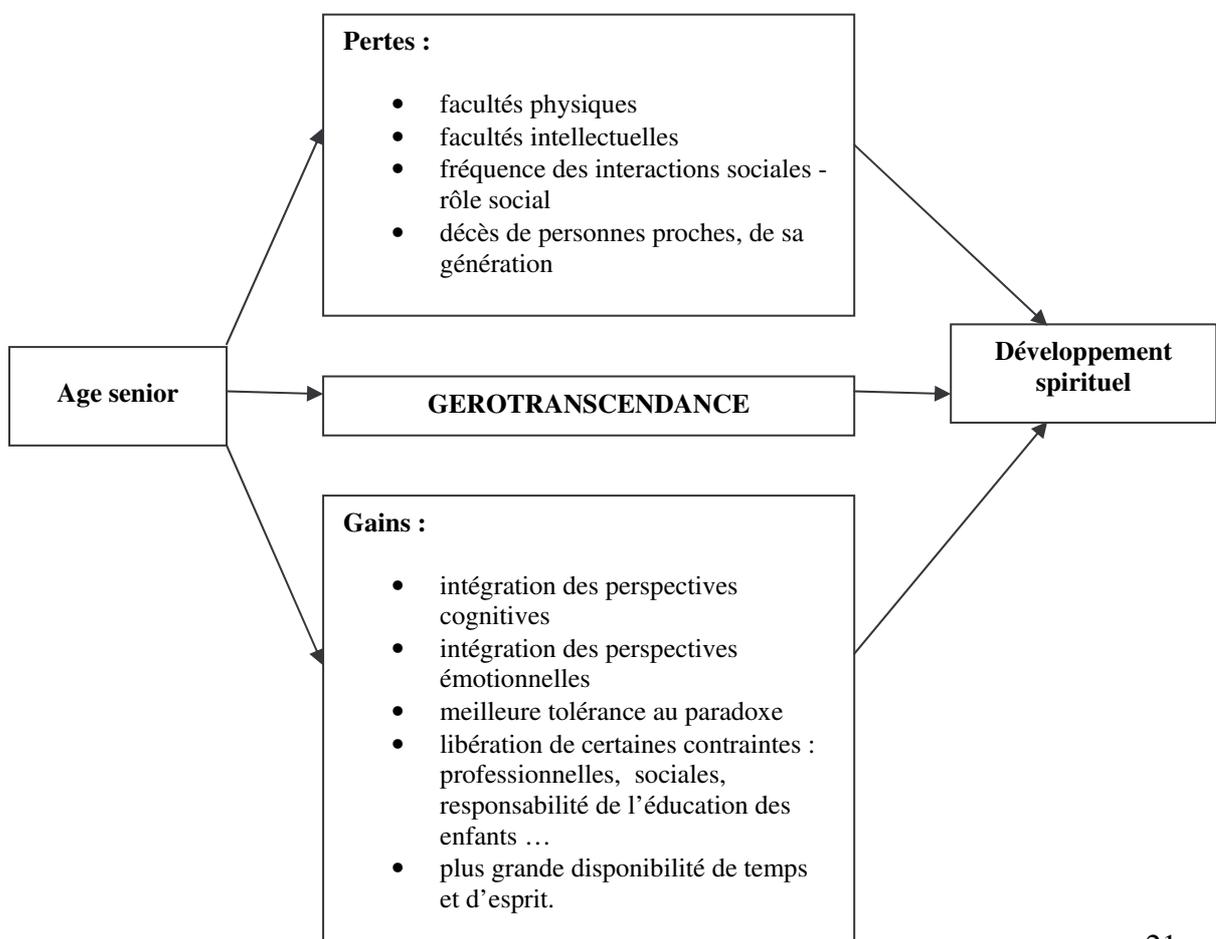
Il suggère aussi que la réduction de la mobilité chez la personne âgée lui donne l'opportunité de faire l'expérience de la méditation et du silence contemplatif, facilitant alors son développement spirituel. La recherche en psychiatrie et en gérontologie a d'ailleurs prouvé le bénéfice associé à la prise en compte de la dimension spirituelle dans le traitement de pathologies courantes chez les seniors. L'âge senior correspond aussi à une phase de la vie où l'individu entrevoit clairement l'approche de la mort, ce qui peut générer une anxiété importante (Urien, 2003). La préparation à la mort y tient un rôle important. La spiritualité prend dans ce contexte une dimension particulièrement importante. Les groupes religieux constituent d'ailleurs le troisième moyen de soutien le plus important dans la vie des seniors, après la famille et l'état. Au travers des interviews de 22 seniors, hommes et femmes, Bianchi (1987) a démontré la transformation de préoccupations éthiques et intérêts religieux antérieurs en une spiritualité moins moraliste et plus personnelle dans la deuxième moitié de la vie. A l'issue de leur étude longitudinale sur la spiritualité des adultes, Wink et Dillon (2002) soutiennent que le développement spirituel se ferait dans la seconde partie de la vie et serait accru par l'influence combinée d'une personnalité non conventionnelle, d'une sensibilité psychologique et d'expériences de la discontinuité et de l'adversité de la vie.

