



HAL
open science

Entre prévention et promotion : l'impact de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel en consommation et sur les préférences produits

Judith Partouche

► To cite this version:

Judith Partouche. Entre prévention et promotion : l'impact de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel en consommation et sur les préférences produits. Gestion et management. Université Paris Dauphine - Paris IX, 2013. Français. NNT : 2013PA090057 . tel-00995076

HAL Id: tel-00995076

<https://theses.hal.science/tel-00995076>

Submitted on 22 May 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITE PARIS-DAUPHINE
EDOGEST

Laboratoire Dauphine Recherche en Management (DRM)

THESE

Pour l'obtention du titre de

DOCTEUR EN SCIENCES DE GESTION

(Arrêté du 7 Août 2006)

**ENTRE PREVENTION ET PROMOTION : L'IMPACT DE LA
SAILLANCE DE MORTALITE SUR LE CADRAGE SITUATIONNEL
EN CONSOMMATION ET SUR LES PREFERENCES PRODUITS**

Soutenue publiquement le 02 Décembre 2013 par

Judith PARTOUCHE-SEBBAN

JURY

Directeur de thèse :

Monsieur Denis GUIOT

Professeur à l'Université Paris-Dauphine

Rapporteurs :

Monsieur Olivier BADOT

Doyen Recherche ESCP Europe, Professeur à l'ESCP-EAP et
à l'IAE de Caen - Basse Normandie

Monsieur Bertrand URIEN

Professeur à l'Université de Bretagne Occidentale

Suffragant :

Monsieur Christian PINSON

Directeur de recherche à l'Université Paris-Dauphine et
Professeur émérite à l'INSEAD

L'université n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les thèses : ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.

Remerciements

Travail exigeant et de longue haleine, semé parfois d'obstacles divers, la poursuite de cette thèse a été l'occasion d'un enrichissement indiscutable et certainement inégalable, à la fois sur le plan intellectuel et personnel. De nombreuses personnes ont contribué à sa réalisation, et je tiens à les remercier.

Je tiens tout d'abord à remercier chaleureusement mon directeur de thèse, le professeur Denis Guiot, pour la confiance et le soutien qu'il m'a accordés dès le début de ce travail. Sa patience, son engagement et sa disponibilité permanente m'ont été d'une aide précieuse pour avancer, même dans les moments de doutes. Je le remercie pour ses nombreux et précieux conseils, ses orientations, ses suggestions, ses critiques qui ont grandement contribué à faire de cette thèse un travail intellectuel source de grande satisfaction. Je tiens également à le remercier pour sa sympathie qui témoigne d'un caractère profondément humain, source de grande valeur à mes yeux.

J'adresse également mes remerciements aux professeurs Bertrand Urien et Christian Pinson pour leurs remarques et suggestions lors de la pré-soutenance, qui ont renforcé ma confiance en ce projet et m'ont permis d'améliorer sensiblement la qualité de ce travail. Je remercie vivement le professeur Olivier Badot pour avoir accepté d'être membre de mon jury.

Au cours de ces années de thèse, j'ai également eu l'opportunité de présenter l'avancée de mes travaux dans le cadre des séminaires du DMS. Je tenais donc à remercier sincèrement les professeurs et collègues doctorants qui m'ont prodigué de précieux conseils et encouragements.

Merci également à Chantal Charlier, Patricia Lenfant et Juliette de Roquefeuil pour leur gentillesse, leur bonne humeur et leur disponibilité.

L'aboutissement de ce projet marque la fin d'une étape et le début d'une autre, à savoir le début de ma carrière d'enseignant-chercheur. Je tiens donc à remercier mes collègues et amis, avec une pensée particulière pour Karim. Merci pour ton soutien, ton aide, tes précieux

conseils, ta disponibilité à chaque moment de doute ou de questionnements et ton humour sans égal.

La thèse est un travail lourd pour celle qui la mène, mais aussi pour l'entourage. Je tiens donc à remercier vivement ma chère amie Sandra, de m'avoir toujours soutenue et d'avoir partagé mes joies et souffrances durant ces années. Sa présence à chaque moment m'a été et m'est indispensable.

Je pense également avec émotion à ma famille... Merci à mes frères, Laurent et Julien, et à ma belle-sœur, Sam, d'avoir toujours veillé sur moi et d'être continuellement à mes côtés. Une tendre pensée également pour ma petite nièce, Sasha, qui m'a donné le sourire durant ces années. Un immense merci à mes chers parents, qui sont pour moi exemplaires et dont les valeurs et la force au quotidien ont été une inestimable source d'enrichissement et d'épanouissement. Merci de m'avoir donné confiance en moi et de m'avoir toujours cru et soutenu. Merci de m'avoir toujours poussée et encouragée dans tous mes projets.

Je pense enfin à celui qui partage ma vie, mon merveilleux mari, Jeremy. Merci d'avoir supporté mes nombreux week-ends de travail, mes humeurs et mes angoisses dans les moments les plus difficiles. Merci d'avoir été patient, de m'avoir comprise, soutenue et encouragée. Ta gentillesse et ton amour m'ont donné la force d'aller au bout de ce travail.

Sommaire

INTRODUCTION GENERALE	13
PREMIERE PARTIE: LES FONDEMENTS THEORIQUES DE LA RECHERCHE	25
Chapitre 1. La mort, perceptions et représentations	26
Section 1. Le concept de mort.....	29
1. L'approche biologique.....	30
2. L'approche anthropologique.....	32
3. L'approche psychanalytique.....	40
4. L'approche philosophique	45
Section 2. L'individu et la mort : le rapport individuel à la mort	58
1. Appréhender le rapport à la mort : conscience de soi, représentations, attitudes	59
2. Angoisse existentielle, anxiété à l'égard de la mort, peur de la mort.....	69
3. Moyens culturels pour soulager l'anxiété : illusions, refoulement et immortalité	81
Chapitre 2. De la saillance de mortalité comme événement stressant au déploiement de mécanismes de défense.....	89
Section 3. Le concept central de saillance de mortalité.....	92
1. Définition et manipulation du concept de saillance de mortalité.....	92
2. L'effet de la saillance de mortalité sur les comportements : les recherches antérieures	98
3. La saillance de mortalité et l'autorégulation (<i>self regulation</i>).....	102
Section 4. Les mécanismes de défense face à la saillance de mortalité.....	107
1. Les mécanismes de défense et les besoins suscités par la saillance de mortalité : les apports de la TMT et de la MMT.....	107
2. Les apports complémentaires des théories de la motivation.....	124
Section 5. L'exploration de nouvelles pistes de recherche.....	144
1. Les effets attendus d'une exposition à une situation de saillance de mortalité .	144
2. Les effets attendus de la saillance de mortalité sur les motivations et les stratégies mobilisées.....	148
3. Les effets attendus de l'âge sur l'impact de la saillance de mortalité.....	155
DEUXIEME PARTIE: L'INFLUENCE DE LA SAILLANCE DE MORTALITE SUR LE CADRAGE SITUATIONNEL EN CONSOMMATION : EXPLORATION, MODELE ET HYPOTHESES.....	165
Chapitre 3. L'étude qualitative exploratoire	166
Section 1. La méthodologie de l'étude qualitative	169
1. Objectifs et problématique de cette étude.....	169

2. La collecte des données	170
3. La cible d'étude	176
4. L'exploitation du matériel qualitatif	179
Section 2. Les résultats de l'étude qualitative exploratoire	184
1. La saillance de mortalité et l'attitude à l'égard de l'idée de sa propre mort.....	184
2. Les mécanismes de défense proximaux en réponse à la saillance de mortalité.	188
3. Les mécanismes de défense distaux après distraction	190
4. Les conséquences sur les comportements.....	193
5. Les déterminants individuels	196
6. Les déterminants situationnels.....	198
Chapitre 4. Le modèle conceptuel et ses hypothèses	202
Section 3. Proposition du modèle conceptuel.....	205
1. Le développement du cadre conceptuel de la recherche.....	205
2. Les choix effectués et le cadre conceptuel à tester	208
3. Les construits mobilisés.....	212
Section 4. Les hypothèses de la recherche.....	221
1. Les hypothèses relatives aux liens directs entre la saillance de mortalité et les préférences produits	222
2. Les hypothèses relatives aux liens indirects entre la saillance de mortalité et les préférences produits	223
3. Les hypothèses relatives aux variables modératrices	227
TROISIEME PARTIE: L'ETUDE EXPERIMENTALE : METHODOLOGIE, RESULTATS ET DISCUSSION	244
Chapitre 5. La méthodologie de l'étude expérimentale	245
Section 1. Présentation et validité du protocole expérimentale de la recherche...	249
1. Le design expérimental de la recherche.....	249
2. Les pré-tests des visuels des trois conditions expérimentales	258
3. Le déroulement de l'expérimentation et sa validité.....	273
Section 2. L'opérationnalisation, les outils de mesure et la fiabilité des construits mobilisés	285
1. La méthodologie de l'épuration des échelles de mesure	286
2. La variable dépendante : les préférences produits axés promotion vs. prévention 288	
3. Les variables médiatrices : les stratégies d'approche versus d'évitement.....	298
4. Les variables modératrices.....	304
5. Les co-variables	314
6. Les variables liées au profil du répondant	328
Chapitre 6. Les résultats de l'étude expérimentale et discussion.....	331
Section 3. Les résultats de la recherche.....	334

1. La vérification des manipulations expérimentales (<i>manipulation checks</i>).....	334
2. Le test des hypothèses relatives aux médiateurs : les liens directs et indirects entre la saillance de mortalité et les préférences produits	340
3. Le test des hypothèses relatives aux effets modérateurs.....	358
Section 4. La mise en perspective des résultats.....	385
1. La discussion des principaux résultats.....	385
2. Les contributions de la recherche	404
3. Les limites et voies futures de recherche	414
CONCLUSION GENERALE	422
Bibliographie.....	428
Annexes	470
Annexe 1 : Exemple d’entretien mené lors de la phase qualitative exploratoire	471
Annexe 2 : Les visuels mobilisés lors de l’enquête finale.....	474
Annexe 3 : Le questionnaire de l’enquête finale.....	475
Annexe 4 : Résultats de la macro PROCESS pour le test de médiation de la stratégie d’évitement.....	485
Annexe 5 : Résultats de la macro PROCESS pour le test de l’effet modérateur de la variable Age codé (H4a et H4b)	488
Annexe 6 : Résultats de la macro PROCESS pour le test de l’effet modérateur de la variable Tendance d’âge subjectif (H6a et H6b)	491

Liste des tableaux

Chapitre 1

Tableau 1.1.1. Synthèse des principaux apports de l'approche pluridisciplinaire du concept de mort.....	54
---	----

Chapitre 2

Tableau 2.4.1. Les apports complémentaires de la TMT et de la SDT	128
Tableau 2.4.2. Synthèse des éléments de la théorie de l'orientation régulatrice (Higgins, 1997).....	135
Tableau 2.4.3. Synthèse des apports des principales théories de la motivation mobilisées.	141

Chapitre 3

Tableau 3.1.1. Le profil des répondants de l'étude qualitative exploratoire	179
---	-----

Chapitre 4

Tableau 4.3.1. Les variables mobilisées dans cette recherche	212
Tableau 4.3.2. Synthèse des concepts mobilisés dans cette recherche.....	219
Tableau 4.4.1. Synthèse des hypothèses de la recherche	240

Chapitre 5

Tableau 5.1.1. Le plan de l'expérimentation.....	251
Tableau 5.1.2. Répartition des individus par condition expérimentale.....	258
Tableau 5.1.3. Les visuels des trois conditions expérimentales lors du premier pré-test	260
Tableau 5.1.4. Items de l'échelle PAD de Mehrabian et Russell (1977), traduite par Dion (1999) pour les dimensions de plaisir et dominance et Lebrun (1996) pour la dimension activation	262
Tableau 5.1.5. Items de l'échelle PAD modifiés sur la base du pré-test.....	262
Tableau 5.1.6. Constitution de l'échantillon du premier pré-test.....	262
Tableau 5.1.7. Synthèse des résultats liés l'échelle PAD du premier pré-test	264
Tableau 5.1.8. Les visuels des trois conditions expérimentales lors du second pré-test.....	267
Tableau 5.1.9. Items de la mesure du degré de saillance de mortalité perçue lors du second pré-test.....	269
Tableau 5.1.10. Items de la mesure du degré de saillance de mortalité perçue lors de l'enquête finale	269
Tableau 5.1.11. Constitution de l'échantillon du second pré-test	270
Tableau 5.1.12. Résultats du test de Tukey sur la mesure du degré de saillance de mortalité perçue lors du second pré-test	270
Tableau 5.1.13. Les visuels des trois conditions expérimentales lors de l'enquête finale ...	271
Tableau 5.1.14. Les statistiques descriptives relatives aux trois degrés de saillance de mortalité perçue lors de l'enquête finale	272
Tableau 5.1.15. Les items créés pour contrôler les effets de confusion pour les trois conditions expérimentales	278
Tableau 5.1.16. La normalité des variables de la recherche.....	279
Tableau 5.1.17. Comparaison des moyennes liées à la répartition des modérateurs sur les échantillons avec et sans distraction.....	280
Tableau 5.1.18. Analyse de variance liée à la répartition des modérateurs sur les échantillons des trois conditions expérimentales.....	280
Tableau 5.1.19. Résultats de l'ANOVA pour la vérification des différences liées à l'humeur pré-exposition entre les trois conditions expérimentales	281

Tableau 5.2.1. Mesure des préférences produits plaisir <i>versus</i> prudence lors du premier pré-test	289
Tableau 5.2.2. Mesure des préférences produits axés promotion <i>versus</i> prévention lors du second pré-test.....	291
Tableau 5.2.3. Mesure des préférences produits axés promotion <i>vs.</i> prévention lors de l'enquête finale	293
Tableau 5.2.4. Mesure de contrôle des catégories de produits mobilisées et des attributs formulés promotion <i>versus</i> prévention.....	294
Tableau 5.2.5. Résultats liés à la mesure de contrôle de la définition des attributs promotion <i>versus</i> prévention (pré-test et enquête finale).....	295
Tableau 5.2.6. Les catégories de produits retenues pour la mesure des préférences produits promotion <i>versus</i> prévention pour l'enquête finale.....	297
Tableau 5.2.7. L'échelle de mesure <i>Achievement Goal Questionnaire</i> de Elliot et Sheldon (1997)	299
Tableau 5.2.8. Structure de l'échelle <i>Achievement Goal Questionnaire</i> à l'issue du premier pré-test.....	301
Tableau 5.2.9. Echelle de mesure initiale des stratégies d'approche et d'évitement de Elliot et McGregor (2001) – <i>Achievement Goal Framework</i>	302
Tableau 5.2.10. Echelle de mesure des stratégies d'approche et d'évitement (Elliot et McGregor, 2001), adaptée au contexte de la recherche	302
Tableau 5.2.11. Structure obtenue à l'issue de l'épuration de l'échelle des stratégies mobilisées lors du pré-test.....	303
Tableau 5.2.12. Echelle de mesure des stratégies évitement et approche retenue pour l'enquête finale	304
Tableau 5.2.13. Structure, fiabilité et validité de l'échelle des stratégies mobilisées lors du pré-test.....	304
Tableau 5.2.14. Structure, fiabilité et validité de l'échelle des stratégies mobilisées lors de l'enquête finale	304
Tableau 5.2.15. Mesure de l'âge chronologique	305
Tableau 5.2.16. L'échelle de mesure de l'âge subjectif (Guiot, 2001)	305
Tableau 5.2.17. Structure, fiabilité et validité de l'échelle d'âge subjectif lors du pré-test.	306
Tableau 5.2.18. Structure, fiabilité et validité de l'échelle d'âge subjectif lors de l'enquête finale.....	306
Tableau 5.2.19. Echelle de mesure initiale de l'estime de soi (Rosenberg, 1965), traduite par L'Ecuyer (1978)	307
Tableau 5.2.20. Echelle de mesure modifiée de l'estime de soi (Rosenberg, 1965), traduite par L'Ecuyer (1978) – avant pré-test	307
Tableau 5.2.21. Echelle de mesure de l'estime de soi retenue.....	308
Tableau 5.2.22. Structure, fiabilité et validité de l'échelle d'estime de soi lors du pré-test	308
Tableau 5.2.23. Structure, fiabilité et validité de l'échelle d'estime de soi lors de l'enquête finale.....	309
Tableau 5.2.24. Echelle de mesure initiale, traduite en français, du <i>Locus of Control</i> de James (1957).....	310
Tableau 5.2.25. Echelle de mesure du LOC à l'issue du pré-test.....	311
Tableau 5.2.26. Structure, fiabilité et validité de l'échelle du lieu de contrôle lors du pré-test	312
Tableau 5.2.27. Structure, fiabilité et validité de l'échelle du lieu de contrôle lors de l'enquête finale	312
Tableau 5.2.28. Echelle de mesure initiale de l'anxiété face à la mort (Dickstein, 1972)...	313
Tableau 5.2.29. Echelle de mesure de l'anxiété face à la mort à l'issue du pré-test.....	314

Tableau 5.2.30. Structure, fiabilité et validité de l'échelle d'anxiété face à la mort lors du pré-test.....	314
Tableau 5.2.31. Structure, fiabilité et validité de l'échelle d'anxiété face à la mort lors de l'enquête finale.....	314
Tableau 5.2.32. Echelle de l'orientation régulatrice chronique d'Higgins et <i>al.</i> (2001).....	317
Tableau 5.2.33. Echelle de mesure initiale de l'orientation régulatrice de Lockwood, Jordan et Kunda (2002).....	317
Tableau 5.2.34. Echelle de mesure modifiée de l'orientation régulatrice de Lockwood, Jordan et Kunda (2002).....	318
Tableau 5.2.35. Echelle de mesure de l'orientation régulatrice chronique à l'issue du pré-test.....	320
Tableau 5.2.36. Structure, fiabilité et validité de l'échelle de l'orientation régulatrice chronique lors du pré-test.....	320
Tableau 5.2.37. Structure, fiabilité et validité de l'échelle de l'orientation régulatrice chronique lors de l'enquête finale.....	320
Tableau 5.2.38. Echelle de mesure BMIS initiale de Mayer et Gaschke (1988), traduite en français par Jallais (2006).....	322
Tableau 5.2.39. Echelle de mesure BMIS de Mayer et Gaschke (1988) mobilisée dans la recherche.....	322
Tableau 5.2.40. Items retenus pour la mesure de l'humeur pré-exposition lors de l'enquête finale pour les deux tranches d'âge.....	323
Tableau 5.2.41. Structure, fiabilité et validité de l'échelle de l'humeur pré-exposition lors de l'enquête finale.....	323
Tableau 5.2.42. L'échelle de mesure initiale PANAS traduite en français par Caci et Baylé (2007).....	324
Tableau 5.2.43. Echelle de mesure retenue de l'humeur post-exposition (PANAS) lors de l'enquête finale.....	325
Tableau 5.2.44. Structure, fiabilité et validité de l'échelle PANAS lors de l'enquête finale.....	325
Tableau 5.2.45. Echelle de mesure de l'état de santé perçu.....	325
Tableau 5.2.46. Echelle de mesure de la perte récente d'un proche.....	326
Tableau 5.2.47. Echelle de mesure de satisfaction de la vie de Diener et <i>al.</i> (1985), traduite par Blais et <i>al.</i> (1989).....	326
Tableau 5.2.48. Structure, fiabilité et validité de l'échelle de satisfaction de la vie lors de l'enquête finale.....	327
Tableau 5.2.49. Echelle de mesure de la religiosité (Dowling et <i>alii.</i> , 2004).....	327
Tableau 5.2.50. Structure, fiabilité et validité de l'échelle de religiosité lors de l'enquête finale.....	328
Tableau 5.2.51. Profil socio-démographique du répondant.....	328

Chapitre 6

Tableau 6.3.1. Les résultats de l'ANOVA dans le cadre des <i>manipulation checks</i> : les tests de Tukey et Bonferroni.....	337
Tableau 6.3.2. Les résultats de l'ANOVA réalisée sur l'item 7 lié aux émotions négatives : les tests de Tukey et Bonferroni.....	337
Tableau 6.3.3. Les résultats de l'ANOVA pour la vérification de l'accessibilité des pensées liées à la mort avec (AD) et sans distraction (SD).....	339
Tableau 6.3.4. Résultats de l'ANOVA pour les différences entre les trois conditions expérimentales liées à la mesure PANAS.....	340
Tableau 6.3.5. Equations relatives au modèle de médiation testé dans la recherche.....	343

Tableau 6.3.6. Codage des variables muettes X_1 et X_2 pour la transformation de la variable indépendante.....	343
Tableau 6.3.7. Vérification des conditions d'application de la régression linéaire pour le test des effets médiateurs	346
Tableau 6.3.8. Résultats des tests des hypothèses H1a, H2a, H3a (échantillons avec distraction).....	348
Tableau 6.3.9. Résultats des tests des hypothèses H1b, H2b, H3b (échantillons avec distraction).....	350
Tableau 6.3.10. Résultats des tests des hypothèses H1a, H2a, H3a avec prise en compte des covariables (échantillons avec distraction).....	352
Tableau 6.3.11. Résultats des tests des hypothèses H1b, H2b, H3b avec prise en compte des covariables (échantillons avec distraction).....	353
Tableau 6.3.12. Résultats des tests des hypothèses H1a, H2a, H3a sans prise en compte des covariables (échantillons sans distraction).....	355
Tableau 6.3.13. Résultats des tests des hypothèses H1b, H2b, H3b sans prise en compte des covariables (échantillons sans distraction).....	355
Tableau 6.3.14. Résultats des tests des hypothèses H1a, H2a, H3a avec prise en compte des covariables (échantillons sans distraction).....	357
Tableau 6.3.15. Résultats des tests des hypothèses H1b, H2b, H3b avec prise en compte des covariables (échantillons sans distraction).....	358
Tableau 6.3.16. Corrélations entre les variables modératrices métriques.....	360
Tableau 6.3.17. Résultats du test de l'hypothèse H4a.....	362
Tableau 6.3.18. Résultats du test de l'hypothèse H4b.....	363
Tableau 6.3.19. Résultats du test de l'hypothèse H5a.....	364
Tableau 6.3.20. Résultats du test de l'hypothèse H5b.....	365
Tableau 6.3.21. Résultats du test de l'hypothèse H6a.....	366
Tableau 6.3.22. Résultats du test de l'hypothèse H6b.....	368
Tableau 6.3.23. Résultats du test de l'hypothèse H7.....	369
Tableau 6.3.24. Résultats du test de l'hypothèse H8a.....	370
Tableau 6.3.25. Résultats du test de l'hypothèse H8b.....	371
Tableau 6.3.26. Résultats du test de l'hypothèse H9.....	373
Tableau 6.3.27. Résultats du test de l'hypothèse H10a.....	374
Tableau 6.3.28. Résultats du test de l'hypothèse H10b.....	375
Tableau 6.3.29. Résultats du test de l'hypothèse H11.....	376
Tableau 6.3.30. Résultats du test de l'hypothèse H12a.....	378
Tableau 6.3.31. Résultats du test de l'hypothèse H12b.....	379
Tableau 6.3.32. Résultats du test de l'hypothèse H13.....	380
Tableau 6.3.33. Synthèse des résultats de la recherche.....	381

Liste des figures

Chapitre 1

Figure 1.2.1. Les dimensions de la conscience de soi (Damasio, 2002)..... 60

Chapitre 2

Figure 2.4.1. Les mécanismes et besoins suscités par la saillance de mortalité selon la TMT
..... 116

Figure 2.4.2. Les apports de la théorie de l'élargissement constructif des émotions positives
(Fredrickson, 2001) 130

Figure 2.4.3. Les apports de la théorie de motivation de protection (Rogers, 1975, 1985). 131

Chapitre 4

Figure 4.3.1. Le cadre conceptuel intégrateur de la recherche..... 207

Figure 4.3.2. Le cadre conceptuel testé dans cette recherche..... 211

Figure 4.4.1. Le cadre conceptuel et ses hypothèses..... 221

Chapitre 5

Figure 5.1.1. Les études empiriques successives de la recherche 248

Chapitre 6

Figure 6.3.1. Illustration des effets directs et indirects dans un modèle de médiation simple
..... 341

Figure 6.3.2. Illustration des effets directs et indirects testés dans cette recherche 344

Liste des encadrés

Chapitre 1

Encadré 1.1.1. Les apports de l'approche biologique	32
Encadré 1.1.2. Les apports de l'approche anthropologique	40
Encadré 1.1.3. Les apports de l'approche psychanalytique	44
Encadré 1.1.4. Les apports de l'approche philosophique.....	53

Chapitre 2

Encadré 2.4.1. Les principaux apports de la TMT (Greenberg, Pyszczynski et Solomon, 1986).....	119
Encadré 2.4.2. Les principaux apports de la MMT (Wong, 2005 ; Neimeyer, 2001).....	124

Chapitre 3

Encadré 3.1.1. Le guide d'entretien de l'étude qualitative exploratoire	175
Encadré 3.2.1. Les apports de l'étude qualitative relatifs aux mécanismes de défense proximaux.....	189
Encadré 3.2.2. Les apports de l'étude qualitative relatifs aux mécanismes de défense distaux	193
Encadré 3.2.3. Les apports de l'étude qualitative relatifs aux déterminants individuels	198
Encadré 3.2.4. Les apports de l'étude qualitative relatifs aux déterminants situationnels...	199

INTRODUCTION GENERALE

« The idea of death, the fear of it, haunts the human animal like nothing else ; it is a mainspring of human activity – activity designed largely to avoid the fatality of death, to overcome it by denying in some way that it is the final destiny for man. »

Ernest Becker, 1973

1. Présentation de l'objet de la recherche

La mort est un événement inévitable de la vie que la grande majorité des individus évitent d'affronter directement, motivés par une volonté incontestable de continuer à vivre. Parce qu'elle est certainement à la fois source de mystère, de fascination et d'angoisse, cette thématique a fait l'objet de beaucoup d'intérêt en particulier dans le domaine de la psychologie, notamment grâce aux travaux fondateurs de Becker (1973). Ces derniers ont permis en effet d'appréhender la façon dont les individus perçoivent l'idée de leur propre mort, ainsi que la façon dont ils conçoivent et utilisent le temps de leur propre vie au regard de cette fin inévitable (Wong, 1998). Becker suggère d'ailleurs que le « déni de la mort » serait le fondement de la motivation humaine. La thématique de la mort reste aujourd'hui très peu étudiée en sciences de gestion, et en particulier en marketing. En effet, l'intérêt des chercheurs pour ce domaine d'étude est très récent (Gentry et *alii.*, 1994 ; Gentry et Goodwin, 1995 ; Gentry et *alii.*, 1995a, 1995b ; Gabel et *alii.*, 1996 ; Mandel et Heine, 1999 ; Kopp et Pullen, 2002). En marketing, quelques recherches portent sur le sentiment de vulnérabilité lié à la perte d'un proche. Très peu s'intéresse à la conscience des individus à l'égard de leur propre mort, cette dernière étant pourtant une spécificité de l'espèce humaine (Caron, 2005 ; Greenberg et *al.*, 1986). Dans le contexte français, cet objet de recherche est encore plus rare, probablement du fait de son caractère encore tabou. Pourtant, les études existantes démontrent bien que le simple fait de penser à sa mort susciterait des comportements particuliers.