3.3. La théorie de la gérotranscendance

Il a été souvent observé que les seniors se détachaient de certaines valeurs, telle la concurrence entre individus, qui avaient pu caractériser le milieu de leur vie. En gérontologie, cet apparent comportement de retrait a longtemps été expliqué par la théorie du désengagement de Cumming et Henry (Cumming, 1963 ; Cumming et Henry, 1961 ; Cumming et Newell, 1960), selon laquelle l'individu senior se désintéresserait et se détacherait de la société dans laquelle il vit, et qui souvent le rejette en tant que senior, pour se tourner vers lui-même (Bruyneel et al., 2008). Par la suite, les travaux d'Erik et Joan Erikson (1995, 1997) ont conduit à suggérer l'existence d'un neuvième stade de développement humain vers la fin de la vie, où l'individu développerait une attitude de retrait vis-à-vis du monde qui l'entoure. Ceci serait le signe d'une perspective spirituelle accrue qui ferait que l'individu senior, après s'être tourné vers le monde qui l'entoure au stade 7 puis vers lui-même au stade 8, se tournerait vers le sacré à la fin de sa vie. Sur la base des travaux pré-cités et à l'issue d'une étude portant sur un échantillon plus grand et plus représentatif que celui de Bianchi (1987), Tornstam (1994, 1999) revendique un chemin distinct vers la spiritualité, en

relation avec l'âge, et apporte des preuves rétrospectives d'une évolution auto-perçue des seniors vers ce qu'il appellera la « gérotranscendance ». Il définit la gérotranscendance comme un changement de paradigme : « *le passage d'une perspective rationnelle et matérialiste à une perspective cosmique et transcendantale croissante* ». La gérotranscendance serait l'étape ultime d'une progression naturelle vers la maturité et en sagesse. Cette théorie représente une alternative à la théorie dominante du désengagement, et suggère que ce qui a longtemps été vu comme un retrait du cours de la vie serait en fait une réorientation vers une nouvelle perspective et expérience de vie, qui pourrait être comprise comme spirituelle (Dalby, 2006). La théorie de Tornstam (1994, 1999), qui se rapproche de celle de Fowler (1981) et de son modèle de développement de la foi chez l'homme, prend appui sur le fait que les seniors auraient une prédisposition pour prendre en compte la dimension cosmique ou transcendante de la vie, pour inclure la préoccupation pour le lien entre les générations, la relation entre la vie et la mort et le mystère de la vie. La gérotranscendance se manifesterait à trois niveaux (Tornstam, 1999): le niveau cosmique, le niveau du soi et le niveau des relations individuelles.

Schéma 3. Facteurs d'influence sur le développement spirituel des seniors



Le développement spirituel, catalysé par la capacité de géotranscendance des seniors, viendrait alors contribuer à relativiser et à mieux supporter les pertes subies à l'âge senior tout en capitalisant sur les gains qui y sont associés.

3.4. Les besoins spirituels des seniors

A un âge caractérisé par son lot de pertes face auxquelles le développement spirituel constitue un mécanisme d'adaptation et de défense, la première catégorie de besoins spirituels concernera les besoins d'intégrité et de dignité personnelle et la transcendance des handicaps et des pertes.

La catégorie suivante de besoins spirituels des seniors apparaît dans le contexte de l'approche de leur propre finitude. L'approche de la mort est en effet caractérisée par une anxiété importante (Urien, 2003) et la réduction de cette anxiété constituera un besoin spirituel spécifique. Elle nécessitera de se préparer et se résoudre éventuellement à mourir. Ceci sera rendu possible par l'acceptation de la vie dans son entier et l'identification de son sens final, puis l'acceptation d'un parcours dont la mort est le dénouement ultime. L'établissement d'un bilan globalement positif de son existence y contribuera grandement. Pour y parvenir, le senior aura besoin de relire sa vie pour relier et mettre en perspective les événements qui l'ont jalonnée. Dans le cadre global de ce travail, la continuité de l'homme et le souci des générations futures trouvera une place importante à travers la générativité. Les relations aux tiers seront l'objet d'un intérêt spécifique, caractérisées par un souci d'humanisme, de réparation de ce qui peut encore l'être et de réconciliation.

Enfin, la troisième catégorie de besoins spirituels sera la recherche d'une relation plus ou moins intense avec le sacré.

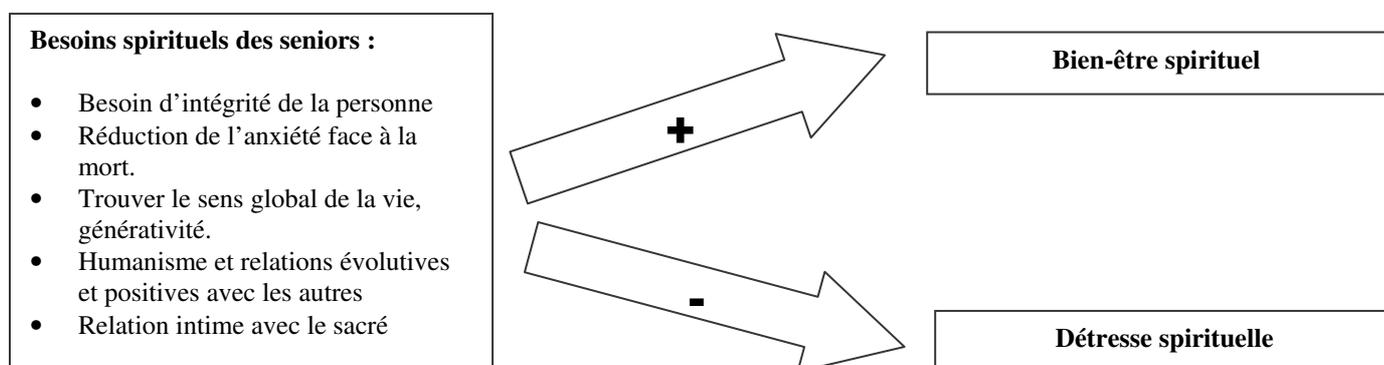
La synthèse de ces travaux nous permet de parvenir à une synthèse des besoins spirituels des seniors que nous présentons ci-après.