La question de l'âge chronologique se pose naturellement dès lors qu'il s'agit d'appréhender l'idée de sa propre mort. Intuitivement, nous pouvons en effet supposer qu'un individu de plus de 60 ans et un adolescent de 15 ans présenteront des différences significatives dans la façon de penser à leur mort, la fréquence de ces pensées, les émotions qu'elles suscitent (positives ou négatives) ainsi que dans les représentations qui y sont

associées. D'ailleurs, dans l'esprit des individus, la mort concerne principalement les personnes âgées et la société a tendance à associer naturellement la vieillesse à l'échéance finale, d'une façon plus ou moins consciente (Routledge et Arndt, 2005). L'âge semble être une variable d'autant plus importante qu'elle est l'objet aujourd'hui de bouleversements dans la société française avec un nombre croissant d'individus seniors. D'après l'INSEE, en 2050, un habitant sur trois sera âgé de 60 ans et plus en France (soit 31,9% de la population) contre un sur cinq en 2005 (soit 20,8% de la population). Ce processus laisse entrevoir de nouvelles opportunités et de nouveaux défis pour les pouvoirs publics. En effet, cette longévité soulève la question de la façon dont on peut maintenir une qualité de vie satisfaisante et un bien-être élevé dans des domaines tels que la santé, les activités sociales, la nutrition, l'emploi ou l'habitat. Cela suppose alors de comprendre quelles sont les difficultés associées au vieillissement et à la perspective temporelle limitée et quelles sont les ressources qui doivent être mises à disposition des seniors pour y faire face. Le vieillissement donne alors naissance à de nouvelles tendances de consommation (par exemple, la consommation de produits alimentaires sains ou l'adoption de nouvelles activités de loisirs), très certainement liées à la gestion du temps restant à vivre, auxquelles les managers ont tout intérêt à s'intéresser.

Ces différents éléments nous invitent à nous intéresser au processus de vieillissement, et en particulier, à son impact sur l'attitude à l'égard de sa propre mort. Alors qu'il a été démontré que la segmentation des seniors sur la base de critères objectifs tels que le revenu ou l'âge explique relativement peu leur comportement, il semble plus pertinent d'introduire des variables liées au vécu du vieillissement, telles que la tendance d'âge subjectif, l'état de santé (réel et/ou perçu), la perception de l'horizon temporel comme critères de segmentation potentiels (Guiot, 2006). L'attitude à l'égard de sa propre mort pourrait en être un. D'ailleurs certaines recherches appréhendent les spécificités liées à l'âge dans la façon de concevoir l'idée de mort et les émotions associées (Fortner et Neimeyer, 1999 ; Cicirelli, 2006). Pourtant, à ce jour, l'étude des réactions suscitées par l'anxiété à l'égard de sa propre finitude reste rarement abordé en marketing (Urien, 2003).

2. Le choix de s'intéresser à la saillance de mortalité

Le simple fait de penser à la perspective de la mort peut susciter des sentiments d'anxiété ou de détresse, un sentiment d'urgence à accomplir des projets ou bien une recherche de sens lié à la vie et à la mort. Il est indéniable que la simple considération de la mort affecte les

individus, que celle-ci soit consciente ou non. L'idée fondamentale selon laquelle le déni de la mort serait la source de la motivation humaine (Becker, 1973) a donné naissance à la théorie de la gestion de la terreur (*Terror Management Theory*, TMT ; Greenberg, Pyszczynski et Solomon, 1986). Cette théorie psychologique suggère que la conscience de l'inévitabilité de la mort propre à l'homme influence les jugements et les comportements. Cette représentation, essentiellement liée à l'anticipation du futur et associée à un besoin inné de préservation de soi, générerait un potentiel d'anxiété existentielle paralysante à laquelle il s'agit de faire face. Ainsi, les études portant sur la TMT mettent en évidence deux résultats intéressants. D'une part, les rappels de la mortalité suscitent des mécanismes de défense proximaux (conscients) et distaux (inconscients). Parmi les mécanismes de défense distaux, on distingue la valorisation de l'estime de soi et la défense et la valorisation de son modèle culturel. D'autre part, de telles pensées liées à la mort affectent une large gamme de réponses comportementales et cognitives, telles que les comportements agressifs, le comportement prosocial ou les attitudes sexuelles (Greenberg, Solomon et Pyszczynski, 1997 ; Landau, Greenberg, Solomon, Pyszczynski et Martens, 2006).

De cette manière, les théoriciens ont introduit la notion de *saillance de mortalité*, qui peut être définie comme une situation de rappels plus ou moins forts de l'inévitabilité de sa propre mort. Ces rappels suscitent des pensées liées à l'idée de sa propre finitude qui apparaissent alors dans le champ de la conscience. Ainsi, la TMT suggère que la saillance de mortalité oriente les comportements humains, même si les pensées liées à la mort existent au-delà de l'attention focale (Greenberg, Pyszczynski, Solomon, Simon et Breus, 1994). Nous pensons dans cette recherche que l'étude d'un tel concept s'avère particulièrement pertinente du fait de la multiplicité des rappels de la mort dans la vie quotidienne, et en particulier dans les médias (films, séries, journaux télévisés, reportages etc.). Il s'agit de plus de l'un des moyens les plus couramment utilisés pour étudier l'impact de la conscience de la mort, telle qu'elle est définie par la TMT. Ainsi, les recherches sur la TMT ont démontré que la saillance de la mortalité affecte des modèles de consommation et de prise de décision : les dépenses excessives et l'avidité (Kasser et Sheldon, 2000) ; la quantité de produits consommés et la somme dépensée (Mandel et Smeesters, 2008) ; les préférences pour les produits à statut élevé, l'expression de valeurs matérialistes (Arndt, Cook et Routledge, 2004 ; Mandel et Heine, 1999) ; l'évaluation du produit via le désir de contrôle (Herzenstein et Horsky, 2007) ; l'acquisition et la conservation de possessions (Atalay et Türe, 2009). Enfin, Rindfleisch, Burroughs et Wong (2009) ont développé une étude de la relation entre le matérialisme et la connexion à la marque, qui propose le fait que les individus

matérialistes utilisent les marques pour combler le besoin de certitude (selon deux motivations cognitives : besoin d'ordre et de prévision) afin de faire face à l'anxiété ressentie.

Toutefois, les individus diffèrent, d'une part dans leur volonté de considérer de tels rappels et d'y porter attention, et d'autre part, dans les mécanismes de défense mis en œuvre. Par exemple, alors que certains peuvent exprimer de l'anxiété ou de la tristesse en pensant à leur propre mort, d'autres peuvent la concevoir comme une opportunité pour mieux vivre et donner du sens à sa vie. En particulier, les manifestations liées au vieillissement, tels que la retraite, la perte d'un conjoint, les changements physiques et physiologiques, les maladies dues à l'âge, etc. constituent autant de rappels de l'échéance finale et donc d'événements stressants auxquels ils doivent s'ajuster et ce, à des âges variables. Plus exposés que les jeunes adultes aux rappels de la perspective de fin de vie, reste à comprendre si ces mécanismes de défense diffèrent selon l'âge chronologique. Pourtant, très peu d'études à ce jour ne s'intéressent à l'influence de la saillance de mortalité sur les comportements parmi des individus de différentes tranches d'âge (Maxfield, Kluck, Greenberg, Pyszczynski, Cox, Solomon et Weise, 2007).

3. Délimitation du domaine de la recherche : le cadrage situationnel

Cette recherche s'inscrit dans le cadre de la psychologie environnementale. Cette approche consiste en l'étude scientifique des relations entre l'individu et son environnement naturel physique et social à un moment donné dans un espace donné. Elle s'intéresse à l'incidence des facteurs environnementaux au sens large sur les comportements des individus et à la manière dont celui-ci perçoit et agit sur son environnement (Mehrabian et Russell, 1974 ; Levy-Leboyer, 1980). Stokols (1978) précise la nature de la relation entre environnement et individu, selon deux dimensions : une dimension cognitive ou comportementale (incluant les processus affectifs ou symboliques) et une dimension active ou réactive de la transaction. Ces deux aspects spécifient la capacité des représentations de l'environnement à influencer ou à être influencé par les individus. En particulier dans cette recherche, la saillance de mortalité est un élément de l'environnement auquel les individus sont de plus en plus confrontés, susceptibles d'influencer, consciemment ou non, les comportements au quotidien.

En réactivant la conscience de sa propre mort, la saillance de mortalité met directement en jeu le soi : elle réactive l'idée de la disparition du soi et la conscience d'une fin suscite un

bilan introspectif des réalisations et échecs durant sa vie. De plus, selon la TMT, la conscience de la mort est susceptible de menacer le sens (Baumeister, 1990) : elle ébranle la prévisibilité et le contrôle de l'existence ; elle élimine le potentiel de gagner du sens dans le futur ; elle rappelle que l'existence et la structure des relations que l'individu a construit seront détruites et/ou oubliées ; elle annule la valeur des accomplissements d'une vie. De ce fait, l'anticipation de la mort (Conche, 1980) met en péril le soi idéal vers lequel tendent les individus. Cette recherche s'intéresse alors à la capacité d'autorégulation suscitée par une situation de saillance de mortalité, mobilisée pour faire face à ce malaise, lutter contre l'anxiété potentielle et tenter de redonner du sens au soi idéal. En situation de saillance de mortalité, se pose alors la question des besoins suscités, de la nature et la force de la motivation qui pousse les individus à les satisfaire et des stratégies cognitives et comportementales mises en œuvre pour y répondre, et ce dans un même objectif, la protection contre une anxiété existentielle potentielle.

Les mécanismes mis en évidence par la TMT (valorisation de l'estime de soi et du modèle culturel d'appartenance) en réponse à la saillance de mortalité suggèrent qu'une telle situation active des motivations extrinsèques (Kasser et Ryan, 1996) : l'individu adopte des comportements socialement valorisables (image, statut, succès financier) qui apportent du sens à sa vie, en vue d'acquérir une forme d'immortalité symbolique. Selon la TMT, ces comportements s'expliqueraient par une motivation première de se protéger contre une anxiété potentielle et d'éviter tout affect négatif lié à la conscience de la perspective de fin de vie. Cependant, à la lumière des travaux fondateurs des théoriciens de la motivation, tels que ceux de Freud (1919), Lewin (1935), Maslow (1954) ou Atkinson (1964), les actions de l'homme, toujours orientées vers un objectif, peuvent être conceptualisées selon deux formes de motivation : une motivation d'évitement liée à la peur de l'échec et du déplaisir et une motivation d'approche liée à la recherche du plaisir et du besoin d'accomplissement et d'expansion de soi. Nous pensons ici que les réponses à la saillance de mortalité mériteraient également d'être conceptualisées selon cette distinction, de sorte à envisager, dans la perspective d'une psychologie plus humaniste, des motivations axées sur une simple volonté de profiter du temps restant à vivre dans un objectif d'épanouissement et de croissance de soi plutôt que sur des actions exclusivement défensives. Dans ce cadre, nous avons donc fait le choix de mobiliser la notion de cadrage situationnel (Higgins, 1997) - stratégie d'évitement vs. stratégie d'approche - qui permet de rendre compte de ces deux types de motivations humaines.

4. Choix de la population étudiée

Comme évoqué précédemment, l'attitude à l'égard de la mort diffère selon les différentes étapes de la vie. Alors que la mort a essentiellement été étudiée via le concept d'anxiété face à la mort, notamment dans les travaux en psychologie (Urien, 2003), les recherches montrent qu'il existe une relation curvilinéaire entre l'anxiété face à la mort et l'âge chronologique, de sorte qu'elle serait la plus forte en milieu de vie pour ensuite décliner au-delà de 60 ans (Fortner et Neimeyer, 1999). Cicirelli (2006) montre que l'expérience d'une forte anxiété face à la mort en milieu de vie relève de contradictions entre le temps restant à vivre désiré et le temps restant à vivre attendu. Ces premiers résultats, associés au peu de recherches portant sur les réponses des individus âgés à la saillance de mortalité (Maxfield, Solomon, Pyszczynski et Greenberg, 2010), ont orienté notre choix vers l'étude des plus de 40 ans.

Plusieurs éléments ont contribué à confirmer ce choix. Les individus âgés doivent faire face à des rappels plus fréquents de la perspective de fin de vie, tels que la retraite, la perte d'un conjoint, les maladies liées à l'âge auxquels ils doivent s'ajuster. Pour autant, ils semblent aborder cette idée avec moins d'anxiété et plus d'acceptation. Dans cet objectif d'adaptation, il n'en demeure pas moins que les personnes âgées, parfois plus vulnérables, pourraient disposer de ressources moindres ou différentes pour faire face à cette idée (McCoy, Pyszczynski, Solomon et Greenberg, 2000). Certains auteurs, tels que Diehl, Coyle et Labouvie-Vief (1996) montrent d'ailleurs qu'ils utiliseraient des stratégies d'adaptation bien spécifiques (moins défensives et moins agressives) face à des situations difficiles. Bergadaà et Urien (2008) montrent également les liens existants entre la perspective de fin de vie, les attitudes adaptatives face à la mort, le cadre temporel de l'action individuelle et le rapport à l'objet. Cette recherche vise ainsi à mieux comprendre la façon d'appréhender la saillance de mortalité et ses effets sur les comportements parmi deux tranches d'âge : les 40-59 ans et les 60-79 ans.

5. Problématique et questions de recherche

La question qui nous intéresse ici est donc de comprendre comment les individus d'âges distincts, qui adoptent des attitudes bien différentes à l'égard de l'idée de leur propre mort, réagissent et font face à des rappels de l'échéance finale et en quoi cela peut affecter leurs comportements de consommation. Plus particulièrement, il s'agit de comprendre les besoins suscités par cette idée, la nature et la force de la motivation orientée vers la satisfaction de

ces besoins et les stratégies mises en œuvre. Deux stratégies distinctes et indépendantes sont envisagées ici : une stratégie d'évitement destinée à se distancer de potentiels états indésirables et d'affects négatifs ; et une stratégie d'approche destinée à rechercher à atteindre des états désirés et des affects positifs. Dans cette perspective, nous pensons ici que la situation de saillance de mortalité est susceptible de rendre une stratégie prioritaire par rapport à l'autre et que cette motivation suscite des préférences de consommation selon la façon dont sont présentés les produits (en termes d'attributs promotion ou d'attributs prévention).

Nous chercherons donc à répondre à la problématique suivante :

Dans quelle mesure la situation de saillance de mortalité est-elle susceptible d'influencer le cadrage situationnel en consommation et les préférences produits ?

Cette problématique donne lieu à quatre questions de recherche :

Comment les individus réagissent-ils à une situation de saillance de mortalité ? Les travaux dans ce domaine étant à ce jour limités, ce travail doctoral vise à mieux comprendre comment les individus appréhendent les rappels plus ou moins forts de la perspective de fin de vie. D'une part, il s'agit alors d'étudier la saillance de mortalité comme un stimulus expérimental pour lequel il serait possible de définir différentes intensités (faible, moyen, fort) et différentes natures (images, textes, questions ouvertes, jeu). D'autre part, il s'agit de s'intéresser aux représentations associées à cette idée afin de mieux comprendre si la perspective de la mort est appréhendée comme une menace ou bien comme une opportunité pour mieux vivre.

Quels sont les besoins suscités par une situation de saillance de mortalité et les stratégies mises en œuvre ? Sur la base des travaux de Becker, les théoriciens de la TMT mettent bien en évidence l'anxiété potentielle générée par des rappels de la mortalité, que les individus tentent de réduire via des processus conscients et inconscients. En particulier, ils suggèrent le recours à des mécanismes de défense tels que la valorisation de l'estime de soi et la défense du modèle culturel d'appartenance sur la base de motivations extrinsèques. Ils montrent également que cela peut s'expliquer par un besoin de regagner un contrôle sur sa vie et un besoin de sens lié à son existence. Cette recherche souhaite explorer l'existence

éventuelle de motivations plus intrinsèques en réponse à la saillance de mortalité, qui pousseraient les individus à s'engager dans une simple recherche de stimulation positive, d'épanouissement et de développement personnel.

Quelle est l'influence des stratégies mobilisées sur les préférences en termes de produits orientés promotion *versus* prévention ? Dans la lignée des travaux antérieurs portant sur l'effet de la saillance de mortalité sur les comportements de consommation, ce travail doctoral s'intéresse à l'attractivité perçue de certains produits. Il s'agit ici de voir si la saillance de mortalité peut être considérée comme un stimulus susceptible d'activer de façon situationnel des préférences pour certains produits selon qu'ils permettent de répondre à des besoins et des objectifs jugés prioritaires par l'individu.

Quelles sont les variables individuelles qui rendent compte de cette relation ? La question de la définition de la cible est un élément stratégique majeur pour les professionnels. Dans cette optique, il s'agira d'identifier certaines variables individuelles qui permettent le mieux de rendre compte de l'effet de la saillance de mortalité sur les préférences en consommation. Cette identification permettra par la suite de préciser des éléments stratégiques liés à la communication pour rendre les produits plus attractifs selon les profils des récepteurs en situation de saillance de mortalité.

6. Les contributions attendues

Les contributions attendues de cette recherche sont de l'ordre théoriques, méthodologiques et managériales sans négliger des considérations éthiques.

Les contributions théoriques

La première contribution théorique est liée à la conceptualisation de la mort et du rapport individuel à la mort. Alors que cette thématique est essentiellement abordée via les réactions affectives qu'elle suscite (i.e. l'anxiété face à la mort), très peu de recherches ont tenté de l'appréhender dans sa globalité notamment grâce à une approche pluridisciplinaire. Cette approche adoptée dans cette recherche fera appel aux apports de la biologie, de l'anthropologie, de la psychanalyse et de la philosophie et permettra de mettre en évidence

les différentes façons d’appréhender la mort, les principales représentations et émotions qui y sont liées et les outils mobilisés par l’homme pour y faire face.

La seconde contribution théorique de ce travail doctoral est liée à l’étude du concept de saillance de mortalité. De nombreuses recherches s’intéressent à l’utilisation de la thématique de la mort comme objet tabou et provocateur dans la communication publicitaire et étudient en conséquence les réactions des récepteurs. Cette recherche souhaite sortir du cadre de la persuasion publicitaire et aborder en quoi les nombreux rappels de la mortalité présents dans la vie quotidienne peuvent influencer, consciemment ou non, les attitudes et les comportements. L’étude du concept de saillance de mortalité s’inscrit parfaitement dans cet objectif et contribue grandement à la littérature existante.

Enfin, une troisième contribution théorique est relative aux théories mobilisées qui apportent des éléments complémentaires dans les mécanismes de défense mis en œuvre en réponse à la saillance de mortalité. En particulier, les théories de la motivation, telles que la théorie de l’autodétermination (Deci et Ryan, 1980) et la théorie de l’orientation régulatrice (Higgins, 1997) permettront d’apporter un ancrage théorique innovant, sur la base d’une approche plus positive, susceptible de venir compléter les mécanismes de défense mis en évidence par la TMT. A ce jour, aucune recherche consacrée aux effets de la saillance de mortalité sur les comportements n’a fait appel à des éléments théoriques autres que ceux de la TMT.

Les contributions méthodologiques

La première contribution méthodologique tient à l’opérationnalisation de la situation de la saillance de mortalité. En particulier, deux éléments sont à noter. D’une part, des visuels sont utilisés pour créer une situation de saillance de mortalité. Alors que les recherches antérieures portant sur la TMT utilisent essentiellement des questions ouvertes sur la thématique de la mort, notre choix d’utiliser des visuels s’inscrit dans un objectif de réalisme et de crédibilité dans les conditions expérimentales, les rappels de la mortalité étant relativement nombreux dans les médias par exemple. D’autre part, sur la base de visuels, deux intensités distinctes (faible et forte) de la saillance de mortalité sont utilisées. Ces deux conditions expérimentales sont complétées par un groupe de contrôle afin de comparer les effets sur les comportements.

La seconde contribution méthodologique est liée à la définition du plan factoriel de l’expérimentation. Les études antérieures utilisent un délai de distraction après l’exposition à

la saillance de mortalité afin d'étudier les mécanismes de défense distale et les effets sur les comportements. Les théoriciens (Greenberg, Pyszczynski et Solomon, 1986) en viennent d'ailleurs à montrer que les effets obtenus ne sont valables qu'après la distraction, au-delà de la conscience. Sur la base de ce résultat, les études sur la saillance de mortalité qui ont suivi ont, dans la grande majorité, créé un outil de distraction pour étudier les réponses comportementales. Sans remettre en cause ce résultat, nous souhaitons ici vérifier l'utilité et la pertinence de l'outil de distraction dans l'étude des effets de la saillance de mortalité, créant ainsi deux conditions expérimentales, avec et sans distraction, pour chaque intensité de la saillance de mortalité (faible, forte et groupe de contrôle). Cette définition d'un plan factoriel à deux facteurs manipulés (à savoir, l'intensité de la saillance de mortalité et la présence ou non d'une distraction) constitue à notre sens une contribution méthodologique majeure pour la recherche sur la TMT.

Les contributions managériales

Ce travail doctoral souhaite étudier si les rappels de la mortalité, très fréquents dans la vie quotidienne, influencent, consciemment ou non, les préférences en consommation. Il s'agit ainsi de pouvoir orienter les stratégies des professionnels, à la fois dans le placement de leurs communications publicitaires (lieux, horaires) et dans leur contenu (présentation des produits, formulation des arguments) selon la cible visée. De même, cette thèse est susceptible d'aider les annonceurs à exploiter, avec la plus grande prudence, la situation de saillance de mortalité comme stimulus publicitaire afin de mieux communiquer sur la marque ou les produits, ou encore dans le cadre du marketing social.

7. Le plan de la recherche

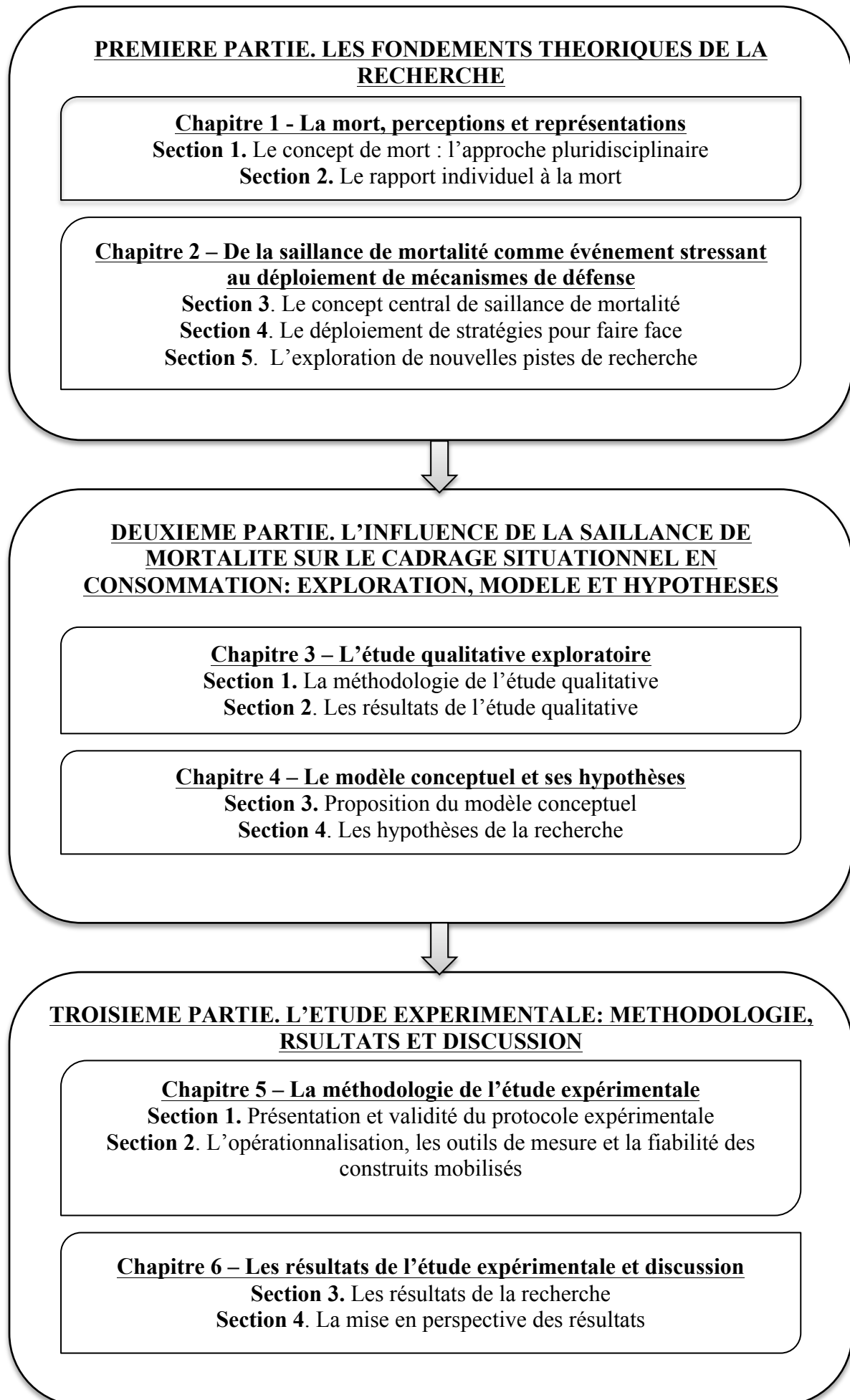
Cette recherche se structure autour de trois parties principales : les fondements théoriques de la recherche, l'influence de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel en consommation et la présentation de l'étude expérimentale et ses résultats.

La première partie s'intéresse aux fondements théoriques de la recherche. Le chapitre 1 présente l'approche pluridisciplinaire et met en évidence les apports des différentes disciplines mobilisées pour appréhender le concept de mort. Le chapitre 2 permet ensuite d'introduire le concept de saillance de mortalité et de l'envisager comme un événement stressant susceptible de susciter l'adoption de mécanismes de défense afin de réduire

l'anxiété potentielle. Il sera également l'occasion de définir de nouvelles pistes de recherche inexploitées à ce jour permettant de contribuer à la littérature existante.

La seconde partie porte sur l'influence de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel en consommation. En particulier, le chapitre 3 présente la méthodologie et les résultats de l'étude qualitative exploratoire. Sur la base des résultats de cette étude préliminaire et des apports de la revue de littérature, le chapitre 4 est l'occasion de définir un modèle conceptuel intégrateur et le modèle conceptuel qui sera effectivement testé dans cette recherche avec ses hypothèses.

La troisième et dernière partie de ce travail doctoral porte sur l'étude expérimentale. Deux chapitres structurent cette partie. Le chapitre 5 présente la méthodologie de l'expérimentation, avec le protocole expérimental, les construits et les outils de mesure mobilisés. Enfin, le chapitre 6 présente les résultats de l'étude expérimentale, ainsi que leur discussion au regard de la littérature existante. Les contributions de la recherche, les limites et voies futures de recherche seront alors présentées.



PREMIERE PARTIE
LES FONDEMENTS THEORIQUES DE LA RECHERCHE

Chapitre 1. La mort, perceptions et représentations

Section 1. Le concept de mort : l'approche pluridisciplinaire

Section 2. Le rapport individuel à la mort

PREMIERE PARTIE. LES FONDEMENTS THEORIQUES DE LA RECHERCHE

Chapitre 1 - La mort, perceptions et représentations

Section 1. Le concept de mort : l'approche pluridisciplinaire

Section 2. Le rapport individuel à la mort

Chapitre 2 – De la saillance de mortalité comme événement stressant au déploiement de mécanismes de défense

Section 3. Le concept central de saillance de mortalité

Section 4. Le déploiement de stratégies pour faire face

Section 5. L'exploration de nouvelles pistes de recherche



DEUXIEME PARTIE. L'INFLUENCE DE LA SAILLANCE DE MORTALITE SUR LE CADRAGE SITUATIONNEL EN CONSOMMATION: EXPLORATION, MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 3 – L'étude qualitative exploratoire

Section 1. La méthodologie de l'étude qualitative

Section 2. Les résultats de l'étude qualitative

Chapitre 4 – Le modèle conceptuel et ses hypothèses

Section 3. Proposition du modèle conceptuel

Section 4. Les hypothèses de la recherche



TROISIEME PARTIE. L'ETUDE EXPERIMENTALE: METHODOLOGIE, RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 5 – La méthodologie de l'étude expérimentale

Section 1. Présentation et validité du protocole expérimentale

Section 2. L'opérationnalisation, les outils de mesure et la fiabilité des construits mobilisés

Chapitre 6 – Les résultats de l'étude expérimentale et discussion

Section 3. Les résultats de la recherche

Section 4. La mise en perspective des résultats

Introduction du chapitre 1

En parlant de l'approche pluridisciplinaire, M. Uhl écrit :

« Cette démarche transversale déconstruit nécessairement les visions parcellaires ou unilatérales liées aux compartimentations disciplinaires et explore les diverses dimensions de complexité de l'objet étudié, aussi bien synchroniquement que diachroniquement ».

Mort et Recherche, Eléments d'épistémologie complémentariste, 1999

Qu'il s'agisse de la sienne ou de celle des autres, la mort est une réalité incontrôlable à laquelle chacun de nous est confronté. Cette thématique, présentée souvent comme un objet tabou, est pourtant largement présente dans les médias et fait l'objet de nombreux discours, qu'ils soient littéraires, scientifiques, psychologiques, psychanalytiques ou artistiques. Bien qu'il s'agisse d'un phénomène universel, elle est pourtant vécue différemment selon les cultures, les pays, les époques et bien sûr selon les individus. En particulier, il semble que, dans la plupart des cultures occidentales, la mort fasse l'objet d'un déni ou d'un évitement pour lequel les individus agissent comme si finalement elle ne pouvait les toucher directement. La mort est souvent l'objet de crainte et d'angoisses, mais également de mystère, de pudeur et de fascination.

L'objet de ce premier chapitre est d'envisager la mort à travers ses multiples aspects et dimensions. La complexité du phénomène impose l'adoption d'une approche pluridisciplinaire faisant appel en particulier aux domaines de la biologie, l'anthropologie sociale, la psychanalyse et la philosophie. Cette approche a un double objectif : cerner le phénomène universel, c'est-à-dire le concept de mort à travers toutes les disciplines (**section 1**) et appréhender l'interaction entre le concept et l'individu, via le rapport individuel à la mort (**section 2**).

Section 1. Le concept de mort

« La croyance à la nécessité interne de la mort n'est peut-être qu'une de ces nombreuses illusions que nous nous sommes créées pour nous rendre supportable le fardeau de l'existence »

Jankélévitch, 1966

Le concept de mort, étudié entre autres par les anthropologues, les sociologues, les psychologues et les psychiatres, a fait l'objet de nombreuses études pluridisciplinaires depuis plusieurs années. L'objectif de cette section est donc de présenter les grandes lignes de chacune des approches, parfois divergentes, afin de dégager les différentes facettes de ce concept ainsi que sa complexité.

Les premières lectures et investigations sur le sujet ont très vite mis en évidence la complexité du phénomène, qu'il soit abordé sous la forme d'un événement unique et inévitable ou d'un phénomène présent dans chaque instant de la vie. La mort est donc un concept difficile à cerner et à définir. Pour Jankélévitch (1966), *« elle est inclassable, elle est l'événement dépouillé par excellence, unique en son genre, monstruosité solidaire, elle est sans rapport avec tous les événements qui tous s'inscrivent dans le temps »*. La mort peut être personnifiée (*« la faucheuse »*) ou non dite, évoquée au féminin ou au masculin (*« décès »*). Il s'agit d'une donnée réelle mais qui est susceptible de prendre plusieurs formes et qui règne sur une pluralité de champs. Il s'agit donc d'un concept déterminé par plusieurs facteurs, qui laissent alors place à différentes interprétations. Nous en venons même parfois à nous demander si les auteurs parlent de la même chose. Cependant, selon Dagognet et Nathan (1999), tous les domaines que la mort implique (anthropologie, sociologie, ethnologie, psychologie, psychanalyse) apportent plus d'éléments de compréhension que la biologie seule. Pour ces derniers auteurs, *« la mort définit un phénomène social et humain total »* et elle ne frappe pas seulement un membre du groupe mais a le potentiel d'atteindre la société toute entière.

Ce premier constat justifie le recours à diverses disciplines qui ont traité de la mort pour en mettre en évidence et comprendre les principales caractéristiques, à la fois dans la définition même du terme, et dans les perceptions et les représentations qui y sont liées. Chaque discipline aborde en effet la thématique de la mort sous un angle bien spécifique. Nous chercherons donc à répondre à la question suivante : quelles sont les différentes facettes et caractéristiques du

concept de mort ? Afin d'y répondre, nous abordons successivement dans cette première section les approches biologique, anthropologique, psychanalytique et philosophique pour dégager les principaux apports de chacune des disciplines.

1. L'approche biologique

L'approche biologique est bien sur incontournable, car le corps est le premier touché par la mort. Les professionnels de la santé cherchent en permanence à atténuer la douleur, allonger l'existence, ou à faciliter le dernier moment, à l'humaniser. Descartes voit les débuts de la non mortalité comme le premier fruit de la science expérimentale. La mort biologique marque l'arrêt des fonctions vitales et la perte de cohérence fonctionnelle du corps. Elle est, pour l'homme, un fait biologique, celui que nous voyons dans le cadavre.

Notons que l'approche biologique nous a permis de considérer deux réalités différentes, deux manières d'appréhender et de définir la mort qui seront expliquées dans cette sous-partie et qui correspondent à la citation de La Bruyère (1688), pour lequel « *la mort n'arrive qu'une fois et se fait pourtant sentir à tous les moments de la vie* ».

1.1. La mort, un processus inéluctable, nécessaire et paradoxale

L'approche biologique, bien que fondée sur des critères et des définitions purement scientifiques, apparaît cependant assez complexe. D'une part, la mort est vue comme une donnée paradoxale : elle est le rien que l'on a du mal à cerner, mais sur lequel se focalisent toutes nos angoisses et nos énergies pour le repousser. La mort est quotidienne (mais paraît loin quand on est jeune), naturelle (mais apparaît parfois comme une agression brutale qui prend au dépourvu), aléatoire et universelle. Pour Baudrillard (1976), « *Il n'y a de bonne mort que vaincue et soumise à la loi* » (L'échange symbolique et la mort). D'autre part, la mort s'étale dans le temps : c'est un processus et non un état. Ainsi, la vie représente le temps que nous mettons à mourir. La mort est donc inséparable de la notion de temps et de la façon dont l'individu va utiliser ce temps.

Les définitions médicales d'inspiration chrétienne insistent sur le dualisme âme/corps et la distinction homme/animal. Il existe également des critères par lesquels nous confirmons la

mort, même s'ils ne disent rien sur le phénomène : la mort n'existe pas, seuls existent le mourant et le cadavre. Toutefois, Schwartzberg (1977) propose d'adopter une nouvelle définition de la mort : « *la nouvelle définition de la mort n'est ni médicale, ni biologique, ni scientifique ; c'est une définition métaphysique. On définit la mort d'un être humain à partir du moment où sa conscience est morte* ».

Il existe de nombreuses causes à la mort, différentes selon les âges, les époques, les lieux, les catégories socio-professionnelles, qu'il s'agisse de causes endogènes (mort génétique ou naturelle) ou de causes exogènes (mort accidentelle telle que le suicide, le meurtre). D'un point de vue scientifique, la mort se révèle comme une loi inéluctable, une nécessité inhérente à la vie, à la nature et à l'espèce humaine. Ainsi, selon cette première approche, la mort apparaît comme un événement, un fait vérifié, objectif et constatable lorsqu'elle a déjà eu lieu. La mort a alors un caractère rétrospectif et n'est que constatée par les autres, comme si elle ne nous concernait pas. Comme le souligne P. Valéry (1919), « *la mort est ce qui arrive aux autres* ».

1.2. La mort, processus inséparable de la vie

Parler de la mort nous impose nécessairement d'aborder le concept de vie. Mort et vie semblent ainsi être deux concepts opposés. Pourtant, les notions de mort et d'absence de vie d'une part, et de vie et d'absence de mort d'autre part sont bien complémentaires et l'approche biologique permet de souligner les liens existants entre ces notions.

Particulièrement dans l'approche biologique, la mort est inséparable de la vie. Alors que la mort est souvent perçue comme un mal, une punition, il faudrait la regarder comme inséparable de la vie : elle la conditionne. Ainsi, Schopenhauer (1818) écrit : « *Naissance et mort sont deux accidents qui, au même titre, appartiennent à la vie ; elles se font équilibre ; elles sont mutuellement les conditions l'une de l'autre ou, si l'on préfère cette image, elles sont les pôles de ce phénomène, la vie, pris comme ensemble... dans toutes ces images [relatives aux rites des défunts chez les grecs et les romains], le but évident était de détourner nos yeux de la mort du défunt dont on célébrait le deuil, et par un effort violent, de les élever jusqu'à considérer la vie immortelle de la nature.* » Mort et vie sont indissociables : la mort est déjà dans la vie et il reste même parfois un peu de vie dans la mort.

Cela nous conduit alors à considérer une seconde approche de la mort, comme étant ce qui se fait sentir à tous les moments de la vie. Ainsi, selon La Bruyère, nous nous savons si bien attendus par la mort que nous en percevons parfois la présence. Nous en présumons partout le risque et chacun de nos gestes en est alors conditionné. Toutes nos expériences sont ainsi en relation avec la mort. En définitive, c'est donc le seul événement auquel nous sommes sûrs de ne pas assister, mais dont nous savons qu'il ne manquera pas d'arriver et que nous redoutons. Cette attente correspond alors à l'imagination et à l'anticipation de la fin de tout avenir, de toutes possibilités. Prenant le contre-pied du refoulement, une autre tendance consiste à réhabiliter la mort en lui attribuant un rôle irrationnel et « extatique ». Siemons (2009) considère d'ailleurs la mort comme l'alliée la plus fidèle de la vie.

Encadré 1.1.1. Les apports de l'approche biologique

- La mort est définie comme naturelle, inéluctable, universelle, un fait vérifié, objectif et constatable.
- La mort est nécessaire à la vie, à la nature et à l'espèce humaine.
- La mort, inséparable du temps, est un processus tout au long de la vie.
- La mort conditionne la vie : toutes les expériences sont en relation avec la mort et avec son anticipation.

2. L'approche anthropologique

« Dès ses débuts, l'anthropologie a su voir dans la mort un moment essentiel où chaque culture dévoile ce qui la fonde, fait tenir ensemble la société des vivants et ce qui l'enveloppe, son passé et son futur qu'incarnent les défunts dont on s'applique à faire des ancêtres »

Claudine Fabre-Vassas, 1993, *Terrain*, Num. 20

En 2011 est sorti un numéro de *Questions de communication* intitulé « Evoquer la mort » (numéro 20) qui aborde divers éléments anthropologiques consacrés à la façon dont on parle aujourd'hui de la mort. Ainsi, Adeline Wrona s'intéresse au site jesuismort.com et montre en quoi les discours qui portent sur les morts contribuent à leur hommage et à la mise en place d'un véritable rite funéraire ; Sophie Bène étudie des phénomènes liés au fonctionnement du réseau social Facebook lorsqu'une personne membre décède (commémorations et maintien de la page) ; enfin, Benoit Lafon analyse la dimension cérémonielle des funérailles télévisées en

France. Ces éléments cités nous montrent à quel point la thématique de la mort est un sujet d'actualité presque omniprésent dans nos sociétés contemporaines, ainsi que l'importance des représentations visuelles de la mort dans les médias. Ils nous amènent également à nous interroger sur l'existence d'un tabou autour de la mort et sur la façon dont il est vécu et appréhendé par la société.

L'approche anthropologique apporte une réflexion relative à la culture et à la société, ainsi que les comportements individuels qui s'y rattachent. Dans cette perspective, elle s'attache à étudier la mort via les attitudes qui y sont liées et les comportements individuels et collectifs dans la société, et en particulier les rites associés et le cas des morts collectives.

2.1. Les diverses conceptions et représentations de la mort

2.1.1. Conceptions de la mort selon les cultures

L'objectif de cette sous-partie n'est pas de dresser un panorama des différentes conceptions de la mort selon les cultures, mais plutôt d'en cerner les principaux éléments. Dans ce cadre, nous souhaitons présenter tout d'abord les quatre conceptions fondamentales de la mort qui prévalent dans chaque culture selon Annick Barrau (1994) :

- La mort et la renaissance : il s'agit d'une conception primitive, dans laquelle le défunt renaît sous la forme d'un nouveau vivant, ce qui expliquerait une similitude entre les rites de mort et les rites qui annoncent la vie. La vie s'inscrit alors dans une représentation cyclique du temps.
- La mort et le mythe : par le mythe, l'homme accède à la connaissance du temps et de la mort. Le temps est alors un temps destin, fait d'allers retours éternels et l'ordre qui domine est d'essence sacrée et divine. La communication avec l'Être supérieur devient alors le but premier de l'homme.
- La mort et les modèles : dans la société moderne, la raison prime sur la croyance. Ainsi, la raison s'appuie sur des représentations de la réalité qui deviennent des modèles (images du monde, interprétations de la réalité). La mort est alors pensée comme finitude dans un temps d'histoire linéaire et orientée.

- La mort et le fini : cette conception fait référence à la gestion du temps et de la mort et à la reconstruction de sens face à la mort. Ainsi, l'homme moderne cherche à fabriquer du sens en référence à ce qui le contient.

Nos cultures occidentales individualistes semblent d'ailleurs bien représenter ces deux dernières conceptions de la mort via l'existence de modèles culturels qui permettent d'apporter du sens à la réalité de la mort.

Dans le domaine de la sociologie, les travaux de Milanaccio (2007) ont montré que la mort pouvait être appréhendée de trois manières différentes : comme le commencement d'un nouveau cycle, comme la fin d'un cycle ou comme la continuité de l'existence connue. Dans tous les cas, elle reste cependant mystérieuse et méconnue, donc redoutée, et les sociétés créent de nombreux mythes, symboles, et rituels afin de l'exprimer et de l'extérioriser.

2.1.2. La mort, tabou et ennemi redouté et rejeté

A partir des études de cas des sociétés archaïques et traditionnelles, Dagonnet et Nathan (1999) montrent que dans de telles sociétés, la mort est considérée comme un ennemi et doit être éloignée de la cité. La justification donnée traite d'une question d'hygiène, mais les auteurs démontrent qu'en réalité il s'agit d'une mise à l'écart : la mort est considérée comme un tabou (Thomas, 1991) et les individus redoutent le corps mort du fait de la crainte de contagion mortifère liée au tabou (Ariès, 1977). Thomas (1975) souligne de la même manière que dans la civilisation occidentale, qui pousse loin l'individualisme, l'individu a tendance à refouler la mort, l'abordant ainsi sous forme de tabou ou de dénégation. Il s'agit d'une part d'un **refoulement psychologique** : la mort est souvent cachée aux enfants, on refuse également de manifester sa douleur devant la mort des autres. D'autre part, il peut s'agir d'un **refoulement d'ordre social** : avec la déritualisation, la désymbolisation et la professionnalisation des conduites funéraires, l'homme se comporte comme s'il ne devait pas mourir. Ainsi, les discours sur la mort sont révélateurs d'artifices qui veulent réduire l'angoisse et mettre la mort à distance. Pour Walter (1994), au contraire, les nouvelles pratiques actuelles à l'égard de la mort (la bonne mort, celle qui est choisie, maîtrisée, vécue par le mourant avec les proches etc.) révèlent un refus du déni. Pour d'autres, ces pratiques montrent qu'il s'agit plutôt d'une forme suprême de déni, par l'affirmation illusoire d'une toute puissance de l'individu et du groupe qui l'entoure.

Deux explications peuvent être données aux répulsions et à l'appréhension liées à l'idée de mort. D'une part, la mort porte en elle une idée terrifiante et est vue comme une calamité : dans l'imaginaire populaire, le mort inconsolable ne pense qu'à se venger et chercherait à s'emparer des plus démunis pour vaincre son isolement. D'où l'importance de la veillée du corps dont le but est de protéger les proches du défunt. D'autre part, la mort est ce qui vient briser la communauté familiale et introduit la crise et la dissolution dans la cité : elle sème la crainte et ouvre la voie aux malheurs. Cette approche évoque donc une idée de mort cernée de peurs et de règlements de comptes.

Dans les sociétés modernes, deux grandes tendances seraient à l'origine de nouvelles représentations et de nouvelles attitudes à l'égard de la mort : l'exacerbation de l'individu et la gestion commerciale du défunt qui transforme la mort en un service commercial. Les attitudes à l'égard de la mort se rapprochent plus du refus et de l'éviction. L'approche sociologique insiste alors sur la notion de rupture, de coupure qui intervient avec la mort. A partir de ce constat, Dagonnet et Nathan (1999) cherchent à réinsérer la mort dans l'existence, lui accordant ainsi un statut plus social : finalement, quand un membre du groupe meurt, la société vit un renouvellement, une occasion de se fortifier et de se régénérer.

Notons enfin que dans le cadre de ce refoulement, les individus adoptent à la fois une stratégie de coupure entre la vie et la mort, le vivant et le mourant, le vivant et le défunt ; mais aussi une stratégie d'occultation, consistant à banaliser le mourir. La société rejette la mort et l'individu en vient à se désocialiser du mort. Enfin, le mourant est caché en institution, comme si sa mort n'existait pas : elle est programmée, planifiée par une institution qui en fait un objet d'attention.

2.1.3. Les particularités des représentations de la mort dans les médias

Des auteurs comme Walter (1994) ou Legros (2006) soutiennent que les discours contemporains sur la mort ont radicalement changé. Malgré des pratiques sociales et médiatiques relativement courantes (comme en témoigne l'existence du Salon de la mort en Avril 2011), la mort ne s'est pas pour autant banalisée. Le tabou lié à la mort reste donc toujours bien présent, bien qu'il semble s'être déplacé, de sorte à concerner d'autres dimensions liées à la mort. Cet élément est confirmé par Folker Hanusch (2010) dans son livre proposant une

synthèse complète sur les représentations de la mort dans les medias d'information. De plus, l'émergence de nouveaux medias s'accompagne d'un renouveau dans les représentations de la mort et de nouveaux rituels (Florea et Rabatel, 2011). Alors que les medias traditionnels sont tournés vers le sensationnalisme (Moeller, 1999), les nouveaux medias se tournent vers la proximité : la mort représentée n'est plus seulement celle de l'autre, mais c'est une mort dans laquelle nous sommes tous susceptibles de nous projeter et de nous identifier.

Thomas (2000) souligne que la mort dans les medias est « *obscène et ab-scène* » : les discours et les images sur la mort restent rares du fait de la terreur suscitée par cette idée et inconvenants du fait de son caractère tabou. Dans l'ouvrage de Marc Lits (1993), Frédéric Antoine souligne également la forte disparité qui existe entre l'omniprésence de la mort à la télévision et sa rareté en une des journaux. Plus encore, Lits (1993) met en évidence des motivations complexes qui concourent à la représentation médiatique de la mort, soulignant que la présentation médiatique de la mort répondrait certainement à des attentes inconscientes des lecteurs.

Florea et Rabatel (2011) souligne qu'il existe ainsi un paradoxe entre l'omniprésence de la mort et sa représentation « déréalisante » selon l'expression de Thomas (1991) : tout se passe comme si les individus se focalisaient sur la mort accidentelle, « *à laquelle on peut échapper et qui reste de loin minoritaire* ». La mort représentée est alors celle qui ne nous atteint pas. Nous retrouvons alors l'idée d'un refoulement psychologique qui consiste à se distancer de la mort. Ainsi, selon Antoine (1993), l'image de la mort aurait une fonction anxiolytique et permettrait au spectateur d'accepter la mort en tant que phénomène inévitable, tout en récusant la sienne. Plusieurs contributions anthropologiques traitent des représentations de la mort dans les medias, et insistent sur la nécessité d'appriivoiser sa propre mort au travers de la mort de l'autre. Pour n'en citer que quelques unes : Denis Guthleben (2011) analyse la mort aux Etats-Unis vue par la télévision française et en déduit des éléments sur la façon dont nous appréhendons la mort de l'autre et notre propre mort ; Pascal Hintermeyer (2011) aborde le traitement de l'euthanasie dans la presse ; enfin, Alain Rabatel (2011) explore les représentations médiatiques du suicide.

Pour Thomas (2000), le caractère ineffable de la mort existe lorsque la mort est à la 1^{ère} personne car cela fait référence à ses propres angoisses. Concernant les représentations d'autres formes de rapports à la mort, Florea et Rabatel (2011) mettent en évidence qu'il existe deux modalités de représentations de la mort dans les medias qui sont en réalité deux extrêmes:

- l'atténuation via l'euphémisation, la métonymie ou la référence au lieu dans lequel elle est survenue. De façon générale, les représentations de la mort dans les medias utilisent énormément les symboles (cercueil par exemple), de sorte que le mort peut être aussi bien ce qui est symbolisé que ce qui symbolise (trophée de guerre, martyrs par exemple).
- l'excès via des représentations hyperboliques de la mort, en jouant sur la répétition des images ou le pouvoir des mots utilisés (massacre, nombre de morts suite à une catastrophe).

Notons que les représentations contribuent grandement à modifier, façonner, ou construire l'événement lié à la mort. Pour Fabre-Vassas (1993), les images et les photographies sont d'une extrême importance dans nos sociétés modernes, l'image étant devenue « *une part douée de vie et une composante de chacun* ».

2.2. Une expérience humaine et sociale et non plus individuelle

La mort est souvent traitée symboliquement et offre une conception de la personne assez particulière (Fabre-Vassas, 1993). En effet, lorsque Michael Stewart (1993) étudie les Tsiganes de Hongrie, il montre que lorsque la mort frappe, ils rassemblent leur pensée sur le corps, l'âme et la société. Toute rupture dans la temps, telle que celle imposée par la mort, ne peut selon eux ne venir que de l'extérieur et c'est grâce aux chants que le groupe arrive à libérer l'âme tzigane (le *lindra*) qui rejoindra par la suite le monde de la fratrie transcendantale. Ainsi, c'est grâce au groupe que l'âme du défunt acquiert l'immortalité (Bloch, 1993). Ce rituel apporte une illustration de la conception de la mort comme un événement humain et social.

Lemonnier (2009), via une approche archéologique, souligne que, dès lors que l'on parle de la mort, la société doit réorganiser ses relations avec le disparu et ainsi, trois types d'acteurs sont impliqués : le mort lui-même et l'accompagnement des vivants vers l'autre monde; les morts anciens ; les interactions entre les vivants à propos des décès dans lesquels sont en jeu des interactions (économiques, politiques, identitaires) entre groupes sociaux.

Le cas des morts collectives est particulier, dans le sens où il traite du cas où les hommes ne meurent pas mais sont tués ou se laissent mourir. Les morts collectives donnent l'impression de pouvoir être évitées : elles induisent donc la part de responsabilité humaine, personnelle et collective (Florea et Rabatel, 2011). Les guerres représentent les institutions sociales les plus

mortifères, exercées par des organes sociaux différenciés et poursuivant une fin plurivalente. La mort des cultures et des ethnies constituent ainsi un jeu complexe de causes internes (groupes en voie d'extinction) et de causes externes (modalité du contact avec une autre société ou une autre culture fortement destructrice). Les groupes se décomposent parce qu'ils n'ont pas d'objectif ou de fonction authentique, parce qu'ils ne suscitent qu'une faible identification affective. Enfin, les anthropologues démontrent que la mort la plus horrible pour un groupe est de le priver de sa culture, de ses racines, ses valeurs et de lui refuser son identité.