Tableau 5. Les besoins spirituels des seniors

1	Besoin d'intégrité et de dignité personnelle, de transcender les pertes et les handicaps
2	Réduction de l'anxiété face à la mort, se résoudre à mourir et se préparer à la mort. Trouver le sens global de la vie, relire les événements de la sienne et les relier, croire à la continuité de l'homme et se soucier des jeunes générations. Relations évolutives avec des tiers, trouver l'intimité dans la relation aux autres, se déculpabiliser et se réconcilier
5	Relation avec le sacré, un être transcendant, trouver l'intimité dans cette relation

Le degré de satisfaction des besoins spirituels des seniors conduira à un état de bien-être spirituel ou de détresse spirituelle selon le cas.

Schéma 4. Besoins spirituels, bien-être et détresse spirituels chez les seniors



Au terme de cette première partie, nous avons défini le concept de spiritualité et les concepts associés de religion, religiosité et foi. Nous avons également fait l'inventaire des théories du développement spirituel et retenu la nature chronologique et séquentielle de celui-ci. La notion de maturité spirituelle a été abordée, qui nous a conduit à approfondir la spiritualité des seniors et leurs besoins spirituels spécifiques. Il convient maintenant de s'interroger sur les influences que la spiritualité et le développement spirituel sont susceptibles d'exercer sur le comportement du consommateur senior. Pour cela, nous présenterons en seconde partie de cet article les résultats disponibles en matière d'influence de la spiritualité sur le comportement de consommation et nous proposerons des voies de recherche futures appliquées au consommateur senior.

4. Influence de la spiritualité sur le comportement de consommation

La revue de littérature relative au sujet, qui couvre le spectre des dix dernières années, fait apparaître trois influences principales que sont l'influence de l'identité spirituelle du consommateur et de son degré de développement spirituel, la prise en compte par le consommateur de la valeur spirituelle de consommation et la consommation spirituellement motivée. Deux phénomènes particuliers de consommation que sont la sacralisation du séculier et de la synchronicité de marché sont décrits dans la littérature de recherche. Ils ont pour point commun de décrire des expériences de consommation à priori ordinaires, qui revêtent pour certains groupes de consommateurs une signification sacrée. Nous les mentionnerons sans les approfondir car ils ne sont pas liés au sujet de notre étude.

4.1. L'identité spirituelle du consommateur influence son attitude à l'égard de certains types de consommation, instaure des limites et façonne son éthique de consommation

A chaque identité spirituelle, religieuse ou non-religieuse, sont rattachées des valeurs culturelles et/ou individuelles spécifiques. L'influence de ces valeurs se manifeste par l'instauration de limites, de frontières et de tabous, certaines religions édictant des principes qui conduisent, directement ou indirectement, à des interdictions de consommation (Robert-Demontrond, 2007). C'est par exemple le cas de l'interdiction de consommation d'alcool et de porc par la religion musulmane ou de consommation de boeuf par la religion hindoue. L'identité spirituelle du consommateur va aussi façonner son éthique de consommation et aboutir d'un côté au rejet de certains comportements jugés litigieux (l'acquisition d'un bien de consommation par le vol par exemple), et de l'autre à l'adoption de comportements jugés favorables par les autorités religieuses (l'achat de viande certifiée halal pour les musulmans) (Cornwell et al., 2005 ; Scott, Paolillo et Singh, 2005). Elle influencera également la formation de l'attitude, qui deviendra favorable ou défavorable à la consommation de produits et services en fonction de leur adéquation perçue avec les valeurs spirituelles considérées (Ulvoas, 2007).

Après l'identité spirituelle, un autre facteur d'influence important est à prendre en compte : celui du degré de développement spirituel du consommateur.

4.2. Modification de l'identité du consommateur sous l'influence du degré de développement spirituel

En même temps qu'un individu se développe sur le plan spirituel, il se produit de profonds changements dans la façon dont il se voit lui-même (Ball et alii, 2001). « *Il se voit, non plus à travers ses propres yeux... mais à travers le regard de l'esprit humain collectif – d'une manière différente en effet !* » (Fowler, 1991). Ball et al. (2001) et Hampton et al. (2002) se sont appuyés sur le modèle de développement spirituel de Fowler (1981) pour articuler l'évolution de la consommation chez les individus en développement spirituel.

Ils suggèrent ainsi qu'à chaque stade de développement spirituel va correspondre une consommation destinée à satisfaire, ou en harmonie avec, la construction de l'identité propre du consommateur. L'individu réévalue son propre comportement, y compris de consommation, en référence au nouveau centre de valeur qu'il développe en lui. Dans la phase ultime de développement, la phase « d'universalisation de la foi » de Fowler, les individus ont construit leur identité et se sont presque entièrement libérés du carcan de préoccupations entourant leur « soi », ce qui les amène à utiliser la consommation essentiellement comme un moyen de satisfaire leurs aspirations spirituelles (centrées sur le bien-être des autres), pas leur ego.