La mort devient ainsi une expérience culturelle vécue par l'homme et par le système culturel et social auquel il appartient. Elle est ainsi accompagnée de croyances, de rites sociologiques, de discours religieux sur la fin des temps: l'homme vit ce qui lui a été transmis et inculqué. Dagonnet et Nathan souhaitent ainsi aller à l'encontre des théoriciens de la mort qui limitent cette expérience à l'individu, enfermé dans sa subjectivité, alors que cette épreuve se déroule dans la société et l'implique profondément. En conséquence, il devrait exister des arrière plans culturels qui induisent nos comportements en présence de la mort. Bloch (1993) souligne que notre propre culture envisage la mort comme quelque chose de ponctuelle car nous concevons la personne comme un individu bien « délimité ». Comprendre la mort signifie nécessairement comprendre le concept de personne dans une culture donnée.

Cependant, Edgar Morin (1951) souligne que la représentation de la mort possède un caractère individuel et correspond à l'intuition d'une fin de vie biologique, que tout être vivant peut pressentir. Dans la nature, l'animal dispose d'une connaissance de la mort, sous la forme d'un instinct de mort. L'animal a une conscience instinctive de la mort biologique. Il n'a pas de représentation de la mort, et s'intéresse uniquement à la survie de son espèce plutôt qu'à la sauvegarde de son individualité. A l'inverse, l'homme s'identifie à son individualité : il se représente la mort au niveau individuel et il pense la mort via la représentation et l'imagination. C'est la représentation consciente qui est caractéristique du rapport qu'entretient l'homme à la mort. Le fait empirique de la mort chez l'homme prend un sens à l'intérieur d'une représentation qui est la pensée de la mort.

2.3. Evolution des rites, perceptions et représentations de la mort

Les rites ont évolué avec l'histoire et selon les cultures (Walter, 1994 ; dans Milanaccio, 2007). Florea et Rabatel (2011) soulignent le fait que les rituels associés à la mort sont une nécessité anthropologique constante pour les sociétés humaines. Pour les individus, les rites constituaient une opportunité de matérialiser la mort pour surmonter l'angoisse qui y est liée. Ils permettaient ainsi de séparer le domaine de la vie et celui de la mort, et d'accepter plus facilement la perte d'un individu. Cette notion de rite se retrouve aujourd'hui dans le déroulement des funérailles. Lemonnier (2009) souligne d'ailleurs l'importance de la succession des opérations mentales et des procédures matérielles par lesquelles l'homme organise le rite et écarte l'un des siens, tout en rendant son absence vivable.

Ariès (1977) distingue quatre périodes historiques qui marquent des évolutions dans le rapport de l'homme à la mort, selon quatre paramètres essentiels : la conscience de soi, la défense de la société contre la nature sauvage, la croyance en la survie et l'existence du mal. A la fin du Moyen-Age, les individus avaient recours à la religion pour trouver des explications aux événements douloureux et croire en une vie éternelle via une conduite exemplaire. La mort est alors l'objet unique des méditations spirituelles et est considérée comme « apprivoisée » et maîtrisée (Ariès, 1975). Par la suite, avec le développement des théories protestantes, la mort n'est plus une question de religion, mais elle devient une préoccupation individuelle. Au XVIII^{ème} siècle, les Lumières introduisent pour la première fois une notion biologique de la mort, en la définissant comme le simple arrêt des fonctions vitales de l'être humain. Au XIX^{ème} siècle, les progrès de la médecine se multiplient, faisant naître l'espoir d'une immortalité possible. Le biologiste Darwin à cette époque laisse entendre que la mort n'est pas à fuir, mais elle constitue au contraire une nécessité pour la reproduction des espèces et le bon déroulement des cycles naturels. La période romantique voit également apparaître toute forme de croyances : certitude en une vie éternelle, incrédulité absolue, pensée religieuse, pensée philosophique sur la mort, etc. (Vovelle, 1974). Le XX^{ème} siècle introduit la notion de mort non plus à partir de l'individu mais à partir de la notion d'Humanité : l'homme a démontré qu'il était capable de détruire les autres de façon massive et sans retenue. Aujourd'hui, l'attitude des individus face à la mort se définit plutôt à travers le déni de la mort : la mort est présente partout (médias, jeux vidéos, dessins animés, art et littérature) et de la façon la plus banale et factuelle. La nouvelle

forme de rituel qui apparaît est celle de la mort en hôpitaux ou en institutions, redonnant ainsi une place au mourir et au « bien mourir » dans la société.

Ainsi, aujourd'hui, la mort semble devoir être réinsérée dans la société. En effet, alors que les théories abordent la mort sous un angle intellectuel et individuel, ce qui fait mourir vient moins de la vie que de la non intégration sociale (théorie sociologique de Durkheim, 1895) : il existe un rôle fondamental des déterminants sociaux dans les moments de la mort. Au moment de l'agonie, le départ du mourant est inséré dans la communauté, qui a elle-même bénéficié de la présence et des activités du mourant. Après la mort d'un des membres, le groupe doit se refonder. Au moment des obsèques, le défunt continue à être virtuellement, l'emplacement lui donnant une référence, un lieu, là où chacun pourra le retrouver. La relation des vivants et des morts est rétablie, matériellement et spirituellement.

Encadré 1.1.2. Les apports de l'approche anthropologique

- La mort est appréhendée via des **représentations** conscientes :
 - La mort comme le début d'une nouvelle vie, un nouveau cycle temporel ;
 - La mort comme événement qu'il est possible de connaître par le mythe ;
 - La mort comme fini : l'homme cherche à gérer le temps et la mort via la reconstruction de sens.
- La mort est perçue comme un **tabou** : elle reste rare et inconvenant.
- La mort est perçue comme une expérience **culturelle**, **humaine** et **sociale**, et non seulement individuelle : rôle fondamental de la culture dans les comportements face à la mort.
- La représentation de la mort : la mort de l'autre permet d'appriivoiser l'idée de sa propre mort (caractère ineffable de la mort à la 1^{ère} personne).
- **Crainte** associée à la mort, qui est liée à la contagion mortifère et à la cassure dans la communauté familiale et sociale.
- La mort est aujourd'hui rejetée, mise à distance via le **refoulement** psychologique et social.

3. L'approche psychanalytique

L'approche psychanalytique permet de traiter des processus psychiques, conscients et inconscients mis en œuvre dans la façon d'appréhender la mort. Les travaux de Freud en la matière sont bien sur abordés, ainsi que les travaux fondateurs de Becker (1973) qui synthétise les opinions de plusieurs auteurs, tels que Freud, Fromm, Kierkegaard, Rank, Jung ou encore Maslow. Nous abordons ainsi successivement : le paradoxe existentiel propre à l'homme, la dramatisation freudienne de la mort et la mort en tant qu'idée vide de sens.

3.1. Le paradoxe existentiel de l'homme comme point de départ

Becker (1973) souligne le fait que l'homme se distingue des autres êtres vivants dans sa nature paradoxale : le fait qu'il soit moitié animal, moitié symbolique (Fromm, 1964). Ce paradoxe a été repris par des nombreux auteurs tels que Kierkegaard, Jung, Fromm, Maslow, Otto Rank etc. Il est considéré par Becker comme étant la condition de l'individualité à l'intérieur de la finitude. L'homme a donc la particularité d'être constitué de deux dimensions :

- une dimension matérielle, corporelle : l'homme est dans la nature à cause de son corps (Conche, 1980) et a en ce sens conscience qu'il va disparaître à jamais. Il s'agit du soi physique (Becker, 1973) ;
- une dimension symbolique : l'homme a une identité symbolique individuelle, unique, au-delà de la nature, avec une histoire de vie qui lui donne une valeur infinie. Son esprit et sa conscience de soi lui confèrent un statut particulier qui transcende la nature : il s'agit du soi symbolique via le sens (Becker, 1973).

Sur la base de ce paradoxe existentiel, Becker montre que l'appréhension de la condition humaine peut pousser l'individu à tomber dans la folie. C'est ce que souligne d'ailleurs Pascal, cité par Becker, pour qui « *l'homme est nécessairement tellement fou que ne pas être fou serait une autre forme de folie* ». Becker explique ce terme de folie en soulignant que tout ce que l'homme cherche à faire dans son monde symbolique est finalement une tentative de nier ou de surmonter sa fatalité matérielle et corporelle. Ainsi, les auteurs précisent que l'homme s'investit littéralement dans de nombreuses préoccupations personnelles, sociales, qui sont autant de ruses psychologiques, tellement éloignées de la réalité qu'elles peuvent apparaître comme des formes de folie. Dans cette perspective, Ferenczi (1959) parle même des traits de caractère comme étant des « psychoses secrètes ». Cette idée souligne le fait que cette dualité, symbolique et matérielle, ne peut exister chez l'homme sans heurt. Becker, citant Kierkegaard, indique que l'anxiété de l'homme est fonction de cette ambiguïté et de sa capacité à la surmonter. Nous développerons cette idée relative à l'anxiété existentielle dans la section 2 de ce chapitre 1.

3.2. Freud : une dramatisation de la mort

La théorie psychanalytique de Freud (1912, 1915) participe à une dramatisation de la mort. Pulsions de vie et pulsions de mort (Eros et Thanatos) sont abordés comme des objets tabous généralisés. Il semble cependant que le tabou de la mort soit plus fort que celui qui touche la sexualité (Ariès, 1977), la mort étant frappée d'interdit. Becker (1973) donne des éléments d'explication pour mieux comprendre pourquoi Eros et Thanatos sont des notions inséparables. D'une part, la nature arrive à conquérir la mort, non pas en créant des organismes éternels, mais en donnant la possibilité de procréer. D'autre part, le sexe représente la défaite de l'individualité en rappelant à l'homme qu'il n'est qu'un lien dans la chaîne de la vie et de l'être ; en ce sens, l'homme devient échangeable et facilement remplaçable.

Selon Freud, trois aspects participent à ce phénomène de dramatisation. Tout d'abord, il existe une conduite interminable et douloureuse de deuil, marquée par une culpabilité et une perte d'intérêt pour le monde extérieur. La culpabilité serait, selon Freud, liée à la volonté de l'inconscient de souhaiter la mort d'autrui. De plus, le comportement individuel se caractériserait par une tentative de destruction ou de libération après une phase d'identification et enfin, un instinct de mort (appelé « *thanatos* ») existant au fond de l'âme. Ainsi, au fond du psyché, l'individu rechercherait sa propre disparition, tout en éprouvant une satisfaction narcissique dans le deuil, comme si la mort d'un proche favoriserait sa propre mort. A travers l'instinct de mort, l'homme aurait une tendance innée à l'agression, à la destruction, au mal et à la haine (Becker, 1973). Becker (1973) l'explique en précisant que le désir de mourir existe, mais serait remplacé par le désir de tuer, dans le sens où l'homme arriverait à vaincre sa propre mort en tuant les autres. Tuer serait ainsi la solution symbolique trouvée par l'homme pour répondre à la peur de la mort ressentie. Rank (1931), cité par Becker, le définit très bien : « *la peur de la mort de l'ego est atténuée par le fait de tuer l'autre ; à travers la mort de l'autre, l'homme se libère de la sentence de mourir* ».

Selon Freud, concernant la mort personnelle traitée dans les discours, les hommes seraient soi-disant convaincus que la mort est un phénomène naturel, inévitable, alors qu'en réalité, tous tentent d'écarter la mort, de l'éliminer, de jeter sur elle le silence. Personne ne croît au fond à sa propre mort, et il serait, selon Freud, impossible de se la représenter. Quand on essaie, on y

assiste qu'en tant que spectateur. En parallèle, Freud précise que l'inconscient est persuadé de l'immortalité personnelle.

De plus, Freud présente l'écart qui existe entre la banalisation de la mort en tant qu'événement occasionnel et le respect que les individus ont à l'égard de l'individu mort. Ainsi, concernant la mort d'autrui, les individus adoptent une attitude plutôt conventionnelle et insistent généralement sur la mort occasionnelle, la dépouillant de tout caractère de nécessité. Toujours dans les discours, il existe un fort respect à l'égard du mort, supérieur même à la vérité (nous avons par exemple tendance à n'évoquer que des qualités en parlant du mort) et à la considération que nous devons aux vivants. Pour Freud, les individus se comportent comme s'ils souhaitaient suivre dans la mort ceux qu'ils ont aimés dans la vie, perdant ainsi tout intérêt pour la vie.

Voilà pourquoi, selon Freud, l'individu recherche dans le monde de la fiction, la littérature, le théâtre, voir même la consommation, ce qu'il est obligé de refuser dans la vie réelle. Dans la fiction, l'individu retrouve ce qui pourrait le réconcilier avec la mort, c'est-à-dire l'idée selon laquelle, malgré les aléas de la vie, nous continuerons à vivre, mais d'une vie qui sera à l'abri de toute atteinte. La fiction présente ce dont nous manquons : des hommes qui savent mourir et qui s'entendent à faire mourir. Sans cela, l'individu se sent impuissant, perd tout contrôle et son incapacité à maîtriser les événements semble le dépasser.

3.3. La mort, une idée vide de sens

Dans les sociétés primitives, la mort est prise au sérieux, et l'on s'en sert en conséquence : l'individu tue volontiers et naturellement. Pourtant on assiste à la naissance d'une ambivalence affective, d'un conflit affectif entre l'amour porté à une personne et la haine ressentie pour le même individu qui nous apparaît comme étranger. De plus, le sentiment de culpabilité, les remords font naître les premiers commandements moraux (« tu ne tueras point ») et l'homme primitif développe alors l'idée d'une décomposition de l'individu en un corps et une ou plusieurs âmes. Le souvenir persistant du mort est ainsi à la base de la croyance en une vie après la mort, en l'immortalité et en de possibles réincarnations. Avec cette promesse de l'éternité vient la négation de la mort : refuser sa propre mort et le rôle destructeur de la mort.

Pour Freud, l'inconscient se comporte comme l'homme primitif. L'inconscient constitue l'ensemble des instincts. L'inconscient moderne ne croit pas à la possibilité de sa propre mort et se considère immortel. Louis-Vincent Thomas, en citant Freud, ajoute qu'en chacun de nous existeraient le moi et le soi : le moi redoute la mort et fait que l'on s'y prépare ou qu'on l'évacue (via le déni) ; le soi nous renvoie simultanément à l'inconscient animal et surtout à la vie.

La mort n'est alors pas une perception sensible, c'est une idée vide de signification. La croyance en la mort ne trouve donc aucun point d'appui dans nos instincts et l'angoisse de la mort résulte pour Freud du sentiment de culpabilité. De plus, l'inconscient se contente de penser la mort et de la souhaiter, sans la réaliser : il existerait ainsi une volonté de supprimer tous ceux qui nous font du mal, vérité qui est niée dans l'inconscient et abordée uniquement sous forme de plaisanteries. Tout comme l'homme primitif, il existe un conflit affectif, une ambivalence affective liée à la mort d'un être cher. D'où les traits communs à l'homme primitif et à notre inconscient : l'impénétrabilité à la représentation de notre propre mort, le souhait de mort contre l'étranger et l'ennemi et l'ambivalence à l'égard de la personne aimée.

Pour conclure, Freud recommande de prêter une plus grande attention à la mort pour être sincère avec soi-même et rendre la vie plus supportable : « *Si tu veux supporter la vie, soit prêt à accepter la mort* ».

Encadré 1.1.3. Les apports de l'approche psychanalytique

- Un paradoxe existentiel fondamental : l'homme a un soi physique via le corps et un soi symbolique via le sens et la conscience.
- Le tabou lié à la mort via l'instinct de mort : l'homme rechercherait sa propre disparition.
- Personne ne croit à l'idée de sa propre mort et impossibilité de se la représenter (Freud). Cependant, l'inconscient croit à l'immortalité personnelle.
- **Angoisse** relative aux pensées liées à la mort.
- Déni de la réalité corporelle de l'individu dans une inconscience aveugle : l'homme se lance dans des préoccupations personnelles et sociales éloignées de la réalité, voire dans la fiction pour refuser la réalité.

4. L'approche philosophique

L'approche philosophique est celle qui nous apporte le plus d'informations quant à la nature de la mort et au rapport de l'homme à l'égard de l'idée de mort. Nous en présentons ici les principaux éléments, à savoir: la mort comme inséparable de la notion de temps, les différents modes d'appréhension de la mort, sa signification et sa relation avec la vie.

4.1. La mort, une notion inséparable de celle du temps

Marcel Conche (1980), qui propose une réflexion ontologique sur le temps (sa réalité, sa nature, son origine), s'appuie sur diverses contributions philosophiques pour proposer les liens qui unissent le temps au destin, sous l'éclairage de la mort comme « *valeur ultime à laquelle tout réfère* » (Delcorde, 1983). La philosophie grecque souligne que chacun n'a qu'une part de vie, un part limitée du temps et que le terme des jours de notre vie ne manquera pas d'arriver, quoi que nous fassions. Ainsi, l'Illiade associe « la mort et le destin » ; Aristote parle du temps comme ce qui « *use* » et souligne que « *tout vieillit et s'efface sous l'action du temps* » (Phys. IV, 12, 221 a 31-32). Conche définit alors la mort comme un *événement destinal*, c'est-à-dire qui ne manquera pas d'arriver sans qu'aucune puissance au monde n'y puisse rien.

A partir de définitions du temps, les philosophes proposent des éléments caractéristiques de la mort. La mort peut en effet être perçue comme un processus et est ainsi inséparable du temps. Levinas (*Le temps et l'autre*, 1980) donne une approche de la mort définie par sa relation unique au temps et en particulier à l'avenir : elle est insaisissable, elle marque la fin de la virilité et de l'héroïsme du sujet, elle se différencie donc du maintenant qui représente la maîtrise. Quand la mort est là, nous ne sommes pas capables de la saisir. La mort ne peut donc jamais être assumée, elle vient et est donc subie. A travers la souffrance, Levinas insiste sur l'état d'irresponsabilité et de passivité qui annonce la fin de la virilité, l'absence d'espoir et finalement la mort.

Gueguen-Porcher (2010) présente la distinction entre deux approches du temps, l'une qui consiste à le penser comme un phénomène naturel à part entière, et l'autre qui le considère comme une modalité fondamentale de l'être humain.

4.1.1. Le temps comme un phénomène naturel négatif

Les auteurs prennent comme point de départ l'approche de la finitude chez les Grecs. La mortalité est en effet au cœur de la pensée grecque sous la forme de limitation du temps. Ils expliquent ainsi l'approche négative de la mort par Platon comme étant une réponse à la crise de la représentation du temps (Vernant, 1996), faisant apparaître une attitude négative par rapport à celui-ci. Le temps est un mal dont il faut se délivrer. Le temps fait obstacle à la vérité qui elle, est atemporelle. L'homme n'est dans le temps que parce qu'il a un corps et doit donc chercher à se libérer de ce corps, et donc du temps pour se connaître. Le temps mime l'éternité dont il est « *l'image sensible* » (Platon) et avec lui, c'est la mort qui se trouve pensée comme illusion. En conséquence, la mort, destruction du corps, devient un moment de libération de l'âme et constitue le retour à l'être réel, à la région atemporelle de l'intelligible. Pour Platon, l'homme doit dépasser la finitude par la philosophie.

A cela s'ajoute le scepticisme lié au temps de Montaigne, cité par Conche (1980), qui distingue deux nihilismes :

- un nihilisme ontologique pour lequel le temps affecte les choses dans leur être même, les privant ainsi de leur véritable être. Le temps fait que nous sommes sans cesse dépossédés de nous-même par une opération qui s'opère en nous, sans nous.
- un nihilisme gnoséologique par lequel l'âme et les facultés de connaissance propres à l'homme se trouvent dans la dépendance du temps. L'âme est emportée par le temps, de sorte que le temps signifie l'ignorance.

4.1.2. Le temps comme modalité fondamentale de l'être humain : vers la notion de temporalité

Kant (1781) propose une conception idéaliste du temps en suggérant une dissociation de l'être et du temps : il suggère que le sujet n'est pas soumis au temps, ce dernier ne devenant ainsi qu'une condition subjective de l'intuition de l'homme. Cette conception est critiquée par Conche, soulignant qu'elle peine à rendre compte de la soumission de l'homme à une puissance destinale universelle qui nous entraîne et nous annule.

Selon la perspective d'Aristote, le temps est pensé d'un point de vue physique et dans le cadre unique de l'action humaine. Il est créateur et nécessaire, condition de l'action humaine. Il est ce qui garantit à l'homme la possibilité d'agir et d'avoir un sentiment de contrôle sur sa propre existence. De même, la mort vue au départ négativement comme le passage au non être, devient plus positive lorsqu'elle est ramenée sur le plan de l'existence humaine. Elle devient décisive, parce qu'avec elle, la vie trouve sa complétude et son entièreté. De cette seconde approche du temps découle la notion de temporalité.

Heidegger en effet montre qu'il existe une conception du temps plus originare que le temps physique ou cosmologique : la temporalité, consistant à thématiser le temps à partir de l'homme et non plus à partir de la nature. Le temps physique devient un temps humain, reprenant ainsi la définition d'Aristote. Heidegger en déduit alors le sens de la mort humaine, en montrant que l'existence constitue un état intermédiaire entre la naissance et la mort et que la mort représente un état d'absence de toute attente, de toute possibilité. La mort est ce qui délimite, elle est le pouvoir conditionnant tous les autres, le pouvoir le plus authentique, et en ce sens, elle est fortement liée à la temporalité. Pour Conche (1980), la temporalité représente l'unité du passé, du présent et du futur et se distingue bien d'autres notions liées au temps (telles que la durée, le temps spatialisé, le temps quantifié ou le temps comme succession pure sans mémoire). Exister n'est pas quelque chose de donné, mais appartient au devenir : **l'homme existe en ce qu'il est capable de se projeter dans son passé et dans son avenir**. Selon Conche, la particularité de l'homme est d'être soumis au destin, de mourir et en plus, d'être capable de prévoir sa mort : grâce au souvenir, il prétend vivre encore ce qu'il ne vit plus ; grâce à l'anticipation, il vit déjà ce qu'il ne vit pas encore. La mort vient alors du fait que l'homme a la capacité de se souvenir et d'anticiper. Nous verrons dans la section suivante (section 2) que la temporalité et en particulier, cette faculté d'anticipation, est l'une des causes de l'angoisse liée à la mort.

Enfin, Heidegger insiste sur le sens humain de la mort en passant par la définition du mourir : l'animal périt alors que l'homme meurt, c'est-à-dire la fin de sa vie est une fin qu'il a depuis qu'il a conscience d'être mortel. En conséquence, le mourir n'a de sens qu'en tant qu'expérience individuelle. Cependant, la mort n'a rien de réel pour nous : elle n'a de sens qu'en tant qu'elle est possible à chaque instant. C'est une pure possibilité.

4.2. Les modes d'appréhension de la mort

4.2.1. Les temporalités de la mort selon Jankélévitch (1966)

Jankélévitch, cité par Florea et Rabatel (2011), fait la distinction entre trois temporalités de la mort.

- « *la mort en-deçà de la mort* » correspond à la mort abstraite que l'on médite et que l'on prépare. Elle est si abstraite que l'on peut même penser lui échapper.
- « *la mort dans l'instant mortel* » est irréversible, irrévocable et correspond à la disparition finale de l'individu. Il s'agit bien évidemment de la temporalité la plus brute et la plus directe.
- « *la mort au-delà de la mort* » appréhendée sous une forme eschatologique, qui laisse place à la méditation sur l'au-delà, avec ses angoisses et ses espérances. Ce n'est plus une expérience intime et physique, mais une appréhension plus réflexive.

Selon Florea et Rabatel (2011), la mort en deçà et la mort au-delà de la mort sont les types de mort les plus représentés dans les medias. Compte tenu de l'objet de recherche, c'est la première forme, la mort en-deçà de la mort, qui fera l'objet d'une attention particulière : elle est celle que l'on médite et sur laquelle porte un ensemble de peurs.

De plus, pour Jankélévitch (1994), ces trois temporalités sont à mettre en relation avec trois modes distincts d'appréhension de la mort, que sont :

- la mort à la 1^{ère} personne : elle est toujours vécue au futur, comme un mystère inaccessible à l'individu. Malgré les tentatives de déni ou de mise à distance, l'être humain sait qu'il est concerné et a conscience de sa perspective limitée.
- la mort à la 2^{ème} personne : elle est celle du proche, celui par lequel la mort nous frappe dans la sphère de l'altérité qui nous est la plus proche.
- la mort à la 3^{ème} personne : il s'agit de la mort en général, la mort abstraite et anonyme. Elle concerne tout le monde : l'autre et le sujet. Cette troisième forme (celle de l'altérité) occupe une place importante aujourd'hui dans les medias.

4.2.2. La mort comme fin naturelle inéluctable

Certains auteurs considèrent la mort comme une fin, comme Carel (2007), qui envisage même deux sortes de finitudes : la fin temporelle et la fin des possibilités. Pour Conche (1980), la mort fait partie des lois de la nature et l'événement de la mort est en conséquence déterminé à l'avance : ni dans son lieu, ni dans son moment, ni dans son comment, mais dans sa nature. Selon Héraclite, la nature elle-même comporte un principe de vie et un principe de mort et signifie la vie et la mort. La force de vie de l'homme est fondamentalement finie. Conche (1980) insiste alors sur le fait que l'homme est totalement soumis au temps de la nature, lui-même assimilé au temps du destin. Tout comme n'importe quel être vivant, l'homme est d'abord nature, parce qu'il est lié à un corps déterminé. C'est parce qu'il a un corps qu'il est constamment en péril. Ainsi, l'homme n'est jamais protégé : la seule manière d'être protégé serait de ne pas être du tout. L'existence même de l'homme justifie le fait d'être en situation d'insécurité ou de risque. Ainsi, avec le corps, la nature nous rend destructible et nous expose et aucun être vivant n'échappe à la loi du changement et au pouvoir du temps.