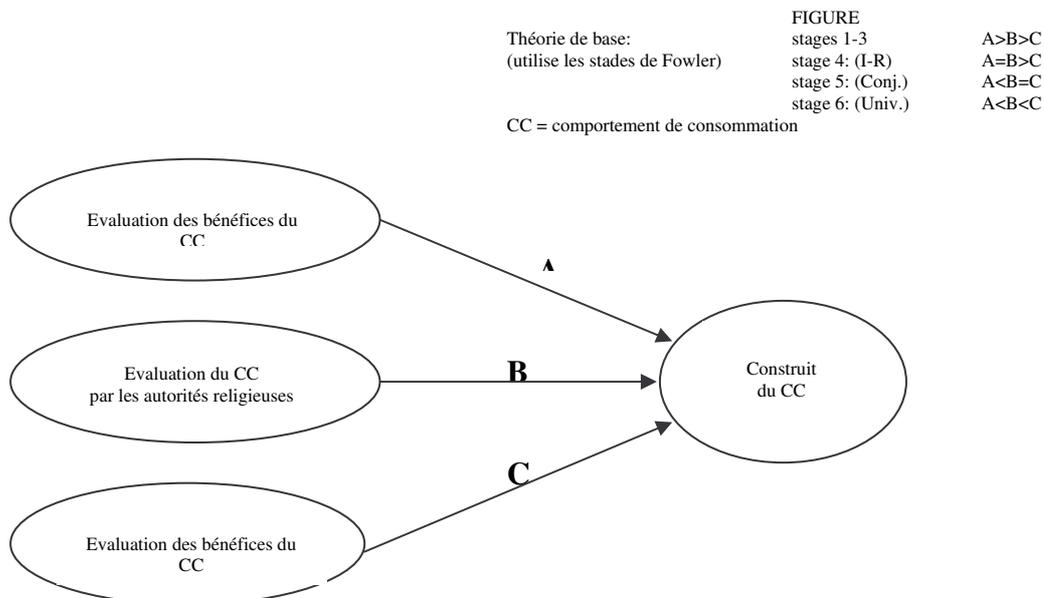


Schéma 5. Modèle d'influence du développement spirituel sur le comportement de consommation, (Ball et al., 2001)

La recherche de bienfaits spirituels serait également associée à une orientation faiblement matérialiste de l'individu et les bienfaits spirituel et religieux sont ressentis ou espérés par les individus peu matérialistes (Richins, 1994).

A un niveau faible de spiritualité, la consommation servira essentiellement à l'expression de soi. A un niveau plus élevé, elle sera un lieu d'action pour l'individu qui cherchera, au travers de ses achats, à réaliser sur son environnement de petits changements en adéquation avec son idéal spirituel. Le consommateur s'appuiera alors sur les valeurs du marketeur dans ses décisions d'achat et distribuera aussi plus largement ses ressources à des causes caritatives.

4.3. La prise en compte de la valeur spirituelle de consommation par le consommateur

La notion de valeur de consommation relève de l'analyse de la valeur du point de vue du consommateur. Elle peut être abordée de deux manières. La première est la valeur d'échange (*customer value*), qui est définie comme « *le rapport entre les bénéfices et les sacrifices perçus* » (Monroe et Krishnan, 1985). La seconde, à laquelle nous nous intéresserons ici, est la valeur d'usage (*consumer value*), qui est définie comme « *une préférence relative (comparative, personnelle, situationnelle), caractérisant l'expérience d'un individu en interaction avec un objet* » (Holbrook et Corfman, 1985). Elle se situe donc dans le champ des expériences de consommation ou de possession. Holbrook (1999) retient trois critères dichotomiques pour différencier les types de jugements de valeur émis par le consommateur : extrinsèque / intrinsèque, orientée vers soi / orientée vers les autres, active / réactive. Dans sa typologie de la valeur, la spiritualité est une valeur intrinsèque, de nature réactive orientée vers les autres. C'est pour lui le caractère intrinsèque, fin en soi de l'expérience qui fait sa valeur spirituelle. La spiritualité est doublement concernée par l'orientation vers les autres : au niveau le plus intime, le tiers pourrait être le « soi intérieur » mais aussi le « sacré », soit deux objets essentiels de la spiritualité telle que nous l'avons définie. Aurier, Evrard et N'Goala retiennent eux aussi la valeur spirituelle comme une valeur intrinsèque et orientée vers les autres. Ils la rapprochent de ce que Holt (1995) appelle « *communier avec l'autre* », l'autre étant pris au sens large « *d'humanité* ».

Tableau 6. Typologie synthétique des composantes de la valeur
(Evrard, Aurier et N'Goala, 2004)

	Extrinsèque	Intrinsèque
Orienté vers soi	1. Valeur instrumentale (utilitaire : connaissance)	2. Valeur hédonique (plaisir-amusement, stimulation expérimentielle)
Orienté vers les autres	3. Communication (expression de soi, lien social)	4. Valeur spirituelle , pratique sociale

Aurier, Evrard et N'Goala (2004) proposent un modèle intégrateur de la valeur de consommation et de la valeur globale, où la valeur spirituelle est l'une des six composantes de la valeur de consommation.