4.2.3. La mort inconnaissable et impensable

D'autres philosophes s'interrogent sur l'existence d'un objet de représentation de la mort. En effet, la pensée de la mort nous obsède, mais nous y pensons souvent sans savoir ce qu'elle représente. Ce paradoxe lié à la mort vient du fait que nous sommes obsédés par une chose dont nous ignorons tout, tout en croyant en savoir assez pour la craindre. Le rationalisme critique de Bachelard (1949) postule alors que personne ne sait ce qu'est la mort et on ne le saura jamais. Selon lui, la mort ne renvoie à rien de connaissable et n'est qu'une image symbolique et rhétorique, largement exploitée dans la littérature et les arts. « *La mort est d'abord une image, elle reste une image. Elle ne peut être consciente que si elle s'exprime et elle ne peut s'exprimer que par des métaphores* » (Bachelard, 1949). Etant une image symbolique, la pensée de la mort peut faire l'objet d'un travail de l'imagination, via sa puissance métaphorique. La mort ne serait donc pas vécue, et notre point de vue resterait totalement extérieur à elle.

De plus, toujours dans la perspective du rationalisme critique, la mort serait impensable. Selon Alain (1925), « *c'est la vie même qui par sa nature se croit éternelle... la vie ne craint*

pas la mort, la vie nie la mort. Etre vivant et penser qu'on est mort, c'est mieux qu'insupportable, c'est impossible ». Pour Alain, tout ce que nous pouvons dire sur la mort n'est qu'un faux discours et n'existent que des effets de rhétorique. La rhétorique de la mort ferait ainsi référence à la rhétorique des regrets de la vie. Selon cette approche, nous ne pouvons dire « je suis mort » sans aussitôt nous contredire. Quoi que nous pensions, le seul fait que nous pensions présuppose la conscience de soi. Or, la mort est la disparition de toute forme de conscience. Ainsi, l'approche philosophique insiste sur le fait de refuser le discours sur sa mort, car il s'agit d'un discours sans objet.

4.3. Une signification neutre versus positive de la mort

Pour les philosophes, la définition de la mort n'est intelligible que si elle est replacée dans la totalité de son système de pensée. Ainsi, Siméon écrit « *la mort est le passage du temps et de la conscience à l'acte* », et la naissance, « *le passage logique de l'acte à la conscience et au temps* ». Mourir et naître sont deux façons de penser et non des manières d'être. De même, Lacan (1966) voit la mort comme le produit de la pensée et de la croyance : la mort relève « *du domaine de la foi* » ; « *Vous avez bien raison de croire que vous allez mourir, ça vous soutient ! Si vous n'y croyez pas, est-ce que vous pourriez supporter la vie que vous avez ?... Néanmoins, ce n'est qu'un acte de foi.* » Pour les philosophes, l'énigme intellectuelle que représentait pour l'homme primitif l'aspect de la mort s'est imposée à sa réflexion, et doit être considérée comme le point de départ de toute réflexion.

Peu de penseurs se sont réellement attachés au problème, sauf pour le nier ou le minimiser. Dans *Les Pensées*, Pascal utilise même la dérision, en décrivant l'enterrement comme suit « *le dernier acte est sanglant, quelque belle que soit la comédie en tout le reste : on jette enfin de la terre sur la tête et en voilà pour jamais* ». Dagognet et Nathan définissent cette approche comme une dramatisation de la mort. Selon eux, les philosophes veulent nous libérer du poids de la mort en prétendant qu'on ne rencontre jamais la mort et donc qu'elle ne nous toucherait jamais. Pour les philosophes, la nature exige que l'on meurt, donc il faut l'accepter dans une sorte de béatitude. Ainsi, Sénèque écrit « *la mort est une nouvelle naissance, donc il ne faut pas se lamenter* » et pour Spinoza, « *un homme libre ne pense à aucune chose moins qu'à la mort et sa sagesse est une méditation, non de la mort, mais de la vie* » (l'*Ethique*, Proposition 67). La

mort est alors considérée comme un arrêt, l'aboutissement de l'existence en tant qu'elle disparaît de la non-existence. Selon Epicure (Lettre à Ménécée), la mort n'est ni un bien, ni un mal, car personne n'est là pour éprouver une quelconque sensation. Elle est neutre et ne représenterait rien pour nous : elle ne serait donc pas à craindre. Cependant, à force de la nier, de la mépriser ou de la sous-estimer (dénégation), nous lui donnons plus d'importance car la terreur et l'anxiété ressentie est alors intériorisée.

Selon une approche plus positive de la mort, celle-ci apparaît comme un passage, une libération face à la matérialité et aux désirs. D'après la théorie eschatologique de Platon, la mort est comme un péché ou du moins sa conséquence directe et résulte d'une faute originelle. Plus encore, elle nous délivre d'une vie aliénante et misérable, soumise à la sensorialité et aux désirs du corps. Platon a tellement amplifié la question de la mort qu'il l'a dramatisée. Ainsi, les philosophes cherchent à briser les liens qui nous attachent aux plaisirs et à l'intérêt : Phédon, « *on n'est pas loin d'être mort quand on ne se soucie pas du tout des jouissances corporelles* ». Dans cette perspective, la mort serait donc un passage, une étape dans la destinée spirituelle de l'âme. Selon Platon, cela ferait référence à deux types de passage : un passage religieux vers un au-delà après la mort et un passage d'une vie à une autre dans le cadre d'une nouvelle incarnation.

Enfin, selon Epicure, il faudrait jouir du présent comme d'une plénitude, de sorte qu'en arrêtant de désirer, nous soyons délivrés également de la mort. En effet, lorsque l'individu ne désire plus rien, il est comblé et alors délivré de la mort dans le sens où l'avenir ne peut plus rien venir rajouter à la plénitude de la vie. Ainsi, la mort ne peut rien lui ôter et n'est plus à craindre.

4.4. La mort, créatrice de possibilités de vie

Conche (1980) souligne sur ce point un élément essentiel : la mort n'est pas simplement un événement qui arrive au bout d'une certaine durée de vie. Mais c'est un événement toujours anticipé, en fonction duquel l'homme va vivre sa vie : soit sur le mode de la fuite et du divertissement, soit sur le mode du courage.

La finitude du temps qu'implique la mort n'est donc plus négative comme si elle était la fin de l'existence. **Elle dévoile le sens ouvert de l'existence et donc de la temporalité. Sans la**

mort, l'existant ne serait qu'une réalité parmi d'autres, alors qu'avec la mort, ce sont toutes ses possibilités d'être qui s'ouvrent. Ainsi, dans la perspective de la temporalité, mourir correspond à exister. La mort est donc un processus temporel qui fait partie du devenir et vie et mort sont inséparables en tant qu'ils font partie de ce devenir. Heidegger cherche à nous faire comprendre que la mort a un sens profondément projectif qui meut tout l'existant. La finitude de la mort ouvre l'existence et se trouve créatrice de possibilités de vie. Le sens de la mort crée le sens de la vie : le style de chaque existence est déterminé par l'attitude de chacun à l'égard de la mort. Rousseau suggère d'ailleurs que *« l'homme qui a le plus vécu n'est pas celui qui a compté le plus grand nombre d'années, mais celui qui a le plus senti la vie »*.

Ainsi, l'approche philosophique donne, là encore, des indications sur la vie. Tomer (1994) reprend différentes approches philosophiques sur la mort, chacune ayant des implications sur la signification de la vie. Ainsi, selon Heidegger, si la mort est une menace de non existence, elle apporte la pré-condition pour une compréhension plus complète de la vie, ce qui nous libère de l'anxiété à l'égard de la mort. Selon Neimeyer et Chapman (1980), il existe une vision plus positive de la vie selon laquelle l'anxiété à l'égard de la mort peut être réduite par l'accomplissement de soi : les individus ayant réalisé leur vie et accompli leurs buts sont moins susceptibles de ressentir une anxiété à l'égard de la mort que ceux qui n'ont pas réalisé ce qu'ils souhaitent.

Inséparable de la vie, la mort est donc un moment qui fait partie du processus global de la manifestation de la vie, au même titre que la naissance. La mort n'est donc pas une négation de la vie, mais un moment du processus par lequel elle se maintient dans la durée. Vie et mort se succèdent et reflètent ainsi les cycles naturels. Ce que la mort détruit, la naissance le régénère, le temps le transforme : l'être véritable des choses est alors impérissable et la mort n'existe plus.

Encadré 1.1.4. Les apports de l'approche philosophique

- Un processus inséparable du **temps** : c'est une puissance destinale, toujours anticipée.
- Différentes **temporalités** de la mort : focus sur la mort « en deçà de la mort »
- Une fin naturelle inéluctable : fin temporelle et fin des possibilités
- Un événement **inconnaisable** et **impensable** : nous n'avons que des images et des représentations, tout discours sur la mort est sans objet.
- Une signification **neutre** versus **positive** (libération de la matérialité et des désirs) de la mort ;
- Un sentiment **d'insécurité**, de risque lié au corps et une **angoisse** liée à la mort du fait de son anticipation.
- Un événement anticipé qui **conditionne** la vie : soit sur le mode de la fuite et du divertissement, soit sur le mode du courage. La mort ouvre des possibilités de vie et l'accomplissement de soi permet de réduire l'anxiété ressentie.

Tableau 1.1.1. Synthèse des principaux apports de l'approche pluridisciplinaire du concept de mort

	Définition, conceptions, dimensions	Niveaux/unités d'analyse	Représentations de la mort	Emotions associées	Comportements induits
Approche biologique	-Naturelle, inéluctable, universelle, fait vérifié, objectif et constatable. - Nécessaire à la vie, à la nature et à l'espèce humaine. - La mort est un processus tout au long de la vie, et non un état.	-Individus			-La mort conditionne la vie : toutes les expériences sont en relation avec la mort.
Approche anthropologique	La mort est appréhendée via des « représentations » conscientes (pensée de la mort propre à l'homme): -La mort comme le début d'une nouvelle vie, un nouveau cycle temporel -La mort comme événement qu'il est possible de connaître par le mythe. -La mort comme fini : l'homme cherche à gérer le temps et la mort via la reconstruction de sens. La mort comme tabou : elle reste rare et inconvenant.	-Une expérience culturelle, humaine et sociale, et non seulement individuelle : grande part de responsabilité du groupe -Rôle fondamental de la culture dans les comportements face à la mort : comprendre la mort c'est comprendre le concept de personne dans une culture donnée.	-Vers une recherche de proximité dans les nouveaux médias : la mort de l'autre représentée devient la notre (projection, identification) et permet d'appriivoiser la notre. -Caractère ineffable de la mort à la 1^{ère} personne. -2 modalités de représentations de la mort dans les medias : atténuation (via les symboles) versus excès .	-Crainte qui porte sur la contagion mortifère liée au tabou et à l'idée de vengeance du mort ; -Crainte liée à la cassure dans la communauté familiale et sociale.	La mort rejetée, mise à distance via le refoulement : -Refoulement <u>psychologique</u> : mort cachée, éloignée, occultée, mort représentée de façon « déréalisante » à laquelle on peut échapper -Refoulement <u>social</u> : déritualisation, désymbolisation et professionnalisation des conduites funéraires Rôle fondamental de la culture dans les comportements face à la mort
Approche psychanalytique	-Paradoxe existentiel fondamental : l'homme a un soi physique via le corps et un soi symbolique via le sens et la conscience. -Tabou de mort (thanatos) via l'instinct de mort : l'individu rechercherait sa propre disparition + satisfaction dans le deuil.		-Personne ne croit à sa propre mort et impossibilité de se la représenter (Freud). -Banalisation de la mort -Idée vide de signification -L'inconscient croit en l'immortalité personnelle.	-Angoisse relative aux pensées liées à la mort	-Déni de la réalité corporelle de l'individu dans une inconscience aveugle : se lancer dans des préoccupations personnelles, sociales éloignées de la réalité + se lancer dans la fiction pour refuser la vie réelle.

<p>Approche philosophique</p>	<p>-Temporalités de la mort : focus sur « la mort en deçà de la mort » -Une fin naturelle inéluctable : fin temporelle (temps du destin) et fin des possibilités -Un événement inconnaisable et impensable : nous n'avons que des images et des représentations, tout discours sur la mort est sans objet. -Processus inséparable du temps : c'est une puissance destinale, toujours anticipée</p>		<p>-Signification neutre de la mort : aucune représentation pour l'homme ; -Signification positive de la mort : une nouvelle naissance et une libération de la matérialité et des désirs.</p>	<p>-Sentiment d'insécurité, de risque lié au corps. -Angoisse liée à la mort qui découle de la temporalité, et en particulier de la faculté d'anticipation de la mort</p>	<p>-Evénement anticipé qui conditionne la vie : soit sur le mode de la fuite et du divertissement, soit sur le mode du courage. -La mort ouvre des possibilités de vie et permet de mieux comprendre la vie. -L'accomplissement de soi permet de réduire l'anxiété ressentie.</p>
--------------------------------------	--	--	--	--	--

Conclusion de la section 1

Pour conclure cette première section, l'approche pluridisciplinaire a permis de mettre en évidence à la fois des éléments complémentaires dans la définition de la mort, ainsi que des caractéristiques communes. En particulier, elle a permis de souligner le fait que la mort soit associée à un ensemble de terminologies. On parle en effet de mort physique ou biologique, mais aussi de mort psychique, de mort sociale (qui correspond à la mise en retrait de l'individu par rapport à la communauté), ou encore de mort spirituelle. Toutes ces dénominations convergent sur un point: l'idée d'une coupure, d'une mise à distance dans l'espace et dans le temps, supposant donc un agent exécuteur, volontaire ou non (la maladie, la société, l'homme), et une victime.

Ainsi, la mort observée biologiquement est considérée comme un phénomène naturel, inéluctable et universel, qui conditionne chaque instant de la vie. Parce qu'elle est anticipée, elle dépend de la perception temporelle et de la temporalité. Plus qu'une expérience individuelle, elle est vécue comme une expérience culturelle, humaine et sociale dans laquelle la culture joue ainsi un rôle essentiel :

- d'une part, la société suggère des modèles culturels qui apportent du sens à la réalité de la mort ;
- d'autre part, comprendre la mort passe nécessairement par le fait de comprendre la conception de la personne dans une culture donnée.

A la première personne, elle apparaît cependant comme un phénomène insaisissable, ineffable, voire impensable : il semble qu'elle ne peut être appréhendée que via des représentations et en particulier, des représentations de la mort d'autrui. De plus, la mort est associée à un ensemble d'émotions essentiellement négatives, telles que la crainte, l'angoisse ou la peur, liée à une insécurité perçue et à la faculté propre à l'homme d'anticiper l'événement. La crainte associée à la mort suscite alors un déni de la réalité ou un refoulement, à la fois d'ordre social et psychologique.

L'approche pluridisciplinaire montre alors que la mort est plus ou moins redoutée selon ce qu'elle représente, selon la façon dont les individus la conçoivent. Cicirelli (1998) suggère d'ailleurs qu'il existe un fort lien entre le sens donné à la mort et la peur de la mort. La seconde section est donc l'occasion d'approfondir ces éléments, en particulier l'appréhension du rapport individuel à la mort (à travers la conscience de soi, les représentations et attitudes à l'égard de la mort), l'anxiété existentielle et l'anxiété à l'égard de la mort et enfin, les moyens envisagés pour soulager l'anxiété.

A l'issue de cette première section, précisons que cette recherche s'inscrit uniquement dans le contexte culturel français.

Section 2. L'individu et la mort : le rapport individuel à la mort

« La mort n'est pas quelque chose de pas encore sous-la-main, elle n'est pas le dernier excédent réduit à un minimum, mais plutôt une précédence (...). La mort est la possibilité de la pure et simple impossibilité de l'être-là ».

Martin Heidegger, *Etre et Temps*, 1927

Après avoir appréhendé les multiples facettes du concept de mort, nous nous intéressons maintenant à l'interaction entre le concept et l'homme. La section 2 est donc consacrée au rapport individuel à la mort et à son évolution potentielle tout au long de la vie, afin de mieux comprendre comment la mort ou l'idée de sa propre mort est appréhendée, pensée et perçue au cours de l'existence. L'homme s'avère en effet être le seul être vivant à se reconnaître comme être mortel et à envisager la mort comme le destin commun à chacun. Nous cherchons ici à répondre aux questions suivantes : quelles sont les différentes dimensions du rapport individuel à la mort ? En particulier, quels sont les déterminants et la nature de sa dimension émotionnelle ? Le rapport individuel à la mort génère-t-il des comportements spécifiques ?

Cette section débutera par une présentation des différents concepts qui permettent d'appréhender le rapport individuel à la mort, à savoir : la conscience de soi sans laquelle le rapport à la mort n'a plus lieu d'être, les représentations de la mort et les attitudes à l'égard de la mort. Parce que la thématique de la mort est indissociable de celle du vieillissement, nous nous attarderons sur le processus de vieillissement et son impact sur le rapport individuel à la mort (1). Ensuite, la dimension émotionnelle du rapport individuel à la mort sera étudiée, à travers l'anxiété existentielle et l'anxiété et la peur associées à la mort, sans pour autant prétendre à ce que l'anxiété soit l'unique composante possible (2). Enfin, nous discuterons des moyens mis en évidence par l'approche pluridisciplinaire pour soulager l'anxiété liée à la mort (3).

1. Appréhender le rapport à la mort : conscience de soi, représentations, attitudes

Le terme de rapport à la mort permet ici de s'interroger sur l'interaction entre l'individu et le concept de mort. L'approche pluridisciplinaire présentée précédemment met en évidence deux éléments essentiels dans le rapport à la mort : (1) la conscience de soi est un prérequis pour appréhender le rapport individuel à la mort ; (2) la mort est un élément impensable et les individus n'en ont principalement que des représentations. Nous allons donc nous intéresser au concept de conscience de soi, de représentation de la mort, pour ensuite préciser celui d'attitude à l'égard de la mort.

1.1. Sentiment de soi, conscience de soi

Dans la perspective du courant cognitiviste, le soi est considéré comme un objet de connaissances à part entière, c'est-à-dire un objet construit par des aspects conscients et sous l'influence d'une dynamique inconsciente. L'étude du concept de soi (le *self*) est d'autant plus essentielle lorsqu'il s'agit d'étudier :

- d'une part, la perspective de sa propre mort car la mort renvoie naturellement à la vulnérabilité de l'être humain et de son corps, à la destruction de l'identité physique et sociale de l'individu, et donc à des considérations qui placent le soi au cœur des préoccupations individuelles, via notamment les concepts d'identité de soi et d'estime de soi ;
- d'autre part, des individus d'âges distincts, dans le sens où le soi est susceptible d'évoluer au cours de l'existence, du fait de l'accumulation de l'expérience et du processus de vieillissement et de leurs conséquences chez l'individu.

Selon Damasio (2002), la conscience constitue la structure mentale intégrée qui relie le soi aux objets de l'environnement. La conscience posséderait plusieurs niveaux d'analyse, du plus simple et élémentaire au plus complexe. A son niveau le plus simple et le plus fondamentale, elle permet à l'individu de reconnaître un désir irrésistible de rester en vie, de préservation de soi et de développer un intérêt pour soi. A un niveau plus complexe, la conscience aide l'individu à développer un intérêt pour d'autres et à améliorer l'art de vie.

Selon le même auteur, la conscience de soi et l'émotion sont inséparables : c'est grâce à la conscience de soi que l'individu perçoit l'émotion. Pourtant, la conscience de soi est bien distincte de l'éveil et de l'attention.

Il existerait deux sortes de conscience, auxquelles correspondent deux sortes de soi :

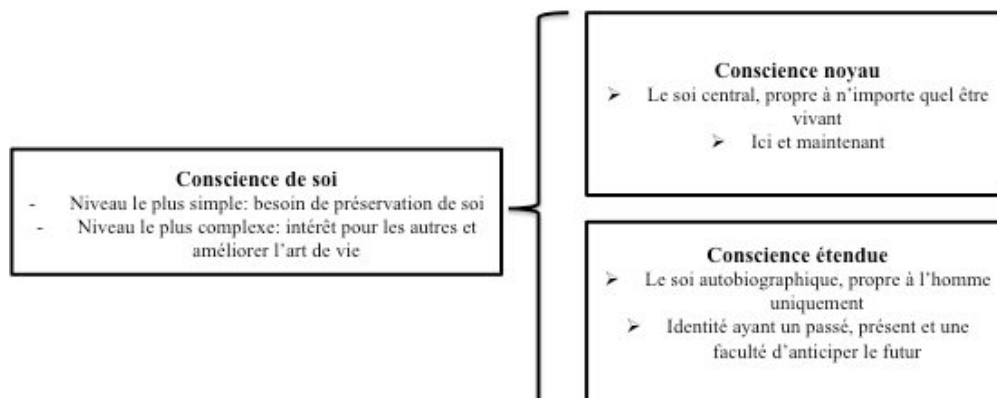
- la conscience noyau qui dote l'organisme d'un sentiment de soi ici et maintenant. Cette conscience n'est donc pas propre à l'humain et ne dépend pas du raisonnement ou du langage. Elle fait référence au soi central, c'est-à-dire une entité transitoire, sans cesse renouvelée et recrée pour chacun des objets avec lesquels l'individu interagit.
- la conscience étendue qui dote l'organisme d'un sentiment plus élaboré du soi, avec une identité propre, c'est-à-dire un individu avec son passé, sa conscience et son anticipation du futur, sa connaissance du monde qui l'entoure. Cette conscience évolue donc tout au long de la vie. Elle fait référence au soi autobiographique qui a trait à l'identité.

Ainsi, la conscience individuelle de sa propre mort fait donc référence à la fois à la conscience noyau et à la conscience étendue de l'individu : comme l'animal, l'homme vit dans l'instant, et à la différence de l'animal, il est envisagé comme une identité possédant un passé, un présent et une capacité à anticiper le futur qui lui est propre. La conscience individuelle de sa propre mort naît donc d'une interaction entre deux acteurs :

- l'organisme au sein duquel la conscience apparaît ;
- l'objet qui vient à être connu au cours du processus de conscience.

Terminons donc sur une définition de la conscience de la mort, comme étant l'élaboration d'une connaissance relative à deux faits : l'organisme est impliqué dans la mise en relation avec un objet (l'identité de l'individu) et l'objet qui se trouve dans la relation (la mort comme fin inéluctable) est la cause d'un changement dans l'organisme. De cette manière, nous retrouvons l'idée selon laquelle la conscience de la mort, bien que présente en permanence, est un élément (1) dont le contenu évolue avec l'âge et les expériences vécues ; (2) qui est susceptible de modifier les comportements de l'individu.

Figure 1.2.1. Les dimensions de la conscience de soi (Damasio, 2002)



1.2. Les représentations de la mort

Du fait des difficultés de penser la mort, l'homme n'en a que des représentations. Selon Edgar Morin (1992), les individus ne sont jamais objectifs dans l'appréhension de la réalité : l'approche fantasmatique des objets se fait ainsi à travers une représentation, désignant la façon dont les individus traduisent leur pensée par des relations de correspondance entre des concepts, des images, des règles. De même, Abric (1987) définit les représentations comme « *le produit et le processus d'une activité mentale par laquelle un individu ou un groupe reconstitue le réel auquel il est confronté et lui attribue une signification spécifique* ». Ceci est d'autant plus vrai lorsqu'il s'agit de parler d'un phénomène aussi inconnu que la mort. La représentation est déterminée en partie par l'histoire de l'individu et son vécu, par le système social, idéologique, et culturel dans lequel il vit, et par la nature des liens que le sujet entretient avec ce système. Nous retenons donc la notion de représentation à la fois sous sa forme individuelle, symbolique et sociale. Nous voyons également que cette notion est fortement dépendante de la culture d'appartenance de l'individu. Enfin, dans le domaine de la psychanalyse, Freud suggère que la représentation est l'une des composantes de la pulsion, représentant le contenu concret d'un « acte de pensée », par opposition à la dimension affective de la pulsion. En ce sens, la pulsion a un représentant psychique, la représentation.

A ce stade, sur la base de la définition de Morin (1992), nous retenons la définition de représentation de la mort comme étant:

- le résultat (collectif, individuel ou social) d'une activité mentale,
- doté des qualités de globalité, cohérence, constance et stabilité,
- dont l'objet est la reconstitution d'une réalité (via des perceptions, croyances, fantasmes, opinions, attitudes, informations que l'individu possède) liée à la mort,
- en lui attribuant notamment une signification spécifique.

Les individus s'organisent autour de représentations par lesquelles ils interprètent les situations. Elles représentent ainsi un double système : un système d'interprétation dont découlent les significations attribuées aux informations : de nombreuses variables individuelles peuvent jouer sur les significations données par l'individu à la mort (telles que l'expérience, la religiosité, l'âge, l'éducation) ; et un système de catégorisation dont découle une typologie d'individus ou d'événements permettant d'organiser ou de structurer l'environnement dans un cadre cognitif et idéologique cohérent avec celui du sujet (Abric, 1987). La représentation de la mort permet donc d'attribuer un sens à ce phénomène et de

définir une typologie d'individus selon le sens attribué à la mort, son impact sur la façon d'appréhender la vie etc.

Il est alors possible de mettre en évidence une relation potentielle entre les concepts d'attitudes et de représentations, alors que ces deux notions semblent souvent confondues. Leroy (1992) établit un lien entre les représentations de l'individu et le processus d'action. Muccielli (1991) soutient que les représentations déterminent les attitudes et les comportements. Il semble donc essentiel de définir le concept d'attitude à l'égard de la mort, comme étant une conséquence directe des représentations de la mort. L'attitude se définit comme une disposition à réagir de manière favorable ou non à un objet. Allport (1935) la définit comme « *un état mental de préparation à l'action organisée à travers l'expérience, exerçant une influence directive et dynamique sur le comportement* ». On distingue ainsi trois composantes de l'attitude : cognitive (croyances et opinions), affective (sentiments, affects, états d'humeur) et conative (disposition à agir de façon favorable ou défavorable). En particulier, l'attitude à l'égard de sa propre mort est un élément discriminant chez les individus.