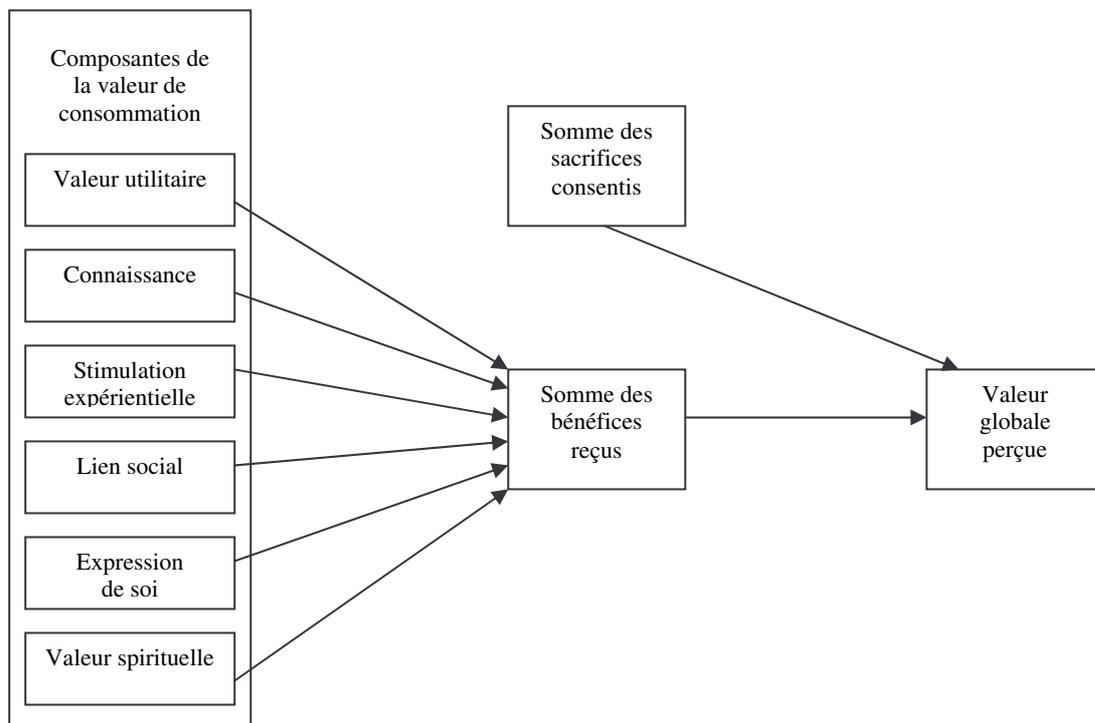


Schéma 6. Lien entre les composantes de la valeur de consommation et valeur globale
(Evrard, Aurier et N'Goala, 2004)

4.4. La consommation spirituellement motivée

Les besoins spirituels seront à l'origine de motivations spirituelles de consommation. En fonction du degré de développement spirituel de l'individu et d'un certains nombres d'autres facteurs personnels et extérieurs, ces besoins spirituels évolueront pour devenir spécifiques, comme c'est le cas pour les seniors.

Un certain nombre d'hypothèses ont été suggérées Skousgaard (2006)¹ pour le comportement de consommation spirituellement motivé :

- l'individu recherche du sens, qui sera la source principale de son bien-être spirituel et lui fournira le but de sa vie et de l'espoir. La motivation variera selon qu'à la base, l'individu estime que sa vie manque de sens ou au contraire qu'elle en est déjà remplie. En fonction de l'un ou de l'autre, il recherchera des expériences de consommation différentes.
- l'individu recherche à se connecter à son soi intérieur, aux autres, à la nature et au sacré. En fonction que l'individu cherchera plutôt à se tourner vers lui-même ou vers l'extérieur, le type d'expérience de consommation recherché variera.
- l'individu recherche l'émotion transcendantale. En fonction qu'il recherchera plutôt la sérénité et une émotion paisible, ou bien au contraire la joie et l'exaltation, la nature des expériences de consommation recherchée variera.

Motivations spirituelles de consommation :
Recherche de sens
Recherche de connexion :
<ul style="list-style-type: none"> • au soi intérieur • aux autres • à la nature • au sacré
Recherche d'émotion transcendantale

Tableau 7. Les motivations spirituelles de consommation (Skousgaard, 2006)

Conclusion et voies de recherche futures

A l'issue de ce travail, nous ne pouvons que constater le faible volume de travaux de recherche portant sur l'influence de la spiritualité sur le comportement de consommation. La connaissance est encore très floue et la grande majorité des travaux disponibles sont issus de communications de congrès qui ont été encore très peu publiées.

Cela veut-il dire qu'il faut écarter le concept de spiritualité du champ des recherches sur le comportement de consommation ? Nous ne le pensons pas.

¹ Skousgaard, Heather (2006), A Taxonomy of Spiritual Motivations for Consumption, *Advances in Consumer Research*, Vol. 33, Iss. 1, pp. 294-296.

Tout d'abord, la pauvreté des recherches sur le sujet s'explique en partie par l'absence de consensus sur une définition de la spiritualité et la grande confusion de concepts qui entoure le domaine. A l'issue de ce travail, une définition de la spiritualité a été proposée pour la recherche en marketing et les concepts associés ont été clarifiés.

Par ailleurs, les voies de recherche dans lesquels certains chercheurs se sont déjà engagés ont permis d'aboutir à des conclusions encourageantes, qui gagneraient à être approfondies. Ainsi, la spiritualité influencerait le consommateur en créant un cadre éthique de consommation à l'intérieur duquel il évoluerait dans son désir de satisfaire ses valeurs spirituelles. Ensuite, la spiritualité aurait une valeur de consommation à part entière, qui orienterait l'individu dans ses choix. Enfin, la spiritualité orienterait le consommateur en développement spirituel vers une consommation plus altruiste, le détournant progressivement de la satisfaction de son ego pour prendre en compte l'impact de sa consommation sur le bien-être des autres. L'approfondissement des recherches passera certainement par l'addition de travaux spécifiques sur des types de consommation et des segments de consommateurs particuliers, tant le domaine est vaste. Certains travaux sont déjà en cours qui ont choisi le marketing expérientiel comme cadre d'étude de la consommation spirituelle (Poulain, 2008).

La voie de recherche que nous avons choisi d'approfondir est celle de la consommation spirituellement motivée. Nous avons identifié la population senior comme étant particulièrement bien adaptée à la poursuite des travaux de recherche, puisqu'elle concerne soit un consommateur parvenue à l'atteinte de la maturité spirituelle, aux motivations spirituelles intrinsèques fortes, soit un consommateur en fort développement spirituel sous l'influence de besoins spirituels particulièrement saillants à l'approche de la fin de sa vie. La compréhension du comportement de consommation des seniors intéresse particulièrement le marketing à cause des forts potentiels de consommation présents et futurs qu'ils représentent. Il est donc particulièrement utile de comprendre la nature de leurs motivations. Le domaine du tourisme, dont les seniors sont les consommateurs phares aujourd'hui, nous paraît bien adapté à la poursuite des recherches. Ce type de consommation offre en effet de multiples possibilités d'étude de mise en contact du consommateur avec les objets de la spiritualité que sont le soi intérieur (tourisme spirituel, tourisme sportif), les autres hommes (tourisme de groupe, tourisme historique), la nature et l'univers (écotourisme, tourisme scientifique) et le sacré (tourisme spirituel).

Références bibliographiques

- Ani, M.** (1997), *Let the circle be unbroken: African spirituality in the diaspora*. New York: Nkominfo.
- Allport G.W. et Ross J.M.** (2005), Personal religious orientations and prejudice, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.5, pp. 432-443.
- Atchley R.** (1997), Everyday mysticism: Spiritual Development in Later Adulthood, *Journal of Adult Development*, 4, 123-134.
- Aurier P., Evrard Y. et N'Goala, G.** (2004), Comprendre et mesurer la valeur du point de vue du consommateur, *Recherche et Applications en Marketing*, 19, 3, 1-20.
- Ball D., Hampton R., Chronis A. et Bunker, M.** (2001), The development of spirituality and its effect on consumer behaviour, *American Marketing Association, Conference proceedings*, 12, 3-5.
- Ball D., Hampton, R., Bunker M. et Chronis A.** (2005), "God found me that car": marketplace synchronicity in the life-world of the Evangelical Christian consumer, *Society for the Consumer Psychology, Conference proceedings*.
- Bellah, R., Madsen, R., Sullivan, W., Swidler, A. et Tipton, S.** (1985), *Habits of the Heart*, Berkeley, CA: University of California Press.
- Bianchi, E.** (1987), *Aging as a Spiritual Journey* (2nd ed.), New York, NY: Crossroad.
- Bruyneel, S. ; Marcoen, A. et Soenens, B.** (2008), Gerotranscendence : components and spiritual roots in the second half of life, *Working paper*, Katholieke Universiteit Leuven, Belgique.
- Carpenito, L.J.** (2003), *Manuel de diagnostics infirmiers*, Editions Elsevier-Masson, 800 p.
- Cartwright, Kelly B.** (2001), Cognitive Developmental Theory and Spiritual Development, *Journal of Adult Development*, Vol. 8, Issue 4, pp. 213-220.
- Cartwright K.** (2001), Cognitive Developmental Theory and Spiritual Development, *Journal of Adult Development*, 8, 4, 213-220.
- Clark, J.W. et Dawson, L.E.** (1996), Personal religiousness and ethical judgements: an empirical analysis, *Journal of Business Ethics*, Vol. 15, pp. 359-372.
- Conn J.** (1993), Spirituality and Personal Maturity. In R.J. Wicks, R.D. Parsons et D. Caps (Eds), *Clinical Handbook of Pastoral Counseling*, 1, 37-57. Mahwah, NJ: Paulist Press.
- Cremmins J.** (2000), Are We Wired for Spirituality for Religion?, *Journal of Pastoral Counseling*: 1-11. http://www.iona.edu/academy/arts_sci/orgs/resiliency/cremins.htm.