1.3. L'attitude à l'égard de la mort

L'étude des attitudes à l'égard de la mort est devenu un sujet psychologique d'intérêt depuis les années 1950 notamment avec les travaux de Feifel (1956, 1959). Cependant, le rapport intime à la mort a été essentiellement étudié sous le concept d'anxiété à l'égard de la mort, faisant ainsi référence principalement à la dimension affective de l'attitude. Cet aspect est lié au fait que la mort apparaît comme une source fondamentale et universelle d'anxiété. En particulier, Urien (2003) définit l'anxiété à l'égard de la mort comme « *un ensemble de réactions affectives négatives (terreur, menace, inquiétude, malaise, inconfort etc), d'intensité variable, provoqué par des idées conscientes et non conscientes relatives à la disparition de soi* ». Neimeyer (1994) la définit plutôt à travers un ensemble de réactions négatives affectives : « *un ensemble d'attitudes face à la mort caractérisées par la peur, la menace, l'inquiétude, le malaise, l'inconfort ou tout autre sentiment négatif similaire* ». Il n'existe pas de réel consensus quant à la définition du concept, sachant que très peu d'auteurs ont tenté d'y apporter une définition. Parmi les plus connues, nous pouvons citer Dickstein (1972), Greenberg et alii. (1990), Neimeyer (1994) et Tomer et Grafton (1996). Ainsi, Neimeyer insiste sur l'ampleur des réactions affectives ; Tomer et Grafton sur la signification même de l'idée de mort ; Dickstein sur les différences individuelles ; Greenberg

et *alii*. sur les aspects non conscients. Les nombreuses publications sur ce concept présentent notamment le passage d'un construit unidimensionnel à un construit multidimensionnel : Neimeyer (1994) suggère par exemple que l'anxiété à l'égard de la mort peut se diviser en sous dimensions selon le type de pensées relatives à la mort (disparition de l'esprit, perte de conscience, destruction du corps etc.).

De plus, la façon dont les individus interprètent l'idée de mort influence nécessairement la nature des émotions ressenties et donc la façon dont l'individu agit pour y faire face. En particulier, Bergadaà et Urien (2010) ont mis en évidence le fait que la perspective de fin de vie renvoie généralement à deux grands types d'attitudes :

- une attitude négative de peur et de rejet qui fait généralement référence à l'anxiété à l'égard de la mort (Urien, 2003) ;
- une attitude positive d'acceptation : dans cette perspective, Klug et Sinha (1987) parlent de « *reconnaissance intellectuelle de la perspective de sa propre mort et l'assimilation émotionnelle positive* ». Selon Wong (1989, 1994), il existe trois formes d'acceptation de la mort selon la signification attribuée à la mort: une acceptation neutre (car la mort fait partie de l'ordre des choses), une acceptation de fuite (la mort est un soulagement lorsque la vie devient insupportable), une acceptation d'approche (qui touche à l'espoir d'une vie après la mort).

Ces deux types d'attitudes, positive et négative, qui seront développées en détail dans la suite, permettent d'hors et déjà de souligner la complexité du rapport à la mort, qui fait appel à des considérations affectives, cognitives et comportementales. Wong, Reker et Gesser (1994) ont d'ailleurs proposé un large cadre conceptuel afin d'appréhender les attitudes à l'égard de la mort. Ils intègrent dans ce même concept plusieurs dimensions : la peur de la mort (qui est l'attitude la plus forte et la plus universelle) ; l'évitement ; trois formes d'acceptation pour faire face à l'anxiété. Ils démontrent ainsi qu'en cas d'échec du déni, les individus ont besoin d'avoir recours à diverses formes d'acceptation pour surmonter la peur liée à la mort. Notons enfin que le construit d'acceptation de la mort, étant corrélé positivement aux deux mesures d'anxiété (anxiété d'état et anxiété de trait) n'est pas l'opposé du construit d'anxiété à l'égard de la mort (Ray et Najman, 1974).

Après avoir introduit les concepts de représentations et d'attitudes à l'égard de la mort comme moyens d'appréhender le rapport individuel à la mort, il semble essentiel de s'interroger sur une évolution potentielle de ce rapport à la mort selon les différentes étapes

de l'existence. L'individu porte-il le même regard sur la mort à l'adolescence ou à un âge plus mature ? La mort suscite-elle les mêmes réactions, pensées et comportements ? Interrogeons nous maintenant sur les relations possibles entre l'âge et le rapport à la mort.

1.4. Le rapport à la mort et le processus de vieillissement

Noppe et Noppe (1997) se sont intéressés à l'évolution de la conception de la mort chez les adolescents. Ils ont ainsi mis en évidence le fait que la croyance en une vie après la mort s'accroît au cours de l'adolescence ; qu'à la fin de l'adolescence, les individus considèrent la mort comme une séparation des proches et comme la cessation des activités actuelles et futures ; et que la principale inquiétude des adolescents provient du fait de laisser une trace de leur existence. Qu'en est-il alors à d'autres périodes de l'existence ?

Il est indéniable que la question de la mort est intimement liée à celle du vieillissement. Pour Conche (1980), il existe des particularités liées à l'âge dans la façon dont les individus appréhendent la mort. L'enfant vit dans le présent et l'immédiateté dans laquelle la mort ne concerne que les autres ; l'adolescent pense à la mort comme lointaine et irréelle et estime avoir du temps ; l'adulte réalise que le temps à vivre est mesuré et compté et décide alors de se déterminer ; enfin, au stade de la vieillesse, tout bonheur n'est que mitigé car la mort se profile. Nous avons donc fait le choix d'évoquer brièvement dans ce qui suit l'impact du vieillissement sur la perception du soi, afin de mieux comprendre le processus de vieillissement et ses éléments (positifs et négatifs) susceptibles d'influencer l'attitude à l'égard de la mort. Cela permet également de comprendre quelles sont les ressources dont dispose l'individu âgé en particulier pour faire face à cette idée sachant qu'il y ait nécessairement plus exposé au quotidien.

1.4.1. Le vieillissement comme source de bouleversements et rappel de l'inévitabilité de la mort

Le vieillissement est un processus qui implique le déclin des capacités physiques, sensorielles et cognitives de l'individu, associé à la conscience de la perspective de sa propre mort comme conséquence directe de ce déclin. Ainsi, l'individu vieillissant doit affronter par exemple une détérioration des systèmes musculaire, nerveux, cardio-vasculaire le rendant plus vulnérable aux agressions extérieures (Guiot, 2001, 2006). Le vieillissement est associé également à de pertes sensorielles, notamment dans le domaine de la vue, de l'audition, de la

détection des odeurs et des saveurs (Boulbry, 2003 ; Vanhamme, 2001). L'ensemble de ces éléments contribuent à intensifier la vulnérabilité perçue de l'individu et sont susceptibles de nuire à l'estime de soi.

Ces bouleversements liés au vieillissement apparaissent également comme des rappels de l'inévitabilité de la mort, qui placent en conséquence l'individu directement face à la perspective de son échéance finale. Ces aspects mènent également à un détachement progressif du soi avec tout contact avec le monde extérieur (Bergadaà et Urien, 2010), comme le souligne d'ailleurs la théorie du désengagement (Cumming et Henry, 1961). Bergadaà et Urien (2010) précisent que la disparition sociale en particulier, correspond à l'élimination progressive du désir d'être socialement et consiste à accepter la perte de toute relation entre le soi et les différents aspects de la vie, y compris la matérialité physique des objets et donc le matérialisme. De plus, l'individu vieillissant doit faire face à la perte de proches ou amis du même âge, ce qui constituent des rappels de l'inévitabilité et de la proximité temporelle de la mort.

1.4.2. Le vieillissement comme source d'opportunités de développement pour l'individu senior

En revanche, certaines recherches ont démontré le développement d'habilités particulières à un âge avancé. Loin de n'être qu'une source de difficultés à résoudre, l'avancée en âge peut apparaître comme une formidable opportunité de développement du soi, créatrice de ressources potentielles pour faire face à l'idée de fin de vie. Ainsi, il a été démontré que la créativité, définie comme la capacité à réaliser des productions originales et adaptées à une tâche (Guiot, 2006), augmente chez les individus de plus de 60 ans (Cohen, 2000 ; Lubart et Georsdottit, 2004) du fait notamment de la cessation d'activités professionnelles. Ces éléments laissent supposer que le vieillissement s'accompagne de nouvelles ressources à disposition des personnes âgées. Filipp et Klauer (1986) ont d'ailleurs montré que les niveaux de bien-être psychologique, de contrôle perçu et de sentiment d'efficacité personnelle diffèrent peu entre les jeunes adultes et les retraités.

Ces éléments contribuent ainsi au « vieillissement réussi ». Ce dernier pourrait se définir comme l'atteinte, à un âge avancé, d'un état général de bien-être, à la fois physique et spirituel, selon lequel le soi est en harmonie avec les autres, le sacré et l'environnement naturel (Fisher et Specht, 1999). Selon Rowe et Kahn (1998), le vieillissement réussi, qui consiste à maintenir une image de soi positive et à continuer à vivre heureux à un âge

avancé, est la résultante de trois facteurs : l'évitement de la maladie et du handicap via un entretien physique et des capacités cognitives ; le développement de l'entourage social ; et le maintien d'une satisfaction de la vie à un âge avancé. Ainsi, les styles de vie et comportements seraient déterminants de l'état de santé à un âge avancé, tout autant que des facteurs environnementaux et sociaux (Holstein et Minkler, 2003). Flood (2005) propose une conceptualisation multidimensionnelle du concept de vieillissement réussi en y incluant la santé physique, fonctionnelle et psychosociale, le définissant comme « *la satisfaction individuelle perçue à s'adapter aux changements physiques et fonctionnels liés au vieillissement, tout en faisant l'expérience d'un lien spirituel et d'une signification ou d'un but attribué à la vie* ». Tout autant que l'état physique, les valeurs et croyances individuelles (liées au soi et à sa vie) jouent donc selon lui un rôle déterminant dans le vieillissement réussi. Ces éléments constituent également de formidables ressources pour faire face aux pensées liées à sa propre mort.

1.4.3. La fin de vie, une étape d'introspection

1.4.3.1. Bilan de fin de vie : entre intégrité et désespoir

Nous nous intéressons maintenant au soi à la dernière période de l'existence, la fin de vie. La dernière étape de développement du modèle d'Erikson (1977, 1978, 1980) constitue la phase de l'intégrité personnelle ou de désespoir. Elle consiste en l'acquisition d'un sens de l'intégrité en tentant d'éviter un sentiment de désespoir. Elle concerne donc la façon dont l'individu appréhende la fin de sa vie. Les individus seniors disposant de plus de temps libre, la vieillesse devient alors un temps de réflexion qui permet un retour sur les événements de la vie, dans une démarche d'introspection. L'individu senior arrive à une étape où il peut faire un bilan, une évaluation de ses réussites, mais aussi de ses échecs et donc, dans une démarche positive, de la façon dont il a réussi à y faire face. On arrive ainsi à un sentiment de plénitude et d'accomplissement d'une vie bien remplie. A l'inverse, l'individu âgé peut faire l'expérience d'une vie comme une succession d'échecs et d'opportunités ratées (Hilgard *et al.*, 1980).

Ainsi, si l'évaluation est positive, il y a intégrité et continuité : l'individu âgé plus serein développe une certaine sagesse. Si l'évaluation est négative, on assiste à une détérioration du soi et ce, à plusieurs niveaux : une perte du sens de l'existence, qui est principalement

associée à des échecs dans le passé ; la naissance d'un sentiment d'une vie perdue et donc regrettée qui aurait pu être différente.

Les différents travaux sur la stabilité et l'évolution de la personnalité tendent à prouver que les traits de personnalité restent stables dans le temps au cours de la vie adulte, à l'exception d'un trait de personnalité : l'introversion (Reedy, 1983 ; Reedy, Birren et Schaie, 1981). L'introversion suscite en ce sens une quasi unanimité académique : les personnes en vieillissant se tourneraient davantage vers elles-mêmes, tandis que l'intérêt porté aux objets et aux événements extérieurs diminuerait. Cela rejoint l'idée présentée d'une introspection personnelle à un âge avancé.

1.4.3.2. Le lien avec l'attitude à l'égard de la mort

La peur de la mort, la dépression, le désespoir, l'alcoolisme sont des exemples de manifestations des individus sujets à une évaluation négative de leur vie après introspection. Le désespoir provient des regrets, des remords et du sentiment que la vie n'a pas de sens. A l'inverse, l'intégrité personnelle est définie par Erikson comme « *l'acceptation de son seul et unique cycle de vie comme quelque chose qui devait être et qui ne permettait pas de changement* ». Cependant, en fin de vie, il reste trop peu de temps pour changer la situation et atteindre cette forme d'intégrité. La mort occupe ainsi une place prépondérante dans l'existence de ces individus.

Nous voyons donc apparaître, à cette période de l'existence, des individus qui essaient malgré tout de donner un sens à leur vie. Leur vie est alors perçue comme un tout. Cela peut se traduire par exemple par des investissements dans des clubs et associations, comme moyens de regagner un rôle social. Si le senior fait l'expérience d'une vie pleine de sens, il est alors capable de faire face à la mort sans en avoir peur. En revanche, s'il éprouve un sentiment d'échec et de désespoir, il ressentira la peur de ne pas avoir vraiment vécu au moment où la mort l'appelle (Tomer et Eliason, 2006; Wong, 2000). En ce sens, la satisfaction de la vie est directement liée à l'attitude à l'égard de l'idée de sa propre mort. Cette dernière idée est à la base de la théorie de gestion de sens de Wong (1999) que nous aborderons plus loin.

1.4.3.3. La fin de vie et l'apogée du développement spirituel

La fin de vie se caractérise également par la phase finale d'un développement spirituel. L'appréhension de ce dernier est essentielle pour comprendre le rapport à la mort chez les individus seniors. La construction de l'identité de l'individu est au centre du processus de développement spirituel et s'appuie sur deux préoccupations individuelles dont le poids varie tout au long du processus:

- la satisfaction de l'ego, prioritaire dans les phases initiales du développement spirituel;
- le souci des autres, central dans la phase finale du développement spirituel.

Le développement spirituel est appréhendé comme un processus chronologique et séquentiel (Fowler, 1981; Helminiak, 1987; Oser et Gmünder, 1991; Cartwright, 2001). Selon cette logique, tout individu possède un potentiel de développement spirituel dont le pic est généralement atteint vers la fin de vie, c'est-à-dire à l'âge senior. Ainsi, selon Fowler (1981), la foi se développe tout au long de la vie et correspond au développement de l'être tout entier, c'est-à-dire le soi intérieur, le sacré et l'altérité. La spiritualité permettrait donc de définir un cadre et une structure fondée sur des valeurs transcendantales et à laquelle l'individu senior peut s'identifier.

Ce premier point nous a permis d'appréhender le rapport individuel à la mort à travers des concepts de représentations et d'attitudes à l'égard de la mort, ainsi que d'aborder d'éventuelles différences liées à l'âge. Nous constatons ainsi que selon plusieurs déterminants, tels que par exemple l'expérience vécue, la satisfaction de la vie, l'âge ou la culture d'appartenance, l'individu n'abordera pas la question de la perspective de fin de vie de la même manière, lui attribuant ainsi diverses significations.

Cicirelli (1998) s'est intéressé au lien entre le sens donné à la mort et la peur de la mort. Il existerait selon cet auteur une interaction entre la conception de la mort et les réactions émotionnelles suscitées. En particulier, il précise l'existence de quatre facteurs principaux de la conception de la mort. La mort peut ainsi être considérée comme : une transmission aux futures générations ; une seconde vie dans laquelle il est possible de retrouver ses proches disparus; la fin de ses souhaits, de ses projets et la séparation des proches; une motivation à vivre et à donner du sens à sa vie. Ces quatre facteurs peuvent être considérés comme universels selon l'auteur et sont liés à la peur de la mort avec plus ou moins d'intensité. Le point suivant est donc consacré aux émotions négatives suscitées par l'idée de fin de vie.

2. Angoisse existentielle, anxiété à l'égard de la mort, peur de la mort

L'approche pluridisciplinaire a permis dans un premier temps de faire émerger des éléments d'explication des émotions négatives suscitées par l'idée de mort, évoquant ainsi les concepts de crainte, de peur ou d'angoisse associés à la mort. Cette sous-partie se fonde essentiellement sur les apports fondamentaux de Becker (1973) pour qui la civilisation humaine est un mécanisme global de défense symbolique élaboré contre la connaissance de sa condition d'être mortel. Cette dernière agit en retour, comme une réponse émotionnelle et intellectuelle à notre mécanisme fondamental de survie.

Avant d'aborder cette partie, il est nécessaire de préciser les définitions des concepts liés à l'anxiété. La peur est une réaction émotionnelle liée à la confrontation présente et immédiate avec un danger (Graziani, 2005), alors que l'anxiété se caractérise par la détection, l'anticipation et la préparation du danger. Dans l'angoisse, l'objet est seulement pressenti ou redouté (Delay, 1946 ; dans De Bonis, 1996). L'anxiété se distingue de l'inquiétude (principalement liée à des troubles physiologiques) et désigne un état émotionnel négatif comportant des sentiments d'attente et d'appréhension d'un danger. Notons cependant que dans la plupart des travaux, les auteurs mobilisent souvent les concepts de peur de la mort et d'anxiété à l'égard de la mort sans distinction. C'est la raison pour laquelle les deux notions sont présentées sous la même section (2.2), en précisant toutefois les différentes approches conceptuelles selon les auteurs.

L'approche pluridisciplinaire rend compte non seulement de l'anxiété à l'égard de la mort, mais également du sentiment d'insécurité et de vulnérabilité qui pèse sur l'être humain au quotidien. Nous présentons donc d'abord le concept d'anxiété existentielle pour aborder ensuite la peur de la mort et l'anxiété face à la mort, en précisant sa définition et ses antécédents.

2.1. L'angoisse existentielle

2.1.1. Les contributions pluridisciplinaires

A travers son analyse sur les motivations liées au développement et l'accomplissement de soi, Maslow (1962) s'interroge sur les différentes peurs qui peuvent bloquer le développement individuel. Il aborde ainsi le problème de la peur de la solitude et la peur liée à sa propre création et à sa grandeur. L'homme serait effrayé devant la

réalisation de ses pleins pouvoirs et peinerait à supporter la totalité des expériences vécues. Cette idée est également soutenue par William James (1902) et Rudolf Otto (1923) qui abordent la notion de terreur du monde ou du sentiment d'une terreur oppressante, notamment face au miracle de la création. Se crée alors un sentiment humain d'infériorité face à la transcendance de la création. Harold Searles (1961) va plus loin, suggérant que la tragédie de la vie est la finitude de l'homme, sa peur de la mort et le caractère accablant de la vie. Parallèlement à cette idée, Maslow (1962) insiste sur les contributions de Freud, suggérant que la cause de la plupart des maladies psychologiques serait la peur de la connaissance de soi (émotions, impulsions, souvenirs, capacités, destin etc.). Maslow précise : la peur de la connaissance de soi serait une protection de notre estime de soi et du respect de nous-même. Nous aurions peur de la connaissance qui nous amènerait à nous sentir faibles, inférieurs ou honteux. Enfin, en étudiant l'anxiété existentielle dans le contexte du marché du travail, Brown (2000) le relie aux sentiments de vulnérabilité ou de honte. Selon Giddens (1991), alors que la modernité est responsable de nombreux questionnements liés à l'existence et à l'être, il existerait des croyances fondamentales partagées qui protègent le soi des peurs existentielles et permettent de faire face à la vie.

Ainsi, Becker (1973) suggère que l'homme, à la différence de l'animal, se caractériserait par deux grandes peurs : peur de la vie et peur de la mort. Plusieurs auteurs soutiennent l'existence de ces deux dimensions. D'une part, Otto Rank (1924) a fondé son système de pensée sur ces peurs, montrant à quel point elles étaient centrales dans l'étude du fonctionnement de l'homme. Il suggère deux définitions de ces peurs : la peur de la vie serait la peur de l'individuation, *i.e.* la peur de vivre une vie individuelle isolée et d'être séparé du tout ; la peur de la mort serait la peur de perdre son individualité et d'être dissout à l'intérieur du tout. Tout au long de sa vie, l'homme ferait des allers retours entre ces deux peurs. De plus, l'oscillation entre la volonté de s'unifier et la volonté de se séparer du groupe serait plus supportable grâce au développement d'une relation avec autrui. D'autre part, Heidegger (1927) a placé ces peurs au cœur de la philosophie existentielle : l'anxiété fondamentale de l'homme est son anxiété liée au fait « d'être dans le monde », ce qui englobe la peur de l'individualisation, la peur de l'expérience etc.

Baldwin et Wesley (1996) ont mis en évidence le fait que la peur de la mort n'est pas l'unique forme d'anxiété existentielle. Il en existe bien d'autres, telles que l'absurdité, l'insignifiance, qui peuvent pour certains être assimilés à des formes dérivées de l'anxiété à l'égard de la mort, dans le sens où la perte de sens nous place immanquablement face à la mort. Il est également possible que le désir d'un monde cohérent, ordonné et significatif soit

totallement indépendant de la peur de la mort. Ainsi, Yalom (1980) précise que même si l'homme est capable de vivre pour l'éternité, il sera tout autant concerné par la recherche de sens. En particulier, la distinction entre la peur de la mort et la peur liée à l'absence de sens est délicate : Lifton (1976) propose que la peur de la mort comprend un sens de dissolution ou de désintégration des sens par lequel l'individu structure sa propre vie ; Sartre (1943) pense que la mort est bouleversante seulement parce qu'elle apporte une preuve claire de l'absurdité de la vie (p. 69). Pour Baldwin et Wesley (1996), cette discussion n'a que peu d'intérêt, car la majorité des expériences d'anxiété existentielle implique probablement une confluence de considérations (Lifton, 1976 ; Tillich, 1952), comme cela est reflété dans la question de Tolstoy (1882) : « *is there any meaning in my life that the inevitable death awaiting me does not destroy ?* ».

2.1.2. L'anxiété existentielle selon la *Terror Management Theory* (TMT)

La TMT est l'une des principales théories mobilisées dans cette recherche. Elle a fait l'objet de nombreuses investigations dans les recherches anglo-saxonnes, mais reste cependant très peu exploitée dans les recherches françaises. Elle apporte des éléments d'explication de la façon dont les individus font face à la conscience de la perspective de leur propre mort.

La TMT souligne que seule l'espèce humaine est concernée par la conscience de l'inévitabilité de la mort (Greenberg, Pyszczynski et Solomon, 1986). Les individus seraient ainsi les seuls à avoir un instinct de préservation de soi. Ainsi, grâce aux processus liés à l'évolution, les individus ont développé des capacités cognitives complexes qui leur permettent de développer une pensée abstraite et autoréflexive. Ces mêmes capacités cognitives leur permettent d'acquérir une conscience de sa propre condition d'être mortel. La mort devient alors sujette à diverses représentations et perceptions par les individus, demeurant aux yeux de tous un événement inévitable, imprévisible et incontrôlable.

La confrontation de la conscience de l'inévitabilité de sa propre mort et de l'absence de contrôle sur sa propre vie et de l'instinct humain fondamental de préservation de soi renvoie l'image d'un monde perçu comme inorganisé et insignifiant. Cela crée ainsi une anxiété existentielle, réactivée par des rappels de la mortalité (Becker, 1973 ; Arndt et Solomon, 2003). La terreur existentielle serait donc la manifestation émotionnelle de l'instinct de préservation de soi. Cette anxiété ressentie fait naître par la suite de nombreux besoins chez l'individu : besoins d'ordre, de prévision, de contrôle personnel, de sens et de stabilité de son

propre environnement. Elle active ainsi la volonté de satisfaire à nouveau ces besoins dans sa propre vie (Greenberg, Pyszczynski et Solomon, 1986) afin de réduire l'anxiété ressentie. Pyszczynski et *al.* (1996) suggèrent également que l'individu chercherait à trouver du réconfort et à penser à autre chose dans un objectif défensif. Nous développerons ces stratégies pour faire face par la suite.

Selon Wong (1999), l'anxiété à l'égard de la mort vient des capacités cognitives propres aux êtres humains, alors conscients de leur propre mortalité inévitable et effrayés devant l'incertitude de ce qui pourrait se passer après la mort. De plus, la capacité des individus à réfléchir sur la vie et la mort crée une anxiété existentielle supplémentaire. Goodman (1981) insiste sur la particularité de la peur existentielle de la mort : « *The existential fear of death, the fear of not existing, is the hardest to conquer. Most defensive structures, such as the denial of reality, rationalization, insulation erected to ward off religiously conditioned separation-abandonment fears, do not lend themselves readily as protective barriers against the existential fear of death* ».

2.1.3. L'anxiété existentielle selon la *Meaning Management Theory* (MMT)

« *What is important is whether the individual continues to question and seek out God, meaning, purpose and value* »

Cluff (1984)

Sur le modèle de la TMT, Wong (2000, 2005) développe une théorie fondée sur une perspective existentielle humaniste (Neimeyer, 2001) considérant à la fois des processus cognitifs et comportementaux. Le modèle de la MMT consiste alors, dans le cadre d'une démarche plus positive, à trouver du sens dans les réalités de la vie et de la mort afin de se protéger contre plusieurs types d'anxiétés, dont l'anxiété face à la mort. Ainsi, la MMT suggère que les individus ont besoin de sens. Plus spécifiquement, ils auraient besoin de percevoir le monde et les événements à travers un prisme de représentations mentales qui organisent leur perception du monde. Elle se décline alors en trois grands principes :

1. Le sens est une relation : il est ce qui permet de relier les individus, les objets, les lieux, les idées entre eux, selon une organisation prévisible ;
2. Les hommes sont créateurs de sens : ils ont la capacité à construire et à appliquer des représentations mentales des relations ;

3. Le modèle de « compensation fluide » (*fluid compensation*): dès lors qu'il existe une menace sur le sens, les individus réinventent un réseau alternatif de relations.

Ainsi, il existe plusieurs menaces potentielles liées à la recherche de sens. La saillance de mortalité, qui réactive les pensées liées à sa propre mort, en est une. Ce concept central, mobilisé dans cette recherche, sera défini dans le chapitre suivant.

2.2. L'anxiété face à la mort et la peur de la mort

2.2.1. Définition

Gardner Murphy (cité par Feifel, 1959) recommande d'étudier plus en profondeur les individus qui présentent une forte peur de la mort, ce qui laisse penser l'importance de comprendre cette notion. Nous retenons dans cette recherche la définition de Urien (2003) pour qui l'anxiété à l'égard de la mort désigne « *l'ensemble des réactions affectives négatives d'intensité variable, provoqué par des idées conscientes et non conscientes, relatives à l'idée de disparition de soi* ». Selon Urien (2003), le concept d'anxiété à l'égard de la mort est abordé dans deux grands courants de recherche. D'une part, l'anxiété face à la mort est ressentie à la suite de l'expérience traumatisante de la perte d'un être proche (Gentry et alii., 1994). D'autre part, certaines recherches ont étudié les réactions du consommateur provoquées par l'anxiété à l'égard de sa propre finitude. Dans le cadre de ce dernier courant de recherche, Urien (2003) a cherché à mettre en évidence l'impact de l'anxiété face à la mort sur le comportement du consommateur. Cette recherche doctorale s'inscrit également dans ce courant en l'adaptant à différentes tranches d'âge.