- Cumming, E.** (1963) *Further thoughts on the theory of disengagement*, UNESCO International Science Journal, vol. 15, pp. 377-393.
- Cumming, E. et Henry, W.** (1961) *Growing old: the process of disengagement*, New York, NY: Basic Books.
- Cumming, E. et Newell, D.S.** (1960), *Disengagement: a tentative theory of aging*, Sociometry, vol. 23, pp. 23-24.
- Dalby, P.** (2006), Is there a process of spiritual change or development associated with ageing ? A critical review of research, *Aging and Mental Health*, Vol. 10, Iss. 1, pp.4-12.
- Eckersley R.** (2000), Spirituality, Progress, Meaning, and Values. Paper presented at the *Third Annual Conference on Spirituality, Leadership, and Management*, Ballarat, Australia.
- Elkins, D.N., Hedstrom, L.J., Hughes, L.L., Leaf, J.A. et Saunders, C.** (1988), Toward a Humanistic-Phenomenological Spirituality, *Journal of Humanistic Psychology*, Vol. 28, pp. 5-18.
- Engel J. et Blackwell R.** (1982), *Consumer Behaviour*, Chicago: Dryden Press.
- Erikson E.** (1963), *Childhood and Society*, 2nd Edition, New York, NY: W.W. Norton.
- Erikson E.H. et Erikson J.** (1997), *The Life Cycle Completed : Extended Version*, New York : W.W. Norton.
- Fisher, J.** (1999), Making sense of spiritual health and well-being: being human, becoming whole, a *colloquium paper* presented at the *School of Nursing, University of Ballarat*, 16 September 1999.
- Fowler J.** (1981), *Stages of Faith*, New York: Harper and Row.
- Fowler J.W. III** (1991), "Stages in Faith Consciousness" in *New Directions for Child Development*, 52, New York: Jossey-Bass, Inc., 27-45.
- Fowler J.W. III** (1995), *Stages of Faith: the Psychology of Human Development and the Quest for Meaning*, New York: Harper and Row.
- Frankl V.E.** (1984), *Man's Search for Meaning*, 3rd edition, New York: Simon and Schuster.
- Hamilton D. et Jackson M.** (1998), Spiritual Development : Paths and Processes, *Journal of Instructional Psychology*, 25, 4, 262-270.
- Hampton R., Ball D., Chronis A. et Bunker M.** (2002), Evidence for the effect of spiritual growth on consumer behaviour, *American Marketing Association, Conference proceedings*, 13, 6-9.
- Helminiak D.** (1987), *Spiritual Development: an interdisciplinary study*. Chicago : Loyola Press.

- Holbrook M.** (1999), *Consumer value: a framework for analysis and research*, London-New York, Routledge.
- Holbrook M. et Corfman K.P.** (1985), *Quality and value in the consumption experience: Phaedrus rides again, Perceived quality: how consumers view stores and merchandise*, eds J. Jacoby et J.C. Olson, Lexington, MA: Lexington Books, 31-57.
- Holt, D.** (1995), How Consumer Consume: a typology of consumption practices, *Journal of Consumer Research*, Vol. 22, Issue 1, pp. 1-16.
- Jackson K.T.** (1999), Spirituality as a foundation for freedom and creative imagination in international business ethics, *Journal of Business Ethics*, 19, 1, 663-680.
- Kale, Sudhir H.** (2004), Spirituality, Religion and Globalization, *Journal of Macromarketing*, Vol. 24, No.2, pp.92-107.
- Kohler, Carole** (1999), Le diagnostic infirmer de “détresse spirituelle”, une réévaluation nécessaire, *Recherche en Soins Infirmiers*, vol. 56, Mars, pp.12-70.
- Labouvie-Vief, Gisela, DeVoe, M. et Bulka, D.** (1989), Speaking about Feelings : Conceptions of Emotion across the Life Span, *Psychology and Aging*, Vol. 4, pp. 425-437.
- Larson D., Swyers P. et McCullough M.** (1998), *Scientific Research on Spirituality and Health: a Consensus Report*. Bethesda, MD: National Institute for Healthcare Research.
- Maslow, A.** (1970), *Religions, Values and Peak Experiences*. New York, NY: Viking.
- McDonald T.** (1997), Getting in the Spirit, *Successful Meetings*, 46, 7, 22.
- Mirvis P.** (1997), “Soul Work” in Organizations, *Organization Science*, 8, 2, 193-206.
- Mitroff I. et Denton E.** (1999), A Study of Spirituality in the Workplace, *Sloane Management Review*, 40, 4, 83-92.
- Mokhlis S.** (2006), The effect of religiosity on shopping orientation : an exploratory study in Malaysia, *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, 9, 1, 64-74.
- Monroe K. et Krishnan R.** (1985), *The effect on price on product subjective evaluations, perceived quality: how consumers view stores and merchandise*, eds. J. Jacoby et J.C. Oison, Lexington, MA : Lexington Books, 209-232.
- Nobles, W.W.** (1980), African philosophy: foundations for black psychology. Dans R.L. Jones (Ed.), *Black Psychology* (2nd Ed.). New York: Harper and Row.
- Oser F. et Gmünder P.** (1991), *Religious judgement: a developmental perspective*, Birmingham, AL, England : Religious Education Press, 235.
- Paloutzian, R.F. et Ellison, C.W.** (1982), Loneliness, Spiritual Well-Being and Quality of Life. Dans *Loneliness: a Source Book of Current Theory, Research and Therapy*, édité par L.A. Deplau et D. Perlman, pp. 224-237. New York, NY: Wiley Interscience.