Il est important d'ajouter à cette définition quelques précisions liées à la question de savoir si la peur de la mort est naturelle, innée ou bien construite. Dans son ouvrage fondateur *The deny of death*, Becker (1973) met en évidence deux façons différentes d'appréhender la peur de la mort, fondées sur deux types d'arguments : le « *healthy-minded argument* » et le « *morbidity-minded argument* » :

- Le « ***healthy-minded argument*** » est l'idée selon laquelle la peur de la mort n'est pas innée ou naturelle, mais plutôt créée par la société et l'environnement dans lequel l'individu évolue, et même utilisée pour garder un contrôle sur lui.

Moloney (1949) parle alors de « mécanisme de culture ». Cette position est justifiée par le fait que l'enfant n'aurait pas d'angoisse particulière à l'égard de la mort, mais que celle-ci se

développerait tout au long de l'existence. Elle peut être cependant suscitée par des expériences douloureuses dans le passé.

- Le « *morbidly-minded argument* » est l'idée selon laquelle la peur de la mort est naturelle et présente chez tous les individus, et est la peur fondamentale qui influence toutes les autres et contre laquelle personne n'est immunisé.

James (1902) estime que la peur de la mort est au cœur des préoccupations de l'individu. Choron (1963) en vient également à discuter sur le fait de savoir s'il s'agit d'une anxiété de base, fondamentale ou non. Becker (1973), quant à lui, soutient cette idée, pensant que la peur de la mort (ou terreur liée à la mort, comme il préfère l'appeler afin de mieux rendre compte de son pouvoir) est universelle. Enfin, Zilboorg (1943) va plus loin dans cette idée : selon lui, la peur de la mort est bien omniprésente, chez tous les individus, et se retrouve par exemple derrière le sentiment de découragement, de dépression, d'insécurité face au danger. Il suggère que la peur de la mort est l'expression de l'instinct de préservation de soi, qui permet la survie de l'individu et la maîtrise des dangers qui pèsent sur la vie (« *The affective aspect of self preservation is fear, fear of death* »).

Conche (1980) soutient également qu'il existe une peur diffuse au fond de l'être, une tonalité affective qu'il considère fondamentale : la peur est toujours là, l'homme se sent en permanence en péril, et éprouve un sentiment d'insécurité permanente, provenant essentiellement du fait qu'il fasse partie de la nature via son corps. A cela s'ajoute une volonté forte, propre à l'homme, non seulement de vivre, mais également de ne pas mourir. Pour Kierkegaard (1844), la mort est l'anxiété particulière la plus grande pour l'homme.

2.2.2. Un concept multidimensionnel

L'anxiété face à la mort pourrait faire référence à la fois à des aspects conscients et des aspects inconscients (préconscient de Freud). Elle est généralement définie comme un construit multidimensionnel, mettant en jeu la peur de l'agonie, de la souffrance et de la solitude, la difficulté de concevoir sa propre mort, la peur liée à la fin de tout espoir, la peur du corps après la mort, l'anxiété générale liée à l'idée de disparition de soi et de sa non existence etc. Wong vient confirmer l'existence de ces peurs en donnant les explications couramment citées à l'origine de ces peurs : peur de la souffrance, de l'inconnu, du jugement divin, ou encore la peur d'avoir eu une vie insignifiante. Ainsi, pour Butler (1963), les individus auraient plus peur d'une vie insignifiante que de la mort.

2.2.3. Les déterminants de l'anxiété face à la mort

De nombreuses études mobilisent le concept d'anxiété face à la mort le mettant en relation avec des variables de personnalité et d'autres variables liées aux comportements. En ce sens, de nombreuses investigations ont été menées en psychologie sur ce concept. Toutefois, les études présentent des résultats contradictoires parmi les déterminants de l'anxiété face à la mort (Pollak, 1980). Prenons pour exemple le genre : alors que Feldman et Hersen (1967), Lonetto et *alii.* (1979), Neimeyer, Bagley et Moore (1986) montrent que les femmes seraient plus anxieuses à l'égard de la mort que les hommes, Handal (1969), Dickstein (1972) ou Viney (1984) montrent le contraire. Il existe cependant une convergence des résultats sur les déterminants suivants : l'âge, la culture d'appartenance et l'anxiété de trait.

L'âge

Il a été démontré que, malgré ce que l'on peut penser, l'âge avancé n'est pas associé à une plus forte anxiété à l'égard de la mort (Rigdon et Epting, 1985). En effet, même si l'individu en vieillissant se rapproche temporellement de la mort, il existerait une relation curvilinéaire entre l'âge et l'anxiété à l'égard de la mort : celle-ci s'avère être plus forte à un âge moyen (Urien et Guiot, 2007). De plus, certaines études démontrent que les individus âgés présenteraient une anxiété à l'égard de la mort plus faible que les individus de tranches d'âge différentes (Stevens et *alii.*, 1980 ; Neimeyer et Van Brunt, 1995 ; Neimeyer, Moore et Bagley, 1988 ; Wong et *alii.*, 1994). L'anxiété à l'égard de la mort se stabiliserait ainsi à un âge avancé. Fortner et Neimeyer (1999), dans une synthèse de la littérature, concluent à une baisse de l'anxiété à l'égard de la mort à partir d'un certain âge avant 50 ans, et cela indépendamment de tout effet de cohorte.

Pourtant, plus les individus vieillissent, plus ils sont susceptibles d'être confrontés plus fréquemment à des rappels de la mortalité. Selon Cicirelli (2002), ce résultat n'est pas étonnant : « *les défenses psychologiques de déni et d'évitement finissent par disparaître devant les preuves croissantes de vieillissement. C'est pourquoi, tôt ou tard, les gens ont besoin d'en venir à une certaine forme d'acceptation de la mort afin de surpasser leur peur de celle-ci* » (p.29). Cela suggère donc que les individus d'âge avancé disposeraient de ressources particulières et adopteraient des stratégies efficaces pour faire face. Outre les émotions négatives associées à la mort, il est donc possible d'envisager des émotions

positives liées à ce phénomène, et ce, d'autant plus auprès des individus âgés. Nous verrons plus loin les différentes stratégies d'adaptation possibles face à l'idée de sa propre mort.

La théorie de l'âge subjectif (Guiot, 2001), mise en évidence par Tuckman et Lorge (1954), puis par Blau (1956), mérite également une attention particulière, dans le sens où la variable âge chronologique ne permet pas de rendre compte de la perception de l'individu sur son processus de vieillissement et peine à expliquer certains comportements (Guiot, 1999). L'âge subjectif peut se définir comme l'âge qu'un individu se donne et est lié à la conscience de son vieillissement et à sa position par rapport à la durée de la vie (Guiot, 1999). En ce sens, c'est l'une des composantes du concept de soi (Blau, 1956 ; Wylie, 1974). Les travaux antérieurs ont révélé qu'un nombre important de personnes âgées de plus de 60 ans se qualifient de « jeunes » ou de « moyennement âgés ». De même, la tendance d'âge subjectif, qui correspond à l'écart entre l'âge réel et l'âge perçu, permet de mettre en évidence deux possibles aspects (Staats, 1996) : une tendance au rajeunissement lorsque l'individu a tendance à se percevoir plus jeune que son âge chronologique ; une tendance au vieillissement lorsque l'individu a tendance à se percevoir plus âgé. Nous retenons cette dernière notion dans cette recherche.

La culture

Urien (2003) souligne le fait que la culture permet de se prémunir de la connaissance et de la peur de la mort grâce à un ensemble de significations apprises et de croyances (Schumaker et *alii.*, 1991). Ainsi, une religion en particulier permet de réduire l'anxiété à l'égard de la mort en proposant une vie éternelle et la possibilité d'une autre vie après la mort. Des différences parmi les cultures ont été proposées quant à l'intensité de l'anxiété face à la mort (McMordie et Kumar, 1984 ; Schumaker et *alii.*, 1991) démontrant ainsi que les cultures occidentales seraient plus anxieuses que les cultures orientales. Ce point est justifié par le fait que les cultures religieuses orientales telles que le bouddhisme ou l'hindouisme prônent l'acceptation de la mort comme une étape de l'existence, plutôt que le rejet de celle-ci (Westman et Canter, 1985). Notre recherche est menée dans un contexte de culture occidentale, sans orientation religieuse forte.

De plus, dans la perspective des travaux de la MMT, la culture apporte une structure de sens, de valeurs, de relations et de représentations qui permettent à l'individu de ne plus envisager le monde comme inorganisé. Les valeurs soutenues par la culture d'appartenance sont également des éléments d'identification à un groupe et apportent le sentiment d'une immortalité symbolique.

L'anxiété de trait

Il a été démontré qu'il existe une relation positive entre l'anxiété générale chez l'individu et son anxiété à l'égard de la mort, sans pour autant se substituer (Templer, 1970 ; Dickstein, 1972 ; Pollack, 1980 ; Urien, 1998).

2.2.4. Le temps, la temporalité et la perception temporelle

Neugarten (1997) souligne l'importance d'accorder une attention particulière aux besoins existentiels liés au temps des individus : *« les psychologues gagneraient à porter plus d'attention aux considérations qui concernent l'individu, ce que la personne estime comme important dans son présent et son passé, ce qu'elle souhaite faire dans le futur, ce qu'elle prévoit pour le futur, quelles stratégies elle choisit et quels sens elle donne au temps, à la vie et à la mort »*. Dans cette perspective, il est possible d'appréhender le temps de deux manières :

- soit à travers la façon dont l'individu perçoit individuellement l'horizon temporel qui est devant lui ;
- soit à travers la façon dont l'individu se perçoit par rapport à son âge ou à l'ensemble du cycle de vie.

Afin d'appréhender le rapport au temps comme déterminant du rapport à la mort, nous allons étudier successivement l'ensemble des concepts liés aux repères temporels et ceux liés à l'âge, pour ensuite tenter d'élaborer des relations entre les deux. Ces deux éléments sont susceptibles d'influencer les émotions (notamment négatives) ressenties par l'individu dès lors qu'il s'agit de faire face à l'idée de sa propre mort.

La temporalité et l'anticipation à l'origine de la peur de la mort

Comme cela a été défini précédemment, le concept de mort est lié à la notion de temporalité. En ce sens, Conche (1980) en vient à souligner un élément essentiel qui permet de mieux comprendre le rapport à la mort et la façon dont les individus appréhendent l'idée de fin de vie. En effet, l'auteur suggère que c'est parce que l'homme se souvient (référence au passé) et qu'il a la capacité d'anticiper (référence au futur) que l'idée de mort surgit. La mort apparaît alors comme l'événement qui le prive de son avenir. Ainsi, naît l'angoisse : parce que l'homme ne peut exister qu'en ouvrant devant lui un avenir, alors lorsque cet avenir n'existe plus, il ressent cet angoisse.

La soumission et la dépendance à l'égard du temps est donc créatrice d'angoisse. L'homme réalise alors qu'il est soumis à sa condition inexorable d'être temporel. L'angoisse devient, selon Conche, la réaction affective et vitale de la finitude liée à la conscience de l'inévitabilité de la mort et à sa possibilité à tout moment. Si l'on reprend les propos de Malraux (1950), « *la condition humaine est une prison* ». Conche (1980) en vient ainsi à proposer que l'homme est soumis à un double destin :

- un destin comme être temporel, c'est-à-dire soumis à la loi du temps et à l'écoulement de son être. L'angoisse provient alors de la soumission au temps ;
- un destin comme être mortel : la mort, comme événement, devient sa propre mort. L'angoisse n'est ainsi plus liée seulement au temps qui passe, mais au temps humain, significatif pour l'homme, et qui manque à l'individu.

Conche (1980) parle alors d'angoisse pour désigner la situation dans laquelle l'homme se sent menacé par le monde lui-même et se sent voué à la mort. L'angoisse est alors liée au fait que l'homme est dans le monde pour y mourir, du fait de sa corporalité.

La perception temporelle

Dans la littérature existante, de nombreux concepts proches les uns des autres sont apparus, illustrant le rapport à l'avenir de l'individu. C'est le cas notamment de l'orientation future (ou orientation temporelle), de la perspective future, du fatalisme, de l'anxiété face à l'avenir ou encore de l'horizon temporel (Fung, Carstensen et Lang, 2001). Le temps apparaît comme une considération essentielle à toute étude sur les comportements individuels : sans la conscience permanente du temps qui passe et donc d'un avenir limité, nous n'aurions pas de perception du passé (Bergadaà et Urien, 2010). Ainsi, il est possible de distinguer trois concepts essentiels liés au temps.

○ L'horizon temporel perçu

Il s'agit de la distance temporelle à laquelle un individu est capable de se fixer un but au présent pour se donner ensuite les moyens de l'atteindre. En particulier, la théorie de la sélectivité socio émotionnelle de Carstensen (1992) met en évidence le rôle de la profondeur de l'horizon temporel dans lequel l'individu perçoit son avenir en distinguant notamment des horizons fermés (pour lesquels le temps restant pour accomplir des projets est limité) et des horizons ouverts. Ainsi, plus l'individu vieillit, plus son espérance de vie est limitée, provoquant un changement profond dans son rapport à l'avenir. Logiquement, l'avancée en

âge influence la perception de l'horizon temporel dans lequel l'individu projette son futur, et donc en conséquence, les motivations individuelles (Carstensen et *al.*, 1999). Ainsi, la perception d'un horizon temporel limité pousse l'individu à se tourner vers des objectifs émotionnellement forts, capables de procurer une satisfaction immédiate (comme par exemple la recherche de soutien social), plutôt que vers des buts instrumentaux (comme par exemple l'acquisition de connaissances, de compétences ou la réussite sociale). Lang et Carstensen (2002) précisent que les buts émotionnellement forts recouvrent également les buts génératifs (*i.e.* l'intérêt porté au bien-être des générations suivantes) et les buts directement liés à la régulation des émotions. Enfin, Boyd et Zimbardo (1997) ont rappelé l'importance de la croyance en une existence post-mortem. Celle-ci suscite un nouvel horizon temporel susceptible alors d'être une source de motivations expliquant des comportements dans ce monde-ci.

- L'orientation temporelle vers le passé, le présent, le futur

En devenant adulte, l'individu cesse de vivre constamment dans un présent immédiat et apprend à se projeter vers le futur et à prendre du recul à l'égard des événements du présent. Les recherches antérieures n'ont pas décelé de réelles différences entre les individus âgés et les jeunes adultes dans l'orientation temporelle : elles s'accordent plutôt à dire que tous les individus semblent orientés vers le futur, mais que l'horizon temporel est de fait plus court parmi les individus seniors. Cependant, cela reste problématique pour des individus âgés. Alors que le passage à la retraite peut marquer le début d'une période active ouverte aux projets (Kastenbaum, 1982), certains retraités ont la particularité de vivre dans l'instant (Vrancken, 2001), alors qu'ils vivaient jusqu'au moment de la retraite dans l'avenir (Levet-Gautrat et Fontaine, 1987). D'autres encore peuvent se rattacher au passé, vivant la retraite comme une source d'incertitudes (Barus-Michel et *al.*, 1984).

- L'organisation de la structure temporelle

Bergadaà et Urien (2010) suggèrent que les deux premières dimensions temporelles citées n'avaient pas de réalité dans le cas des personnes âgées et proposent plutôt de s'intéresser au concept d'organisation de la structure temporelle qui est selon eux, le concept le plus différenciant au sein de la cible des seniors. Ce dernier consiste à considérer le temps en dégagant une attitude d'action ou de réaction selon les individus. Ainsi, ils distinguent :

- Les réacteurs, qui savent ce qu'ils veulent faire dans un futur immédiat, planifient leurs actions dans un temps segmenté et résistent au changement. Les auteurs

démontrent par cette occasion que les réacteurs adoptent des comportements qui permettent de traiter la perspective de fin de vie par la suppression des pensées qui s'y rapportent. Ils semblent en ce sens adopter un comportement d'évitement et adoptent plutôt la sécurité.

- Les acteurs ne savent pas ce qu'ils veulent faire dans le futur et agissent sans besoin d'incitation. Ils sont généralement intéressés par ce qui leur permet d'être et de se sentir bien vivant, plutôt que de faire des activités bien précises. Ils semblent donc être poussés à l'action grâce à des motivations intrinsèques, personnellement significatives.

Le lien entre l'âge et la perception temporelle

Le concept de tendance d'âge subjectif est naturellement à mettre en relation avec celui de la perception du temps et en particulier celle du temps restant à vivre. En se basant sur les différentes approches du temps développées en économie, sociologie et psychologie, la recherche en comportement du consommateur oppose le temps externe objectif au temps interne subjectif :

- le temps externe objectif correspond simplement au temps linéaire, continu et mesurable scientifiquement ;
- le temps interne subjectif correspond à un temps personnel et individuel, pour lequel la « subjectivité de l'individu », les « sentiments qu'il éprouve à l'égard de situations spécifiques », déterminent son impression de durée (Bergadaà, 1989).

En ce sens, Rosenfeld, Kastenbaum et Slater (1964) suggèrent que la tendance d'âge subjectif reflète le sentiment de l'écoulement du temps et peut être considéré comme un indicateur du temps passé comme de celui restant à vivre. Ce sentiment reflète la recherche d'un équilibre entre le désir persistant d'un horizon illimité (le mythe d'immortalité) et le sentiment de finitude lié à l'idée de l'approche de la mort. Ce dernier est bien sûr d'autant plus grand que l'individu vieillit. L'écart entre l'âge chronologique et l'âge subjectif semble découler en partie des bouleversements personnels et sociaux qui accompagnent les transitions du milieu et de la fin de la vie. La notion d'ajustement au vieillissement que nous développerons donne des éléments de compréhension supplémentaires sur la tendance à se percevoir à un âge différent de l'âge réel.

3. Moyens culturels pour soulager l'anxiété : illusions, refoulement et immortalité

Les deux premiers points abordés nous ont permis d'introduire le fait que le rapport à la mort est essentiellement fondé sur le lien entre les représentations de l'individu et les émotions qui s'y rattachent, la mort étant un événement majoritairement redouté et donc susceptible de susciter des émotions négatives telles que l'angoisse ou la peur. L'approche pluridisciplinaire révèle un dernier point essentiel du rapport individuel à la mort : la façon dont les représentations de la mort influencent les comportements de vie, et en particulier, la façon dont les individus tentent de réduire l'anxiété ressentie dans leur vie quotidienne. Elle permet ainsi d'appréhender des mécanismes de défense.

Barone et Gajewska (2006) parlent de distanciation pour évoquer les mécanismes de défense destinés à minimiser la peur ressentie face à la mort : « *nous essayons d'oublier, nous nous éloignons de la mort et nous luttons contre elle recourant à des langages et des gestes* ». Selon Conche (1980), la temporalité se heurte au temps et au destin et porte en elle ce rapport au temps et au destin selon deux modes différents :

- Soit sur le mode de la méconnaissance et de l'esquive, lorsque la pensée liée à la mort est refoulée ;
- Soit sur le mode de l'affrontement face à face, lorsqu'il existe un sentiment illusoire lié à l'être.

Ainsi, comme le souligne des auteurs tels que Becker (1973) ou James (1902), l'homme se crée lui-même un monde qu'il peut gérer, via des mécanismes de défense : il se jette dans l'action, utilise des techniques, apprend à ne pas s'exposer. Maslow précise que l'homme se protège via le refoulement ou d'autres techniques similaires qui lui permettent d'éviter d'être conscient de vérités dangereuses ou déplaisantes. Globalement, Becker (1973) souligne que l'homme est capable de transcender le dilemme de la mortalité via l'héroïsme, un concept qui implique le soi symbolique. Tous les auteurs cités s'accordent sur le fait que la culture d'appartenance joue un rôle indispensable dans la capacité qu'a l'homme à faire face à l'idée de fin de vie. En particulier, elle donne lieu à trois formes d'ajustement ou de défense : le refoulement psychologique, un ensemble d'illusions et la recherche d'immortalité.

3.1. Le recours fondamental à la culture d'appartenance

Pour Barone et Gajewska (2006), la culture permet de transgresser ce qui est naturel en l'homme et lui permet ainsi de devenir un élément d'un ensemble plus fort et plus puissant,

hors du temps de la nature. D'ailleurs, Jung (1956) précise que le fardeau le plus terrifiant pour la créature est d'être isolé, ce qui arrive dans le processus d'individualisation : lorsque l'individu se détache du groupe. Becker (1973) précise que les hommes cherchent à se protéger des accidents de la vie et des dangers de la mort en utilisant des symboles liés à la culture. Il s'agit d'un moyen de triompher du mystère de la nature et de se faire passer pour autre chose qu'un animal. La culture et les symboles qu'elle propose sont un moyen d'oublier et de protester contre la réalité naturelle et de nier la condition humaine.

Becker (1973) souligne également l'importance des sens et significations trouvés par l'homme pour réduire l'anxiété associée à l'existence. Il en vient cependant à préciser que les sens trouvés par l'homme sont fragiles et éphémères et souvent discrédités lorsque la nature prend le pouvoir (une catastrophe naturelle ou autre événement historique vient renforcer le pouvoir de la nature et ébranler celui de l'homme). D'où la nécessité d'avoir un soutien bien plus grand que les seuls sens créés par l'homme : un soutien conceptuel, lié au sens accordé à sa propre vie, basé sur une dimension transcendantale. Cette croyance doit être alors ancrée dans un sentiment intérieur fort selon lequel l'homme est en sécurité dans quelque chose de plus fort et de plus important que sa propre vie.

Becker (1973) insiste enfin sur le rôle de la culture dans la conscience de sa condition de créature. Selon lui, la culture est dans son contenu le plus intime un déni héroïque de sa condition de créature. L'homme veut se sentir héroïque et souhaite savoir que la vie a du sens dans le cours des choses : il cherche donc des éléments qui lui apportent ce sens. Si ce n'est pas dans la religion et la croyance en Dieu, Becker suggère les relations amoureuses dans lesquelles l'homme peut trouver un moyen d'accomplir sa vie.

3.2. Le refoulement psychologique et le déni de la réalité

L'idée fondamentale du refoulement psychologique apparaît à travers la citation de James (1902) : « *the strange power of living in the moment and ignoring and forgetting* ». Pour expliquer cela, Becker (1973) part d'un simple constat : quelle que soit sa nature, la peur de la mort ne peut être présente de façon constante si l'on souhaite continuer à vivre. Il souligne ainsi la nécessité de refouler la peur de la mort afin de continuer à vivre. Refouler signifie non seulement déplacer et oublier le problème lié à la mort, mais également essayer de maintenir un effort psychologique constant pour contrôler et ne jamais relâcher son attention. Le refoulement s'appuie sur les ressources propres à la vie pour absorber les peurs existantes chez l'individu (Becker, 1973). Le refoulement en vient donc à créer une

inconscience complète de la peur de la mort : l'homme, n'ayant pas conscience de sa peur de la mort, s'invente sans cesse des raisons pour justifier son anxiété.

Selon Kierkegaard (1844), les individus vivent dans ce qu'il appelle une « moitié d'obscurité » quant à leur propre condition afin de désigner le déni ou le refoulement. Plus encore, l'homme serait endormi par des routines quotidiennes de la société et se contente ainsi de satisfactions qui s'offrent à lui (tels que les voyages, les vacances). Il s'agit d'un moyen pour l'homme de se protéger avec des alternatives sécurisées et limitées que la société lui offre. Face au caractère oppressant de la vie, l'individu doit se protéger contre le monde : il peut le faire en réduisant le monde à des choses insignifiantes, banales et en développant une inconscience liée aux terreurs du monde et à ses propres anxiétés. Sans cette inconscience, il serait paralysé par l'action du fait d'une anxiété existentielle trop forte. La solution réside donc dans le refoulement. Rank parle de « *partialisation* » et considère même que la vie serait invivable sans cela. Becker parle de « *fétichisation* » : l'homme s'attarde sur les problèmes ponctuels de la vie qui lui arrivent au fur et à mesure, mais devient vite anxieux lorsqu'il s'agit de s'intéresser aux problèmes éternels de la vie. D'où l'intérêt de se focaliser sur les petits problèmes de son existence les plus insignifiants (Kierkegaard).

Ainsi, pour vivre et fonctionner normalement, il faudrait nécessairement une restriction du monde et de soi. Finalement, l'essence de la normalité est le refus de la réalité (Becker, 1973) et donc nécessairement une appréhension du monde fondée sur le mensonge. Dès lors que l'individu peine à gérer ces mensonges de l'existence, il y a risque de névrose, d'obsessions, de phobies ou de comportements compulsifs (Becker, 1973). La névrose en particulier résume tous les problèmes de l'existence humaine en ce qu'elle met en évidence la difficulté de vivre la réalité de l'existence (Rank, cité par Becker). Nous voyons donc que ce qui est fondamentalement en jeu dans le refoulement est la peur de la vie et de la mort, et en particulier le sentiment de vulnérabilité : la sécurité face à la terreur existentielle devient un problème majeur pour l'individu. Ainsi, pour conclure: tous les comportements de prévention utilisés par l'individu ont pour but de se sentir moins vulnérable (Becker, 1973). Il s'agit des différentes tentatives de vivre et de conserver un monde en sécurité. Ces comportements apparaissent comme le lieu de la performance de l'héroïsme.

3.3. Les illusions face à l'anxiété

Si le refoulement psychologique ou le déni sont les conditions pour réussir à vivre, cela signifie que l'homme est condamné à vivre dans le mensonge. Ceci l'amène donc à se rattacher à des illusions. Il s'agit de l'idée développée par Rank (1931, 1941) pour qui l'homme a besoin d'illusions : non seulement des illusions externes telles que l'art, la religion, la philosophie, la science, ou l'amour, mais également des illusions internes, qui conditionnent les premières, telles que la croyance sécurisante en ses capacités et en la possibilité de compter sur les pouvoirs des autres.