- Pargament K.** (1997), *The Psychology of Religion and Coping: Theory, Research, Practice*. New York, NY: Guilford.
- Piedmont R.** (1999), Strategies for using the five-factor model of personality in religious research, *Journal of Psychology and Theology*, 27, 338-350.
- Piedmont, R.L.** (1997), Development and Validation of the Transcendence Scale: A Measure of Spiritual Experience. Presented as part of the symposium, Spiritual Experience and Five Factor Model of Personality, J.E.G. Williams (Chair), at the *Annual Convention of the American Psychology Association*.
- Poulain, M.** (2008), La place de la spiritualité dans la consommation: un début de perspective, actes du colloque Marketing Trends, 17-19 janvier.
- Reich K.H.** (2000), What Characterizes Spirituality? A Comment on Pargament, Emmons and Crumpler, and Stifoss-Hansen, *International Journal for the Psychology of Religion*, 10, 2, 125-128.
- Richins M.** (1994), Valuing things: the public and private meanings of possessions, *Journal of Consumer Research*, 21, 3, 504-521.
- Robert-Demontrond P.** (2007), *Anthropologie du sacré et sciences de gestion*, Editions Apogée, Rennes, France.
- Roof W.C.** (1993), *A Generation of Seekers: the Spiritual Journeys of the Baby-boom Generation*, San Francisco: Harper Sexson, L. 1992, *Ordinarily Sacred*, Charlottesville, VA: University of Virginia Press.
- Roof W.C.** (1999), *Spiritual Marketplace: Babyboomers and the Remarking of American Religion*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Rothberg D.** (1996), How straight is the spiritual path?, *Revision*, 19, 1, 25-40.
- Samli A. et Hill J.** (1998), *Marketing globally, planning and practice*, Lincolnwood, IL, NTC Business Books.
- Schneiders S.M.** (2000), Religion and Spirituality: Strangers, Rivals or Partners ?, *Santa Clara Lectures*, 6, 2, 1-26.
- Schneiders, S.M.** (1989), Spirituality in the Academy, *Theological Studies*, Vol.50, Issue 4, pp.676-97.
- Shafranske E. et Gorsuch R.** (1984), Factors Associated with the Perception of Spirituality in Psychotherapy, *Journal of Transpersonal Psychology*, 16, 231-241.
- Skousgaard, Heather** (2006), A Taxonomy of Spiritual Motivations for Consumption, *Advances in Consumer Research*, Vol. 33, Iss. 1, pp. 294-296.

- Sims A.** (1994), "Psyche": Spirit as well as Mind ?, *British Journal of Psychiatry*, 165, 441-446.
- Smith W.** (1977), *Belief and History*, United Press of Virginia, Charlottesville: VA.
- Smith W.** (1979), *Faith and Belief*, Princeton University Press, Princeton: NJ.
- Sood J. et Nasu Y.** (1995), Religiosity and nationality : an exploratory study of their effect on consumer behaviour in Japan and the United States, *Journal of Business Research*, 34, 1-9.
- Spilka B.** (1993), Spirituality: Problems and directions in operationalizing a fuzzy concept, *Papier présenté à l'American Psychological Association Conference, Toronto, Canada, Août 1993*.
- Tillich P.** (1963), *Systematic Theology* (Vol.3), Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Tornstam, L.** (1999), Late Life Transcendence: A New Developmental Perspective on Aging, in L.E. Thomas and S.A. Eisenhandler, eds, *Religion, Belief and Spirituality in Late Life*, New York: Springer.
- Tornstam, L.** (1994), Gero-transcendence: A Theoretical and Empirical Exploration, dans L.E. Thomas et S. Eisenhandler (Eds), *Aging and the Religious Dimension* (pp. 203-225), Westport, CT: Auburn House.
- Ulvoas G.** (2007), Les valeurs traditionnelles chinoises et singapouriennes : influence sur l'attitude et le comportement de la consommatrice singapourienne chinoise en matière de beauté, *actes du colloque « A la recherche de la performance », ESC Bretagne Brest, 1^{er} et 2 février*.
- Urien, Bertrand** (2003), L'anxiété Face à la Mort et son Influence sur le Comportement du Consommateur, *Recherches et Applications en Marketing*, Vol.18, n° 4/2003, pp. 23-41.
- Vaughan F.** (1991), Spiritual Issues in Psychotherapy, *Journal of Transpersonal Psychology*, 23, 105-119.
- Welsing, F.C.** (1991), *The Isis papers: the keys to the colors*. Chicago: Third World Press.
- Wiebe, K.F. et Fleck, J.R.** (1980), Personality correlates of intrinsic, extrinsic and non-religious orientations, *Journal of Psychology*, Vol. 105, pp. 181-187.
- Wilber K.** (1999), Spirituality and Developmental Lines: Are There Stages? , *Journal of Transpersonal Psychology*, 31, 1, 1-10.
- Wink, Paul et Dillon, Michele** (2002), Spiritual Development Across the Adult Life Course: Findings from a Longitudinal Study, *Journal of Adult Development*, Vol.9, Issue 1, pp.79-94.
- Worthington, E.L.L Jr et al.** (2003), The religious commitment inventory-10: development, refinement and validation of a brief scale for research and counselling, *Journal of Counseling Psychology*, Vol. 50 (1), pp. 84-96.

Zinnbauer B., Pargament K. et Scott A. (1999), The emerging Meanings of Religiousness and Spirituality: Problems and Prospects, *Journal of Personality*, 67, 6, 889-919.

Zukav G. (1990), *The Seat of the Soul*. New York, NY: Fireside.