De la même manière, Conche (1980) met en évidence plusieurs illusions utilisées par l'homme pour réduire l'anxiété ressentie et la refouler. En effet, si la mort est inéluctable, l'homme doit donc vivre pour la mort, c'est-à-dire par rapport à la mort. L'homme doit donc vivre en mortel et associer ainsi volonté de vie et volonté de mort pour vivre dans la vérité. Les illusions proposées par Conche sont les suivantes :

- L'illusion morale consiste à suggérer que le fait d'agir moralement permet à l'homme d'acquérir des mérites et un droit sur le temps.
- L'illusion religieuse consiste à croire en une vie après la mort grâce à l'existence de l'âme.
- L'illusion sociale prétend que l'homme lutte contre la mort et l'oubli en essayant de se faire un nom, d'acquérir la considération, la notoriété, le prestige ou la gloire. Dans l'illusion de durer, l'homme oublie de faire face à son destin d'être mortel : il atteint ainsi une forme d'immortalité symbolique via la reconnaissance.
- L'illusion ontologique est liée à l'apparence de consistance du réel. L'homme oublie ainsi qu'en réalité tout n'est qu'apparence et voué au néant : il se lance alors dans la possession et le matérialisme. Cela passe également par l'observation des faits, l'étude et la manie du détail. La sagesse consiste en ce sens à détacher de tout ce qui est périssable.
- L'illusion pratique s'appuie sur le divertissement. Dans l'action, l'homme pense à court terme et oublie ainsi que tout est voué au néant. Il vit alors dans un état de distraction et de rêve par rapport à sa condition. L'action apparaît alors comme une fuite et un évitement de la réalité. A travers cette illusion, l'homme vit parfois dans l'inconscience et l'irrespect du corps.

A coté de toutes ces illusions, Conche précise qu'il n'existe pas de conduite parfaite en sachant qu'il y a une fin, excepté le fait de vivre de la meilleure façon possible tout en ayant conscience du néant.

3.4. Le projet d'immortalité

Conche (1980) suggère que l'idée de l'existence de l'âme ou de l'esprit serait la principale issue de la peur. Ainsi, l'homme a si profondément peur de la mort qu'il se serait forgé lui-même l'idée de l'âme associée au corps, qui elle, échappe à la mort, et donc au destin. L'esprit serait donc libre à l'égard du temps et de la nature. Cela passe par la religion, les mythes, la science, les rites (Barone et Gajewska, 2006). Ainsi, chaque culture anticipe l'idée d'immortalité : selon Edgar Morin, le mythe de l'immortalité est la prolongation de la vie dans le temps indéfini, mais pas dans le temps fini (Barone et Gajewska, 2006). Ainsi, il écrit : « *La mort dans cette dialectique de la mortalité et de l'immortalité est devenue quelque chose de pensable et d'imaginable... Elle est présentée comme un voyage, une maladie ou une naissance. L'idée de l'immortalité ne nous conduit pas vers l'ignorance de l'idée de la mort, mais vers l'acceptation de sa présence. Nous découvrons, grâce à cela, la réalité de la mort comme un événement qui vient et qui a lieu.* ». Ainsi, le concept d'immortalité a deux conséquences : la réalité de la mort devient pensable, imaginable et mieux acceptée.

La plupart des individus cherchent à gagner leur immortalité via des moyens populaires conçus par la société (Becker, 1973), c'est-à-dire dans l'au-delà des autres, plus confortables, et non le leur. Ceci rend donc l'héroïsme personnel via l'individualisation comme étant une aventure plus audacieuse. Cette approche est celle de l'artiste pour qui l'existence est un problème auquel il est nécessaire d'apporter une réponse. Ainsi, lorsque l'on n'accepte plus la solution collective au problème de l'existence, il faut alors créer sa propre solution d'immortalité et cela passe par l'art ou l'impulsion créatrice pour l'artiste. Ce dernier acquiert l'immortalité via les résultats de ses propres dons, uniques, son travail créatif étant l'expression de son héroïsme et sa justification. Par la création, l'artiste atteint une liberté spirituelle et se rend indépendant du sexe ou de la mort et de la volonté de la nature. Il atteint ainsi ce que Becker appelle le projet d'immortalité ou le *causa sui*.

Le *causa sui*, concept central dans les travaux de Becker, Freud et Spinoza, fait référence à une chose qui est générée à partir d'elle-même. Ainsi, l'individu peut créer ou continuer à créer du sens au-delà de sa propre vie. Rank en souligne l'importance comme étant une

incitation à la créativité et à l'illusion artistique, mais en reconnaît les limites existentielles liées à la mort et la destruction du corps. Becker reconnaît qu'il y a beaucoup de fausseté et d'aveuglement dans le projet culturel d'immortalité mais estime cependant qu'il s'agit d'une réelle nécessité : l'homme a besoin d'un second monde, plein de sens, une seconde réalité dans laquelle il peut se nourrir et vivre. L'homme a ainsi le sentiment qu'il est devenu héroïque et qu'il fait partie de quelque chose d'éternel.

Associé au concept d'immortalité, Becker (1973) présente la notion de *transférance*, qui peut être traduit par les termes de transmission, transfert ou passation. Reprenant les mots de Fromm (1964), Becker précise que l'homme choisit un objet sur lequel il projette toutes ses qualités humaines (amour, courage, intelligence) afin de surmonter son sentiment de vide ou d'incapacité. En se soumettant à cet objet, l'homme se sent en sécurité, fort et courageux. C'est l'un des seuls moyens de pouvoir faire face au pouvoir oppressant de l'univers. Selon Rank, l'objet de transférance représente pour l'individu les principales forces biologiques de la nature, auxquelles l'ego se lie émotionnellement et qui forment l'essence de l'humain et sa destinée. Ainsi, plus on devient conscient de la mort, plus on utilise l'objet de transférance pour assurer notre propre immortalité. Cela explique selon Becker le désir de déification de l'autre, le fait de placer certaines personnes sur un piédestal ou encore, la recherche de héros. Lorsque le leader, le héros meurt, nous sommes alors en état de choc car nous avons perdu notre soutien contre la mort. D'où une réelle volonté d'immortaliser la personne dans la société (en renommant par exemple des rues, aéroports avec le nom de la personne célèbre décédée).

Terminons ce point en précisant que selon Becker, certaines maladies mentales telles que la dépression ou la schizophrénie sont liées à la peur de la mort et à des failles dans le *causa sui* de l'individu. La dépression est liée selon l'auteur à un problème de courage et à une peur excessive de la vie : en ce sens, il faut consentir chaque jour à mourir, accepter son sort. La schizophrénie, quant à elle, caractérise un état de paralysie totale liée à la peur de la vie et ce qu'elle exige. L'individu est alors totalement incapable de faire face à l'aide de ses propres capacités : rien ne peut surmonter les horreurs de la vie et de la mort, excepté un système idéal qu'il s'est lui-même fabriqué.

Conclusion de la section 2

Dans cette section, nous nous sommes intéressés à l'interaction entre le concept de mort et l'être mortel afin de mieux comprendre comment l'individu peut appréhender l'idée de sa propre mort. Ainsi, la conscience de soi est l'élément indispensable à l'existence d'un rapport individuel à la mort. De plus, parce que la mort est difficilement cernable, voire impensable, les représentations de la mort permettent, comme le souligne d'ailleurs l'approche pluridisciplinaire, d'appréhender les croyances, pensées, fantasmes, souvenirs ou mythes qui concourent à la perception de la réalité du phénomène. Ces représentations permettent à leur tour de définir un ensemble d'attitudes à l'égard de l'idée de sa propre mort, susceptibles d'évoluer au cours de l'existence. En effet, le processus de vieillissement place l'individu face à de nombreux bouleversements susceptibles de nuire au soi et d'être autant de rappels de la perspective de l'échéance finale. Pourtant, les individus seniors s'avèrent moins anxieux et développent des ressources efficaces et inexistantes à d'autres périodes de l'existence.

De plus, l'idée de sa propre mort pouvant être plus ou moins redoutée, le rapport individuel à la mort s'accompagne très souvent d'une anxiété. Reprenant les propos de Becker et des théoriciens de la TMT (*Terror Management Theory*), nous envisageons l'anxiété face à la mort comme une anxiété fondamentale de laquelle découle d'autres formes d'anxiété (insécurité, vulnérabilité, insignifiance). Elle s'avère dépendre entre autres de l'âge, la culture d'appartenance, l'anxiété de trait et la perception temporelle. De ce fait, il est possible d'envisager d'autres émotions (moins négatives) suscitées par l'idée de fin de vie. Enfin, la littérature a permis de mettre en évidence différents moyens pour soulager cette anxiété, tels que l'appartenance à une culture, le refoulement psychologique, les illusions culturelles et le projet d'immortalité.

Conclusion du chapitre 1

Ce premier chapitre avait comme objectif d'aboutir à une meilleure compréhension du phénomène à la fois individuel et social qu'est la mort. Il a permis en particulier de faire émerger plusieurs caractéristiques. (1) Parce qu'elle est inévitable, naturelle et universelle, la mort donne lieu à de nombreuses représentations et conceptions distinctes (essentiellement à la troisième personne), dépendant de caractéristiques individuelles, telles que l'âge et la perception temporelle notamment. Elle devient alors ce qui conditionne la vie. (2) La mort peut être considérée comme un tabou susceptible d'être la source de nombreuses craintes. L'anxiété associée à la mort peut ainsi être considérée comme l'anxiété existentielle fondamentale de laquelle découlent d'autres formes d'anxiétés liées au sentiment d'insécurité, d'insignifiance ou de vulnérabilité de l'être humain. (3) Enfin, cette dimension émotionnelle négative donne lieu à des outils, notamment culturels, qui permettent de soulager l'anxiété ressentie et de continuer à vivre et à donner du sens à sa vie.

Ainsi, le chapitre 1 révèle des éléments conceptuels essentiels liés au rapport individuel à la mort qui constituent pour la suite de notre développement des soubassements indispensables à la compréhension du concept de saillance de mortalité et de son effet sur les comportements. Or, comme précisé dans l'introduction, alors que la thématique de la mort reste très peu étudiée en sciences de gestion, le concept de saillance de mortalité, dans le cadre de la TMT notamment, n'a presque pas été étudié dans les recherches marketing en France, alors que ce concept est souvent mobilisé dans les recherches anglo-saxonnes. Le chapitre suivant s'intéresse alors au concept central de cette recherche, à savoir le concept de saillance de mortalité.

Chapitre 2. De la saillance de mortalité comme événement stressant au déploiement de mécanismes de défense

Section 3. Le concept central de saillance de mortalité

Section 4. Le déploiement de stratégies pour faire face

Section 5. L'exploration de nouvelles pistes de recherche

PREMIERE PARTIE. LES FONDEMENTS THEORIQUES DE LA RECHERCHE

Chapitre 1 - La mort, perceptions et représentations

Section 1. Le concept de mort : l'approche pluridisciplinaire

Section 2. Le rapport individuel à la mort

Chapitre 2 – De la saillance de mortalité comme événement stressant au déploiement de mécanismes de défense

Section 3. Le concept central de saillance de mortalité

Section 4. Le déploiement de stratégies pour faire face

Section 5. L'exploration de nouvelles pistes de recherche



DEUXIEME PARTIE. L'INFLUENCE DE LA SAILLANCE DE MORTALITE SUR LE CADRAGE SITUATIONNEL EN CONSOMMATION: EXPLORATION, MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 3 – L'étude qualitative exploratoire

Section 1. La méthodologie de l'étude qualitative

Section 2. Les résultats de l'étude qualitative

Chapitre 4 – Le modèle conceptuel et ses hypothèses

Section 3. Proposition du modèle conceptuel

Section 4. Les hypothèses de la recherche



TROISIEME PARTIE. L'ETUDE EXPERIMENTALE: METHODOLOGIE, RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 5 – La méthodologie de l'étude expérimentale

Section 1. Présentation et validité du protocole expérimentale

Section 2. L'opérationnalisation, les outils de mesure et la fiabilité des construits mobilisés

Chapitre 6 – Les résultats de l'étude expérimentale et discussion

Section 3. Les résultats de la recherche

Section 4. La mise en perspective des résultats

Introduction du chapitre 2

Après avoir développé des éléments théoriques portant sur la thématique de la mort et le rapport individuel à la mort qui nous ont permis de préciser le contexte de la saillance de mortalité, ce chapitre s'intéresse maintenant à ce concept central. Il propose en effet d'aboutir à un état de l'art sur le concept et sa mobilisation dans les études antérieures, notamment dans les recherches anglo-saxonnes relatives à la *Terror Management Theory* (TMT ; Greenberg et alii., 1994). En particulier, nous chercherons ici à répondre aux questions suivantes : comment définir le concept de saillance de mortalité et en quoi se distingue-t-il d'autres notions relatives à la mort ? sous quelles formes le concept de saillance de mortalité a-t-il été mobilisé dans les recherches antérieures ? et quels sont les effets de la saillance de mortalité sur les comportements individuels ?

Ce chapitre s'articule autour de trois sections. La **section 3** a pour objectif de donner une définition claire de la saillance de mortalité qui se distingue bien d'autres concepts liés, tels que l'attitude à l'égard de la mort, l'anxiété face à la mort ou encore la conscience de sa propre mort. Une fois défini, nous nous intéresserons aux recherches antérieures qui mobilisent ce concept, pour en déduire l'idée selon laquelle la saillance de mortalité, parce qu'elle est susceptible de susciter un affect négatif, induit nécessairement une autorégulation de la part de l'individu. La **section 4** porte alors sur les différents mécanismes de défense mis en œuvre en situation de saillance de mortalité. Nous mobiliserons ainsi les apports des théories fondamentales liées à l'anxiété existentielle que sont la TMT et la MMT (*Meaning Management Theory*), mais également d'autres théories liées à la motivation qui apportent un nouveau regard sur les mécanismes de défense. Enfin, la **section 5** permettra de préciser de nouvelles pistes de recherche sur la base des soubassements théoriques de la littérature.

Section 3. Le concept central de saillance de mortalité

Cette section est consacrée à la définition du concept central de cette recherche, à savoir la saillance de mortalité. La saillance de mortalité apparaît comme une notion fondamentale de la théorie de gestion de la terreur (TMT). Nous allons successivement donner sa définition, sa manipulation puis préciser en quoi ce concept se distingue bien d'autres notions qui peuvent cependant lui être liées. Nous aborderons dans un second point un état de l'art des recherches antérieures qui mobilisent le concept de saillance de mortalité et qui traitent de ses effets sur les comportements. Enfin, nous verrons que cet état de l'art nous amène à nous interroger sur le processus d'autorégulation comme conséquence nécessaire de la saillance de mortalité.

1. Définition et manipulation du concept de saillance de mortalité

1.1. Définition de la notion de saillance

Avant d'aborder la notion de saillance de mortalité, il semble essentiel de préciser ce que l'on entend par le terme de « saillance ». La notion de saillance trouve ses origines dans la théorie de la Gestalt, plus précisément dans les travaux de Max Wertheimer concernant la physiologie de la perception visuelle (Guillaume, 1979). Ainsi, la notion de saillance et la distinction entre figure et fond ont été explorées avec des approches et des objectifs variés. Landragin (2004) parle de saillance ou de prégnance comme étant liée à l'émergence d'une figure sur un fond. Cette notion permet ainsi de comprendre pourquoi certains éléments seraient plus compris et retenus que d'autres, pourquoi certains référents du discours deviennent plus prépondérants que d'autres. Il précise alors que la saillance d'un élément a un double objectif : diriger l'attention du sujet et privilégier sa prise en compte dans le processus d'interprétation. La notion de saillance est particulièrement utile dans des modèles de communication, en exploitant par exemple l'importance cognitive des informations saillantes, permettant d'identifier la forme qui rend saillante l'information à transmettre.

En particulier, la perception visuelle (comme le cas des stimuli visuels) fait intervenir la notion de saillance : l'attention du sujet s'arrête prioritairement sur des éléments saillants qui ressortent de l'environnement visuel jusqu'à axer les processus cognitifs sur ces seuls éléments.

Dans ce processus, deux causes sont en jeu :

- des causes visuelles pour lesquelles un ou plusieurs éléments visuels interpellent le sujet, ou du moins, attirent son regard ;
- et des causes cognitives, pour lesquelles ces éléments attirent le regard parce qu'ils sont liés à la nature ou la personnalité du sujet.

L'unité à laquelle s'applique la saillance est le percept, c'est-à-dire un élément visuel distinguable. De plus, les facteurs de saillance visuelle concernent aussi bien les propriétés physiques des concepts que les aspects cognitifs mis en jeu lors de leur perception (Guillaume, 1979). Ainsi, Landragin fait la distinction entre deux types de saillance :

- la saillance physique liée à la trace physique du message : est saillant ce qui ressort en premier de la perception d'un message ou d'un visuel, compte tenu de sa forme, c'est-à-dire des propriétés de ses composants.
- la saillance cognitive liée aux processus cognitifs et aux spécificités du sujet : est saillant, ce qui ressort en premier de la perception d'une scène compte tenu des représentations mentales de l'utilisateur, de ses intentions de perception, de son attention visuelle et de sa mémoire à court terme, de ses expériences personnelles et de ses émotions. Sur ce dernier point, l'auteur précise que tout stimulus peut provoquer chez un individu certaines émotions. Pattabhiraman (1993) parle ainsi de vivacité (*vividness*) pour décrire la capacité d'un stimulus à évoquer des représentations émotives.

A l'image de cette distinction, d'autres auteurs ont fait la distinction entre la saillance perceptive et la saillance conceptuelle (Pattabhiraman et Cercone, 1990), la saillance de la pertinence et la saillance de la prégnance (Thom, 1988). Selon Levitte (2011), l'attention peut être attirée par des stimuli dits saillants : certains événements captent l'attention involontairement et automatiquement (au contraire de l'attention volontaire qui guide la perception).

1.2. Définition de la notion de saillance de mortalité

Newcomb, Turner et Converse (1965) considèrent qu'une information est dite « saillante » lorsqu'elle est enregistrée, puis rappelée par certains éléments de l'environnement de l'individu et liée à d'autres informations qui sont présentées. Par exemple, chaque individu sait pertinemment qu'il va mourir. Il s'agit d'une information enregistrée dans l'esprit. Pour autant, les individus ne sont pas obsédés en permanence par

cette idée. Les pensées liées à la mort émergent en général lorsque les individus sont confrontés à des situations ou des images qui leur rappellent leur propre mortalité. En ce sens, les stimuli qui utilisent des messages visuels ou textuels liés à la thématique de la mortalité peuvent amener l'individu à penser à sa propre mort ou, selon les termes employés par la *Terror Management Theory* (TMT), à créer une situation de saillance de mortalité dans leurs esprits.

Le concept de saillance de mortalité (*death saliency* ou *mortality salience*) est utilisée dans de nombreuses recherches américaines et est à la base de la TMT qui sera développée plus loin (Greenberg, Pyszczynski et Solomon, 1986). Ce concept demeure cependant très peu mobilisé dans la recherche en France, ce qui apparaît comme l'une des principales contributions de cette recherche doctorale. On parlera alors de situation de saillance de mortalité pour désigner **une situation de rappel de la fin inéluctable de l'individu, de sa condition d'être mortel, tant sur le plan physique (i.e. liée aux composantes de la situation présentée) que cognitif (i.e. liée aux perceptions de la situation par l'individu)**. Ce rappel peut être d'intensité variable et la méthode de manipulation du concept diffère selon les études mises en œuvre.

Terminons ce premier point en précisant que les recherches liées à TMT manquent de clarté quant à la définition du concept : alors que certaines définissent la saillance de mortalité comme le rappel de la perspective de la mort en général, d'autres parlent d'un rappel de la perspective de sa propre mort. Dans cette recherche, nous avons fait le choix de définir la saillance de mortalité comme étant une situation qui confronte l'individu à l'idée de sa propre mort. De ce fait, plusieurs situations peuvent donner lieu à une saillance de mortalité, que son origine soit extérieure à l'individu (lié à un événement qui lui échappe) ou interne (lié à un événement qui l'implique directement, comme la maladie par exemple) : cela peut être des émissions ou des séries télévisées illustrant des scènes morbides, des attaques terroristes ou même des catastrophes naturelles (Pyszczynski, Solomon et Greenberg, 2003) pour lesquelles l'individu peut s'identifier ou se projeter. Par exemple, au lendemain des attaques du 11 septembre 2001 aux Etats-Unis, les médias ont montré le désir des américains de profiter au maximum de leur journée en s'engageant dans une consommation excessive (Cosgrove, 2001). Dans cette étude, les attaques du 11 septembre 2001 sont définies comme une situation de saillance de mortalité.

1.3. La manipulation de la saillance de mortalité

Afin d'apporter des éléments d'approfondissement de la définition, nous présentons ici certaines méthodes liées à la manipulation de la saillance de mortalité. Ces éléments seront cependant approfondis et précisés dans le chapitre 5 consacré à la méthodologie.

Les théoriciens ont manipulé la situation de saillance de mortalité en proposant plusieurs conditions expérimentales. Ainsi, la manipulation qui revient le plus souvent est le fait de demander aux individus de répondre à deux questions ouvertes : décrivez brièvement les émotions que l'idée de votre propre mort éveillent en vous ; selon vous, que va-t-il vous arriver lorsque vous serez physiquement mort. Ces questions ouvertes permettent de susciter les pensées liées à sa propre mort. Une autre manière de les provoquer est de demander aux répondants de compléter une échelle de mesure de l'anxiété face à la mort. D'autres encore utilisent des outils pour susciter les pensées liées la mort : le visionnage d'un film d'un accident (Taubman Ben-Ari, 2000), la photo d'un cimetière ou d'un cercueil, ou encore le fait d'interroger le répondant devant un funérarium.

En parallèle, les recherches sur la saillance de mortalité utilisent un groupe de contrôle afin de tester l'effet potentiel de la saillance de mortalité. Les individus du groupe de contrôle doivent ainsi répondre à des questions ouvertes mais non liées directement au thème de la mort, comme par exemple le fait de regarder la télévision. Il est cependant plus pertinent d'utiliser des questions susceptibles de susciter un affect négatif afin de garder une cohérence dans la comparaison entre les différents groupes expérimentaux (Burke, Martens et Faucher, 2010). De plus, les recherches utilisent des stimuli subliminaux qui peuvent s'apparenter à une situation de saillance de mortalité faible ou dite subtile (Greenberg et *al.*, 1994).

Notons enfin qu'un individu est dit en situation de saillance de mortalité lorsque les pensées liées à la mort sont en dehors de l'attention focale ou dans le champ du préconscient (Freud, 1923). Ainsi, les pensées liées à sa propre mort ne doivent pas être dans le champ de la conscience mais peuvent lui parvenir et lui être accessibles. Précisons ici ce point qui sera repris de nombreuses fois par la suite. Selon Freud (1923), un appareil psychique se compose de quatre systèmes, parmi lesquels on retrouve le conscient, le préconscient, la censure et le refoulement. Le conscient se situe en périphérie de l'appareil psychique et constitue ce qui reçoit directement les informations (internes et externes). Ensuite, le préconscient se situe entre le système inconscient et le conscient, et est défini comme « la conscience dans sa fonction perceptive ». En ce sens, le contenu du préconscient désigne un

ensemble de pensées et représentations perçues, accessibles au conscient mais sans lui appartenir. Ainsi, les études antérieures démontrent que les manipulations de la saillance de mortalité n'ont d'effet qu'après un délai (ou distraction) suivant directement le stimulus (Arndt, Greenberg, Solomon, Pyszczynski et Simon, 1997), lorsque les pensées liées à la mort sont bien dans le préconscient. Les auteurs justifient ce choix par le fait que les pensées liées à la mort seraient trop fortes et trop menaçantes pour susciter des défenses psychologiques pertinentes autre que le simple évitement (Pyszczynski et *al.*, 1999).

1.4. Un concept à distinguer d'autres notions qui lui sont associées

La conscience de sa propre mort

La conscience du mourir est le propre de la nature humaine (Pascal, *Les Pensées*). C'est parce que l'homme a la faculté de penser qu'il prend conscience de sa propre mort et qu'il en recherche le sens. Ce besoin métaphysique propre à l'homme de recherche de sens est directement lié à l'étonnement suscité par la mort (Schopenhauer, 1818). Ainsi, la conscience de la mort existe chez tout individu parce qu'il est un être pensant. En reprenant la définition proposée précédemment sur la base de celle de Damasio (2002), elle se définit comme l'élaboration d'une connaissance relative à l'interaction entre un organisme (un individu pris comme une identité individuelle) et un objet (la mort), suscitant un changement dans l'organisme. De cette manière, nous retrouvons l'idée selon laquelle la conscience de la mort, bien que présente en permanence, est un élément (1) dont le contenu évolue avec l'âge et les expériences vécues ; (2) qui est susceptible de modifier les comportements de l'individu.

La situation de saillance de mortalité, par définition, rappelle les pensées liées à sa propre mort. En ce sens, elle réactive chez l'individu une conscience de sa propre mort déjà existante par nature, à travers sa dimension physique (selon les composantes de la situation) et cognitive (selon la perception de l'individu). La situation de saillance de mortalité génère donc dans l'esprit des individus une conscience ponctuelle et situationnelle de sa mort. Elle réactive la conscience pré-existante d'une fin de vie, liée au besoin fondamental de préservation de soi (conscience noyau) et au soi autobiographique identitaire capable d'anticiper le futur (conscience étendue ; Damasio, 2002). Notons que cette conscience met en jeu la vulnérabilité de l'être humain et en particulier, de son corps, ainsi que la perspective de disparition de soi.

L'anxiété face à la mort

Comme nous l'avons vu précédemment dans la section 2, du fait de son imprévisibilité et de son caractère incontrôlable, la mort est un événement potentiellement source de stress et d'anxiété. Nous retenons ici la définition de Urien (2003) pour qui l'anxiété face à la mort se définit comme « *un ensemble de réactions affectives négatives (terreur, menace, inquiétude, malaise, inconfort, etc.), d'intensité variable, provoqué par des idées conscientes et inconscientes relatives à la disparition de soi* ». Ce concept désigne donc la dimension affective de l'attitude à l'égard de la mort.

Ainsi, la situation de saillance de mortalité est susceptible de susciter une anxiété à l'égard de la mort, elle-même déterminée par des éléments propres à l'individu (section 2). Toutefois, il est important de noter que la situation de saillance de mortalité ne préjuge pas du caractère positif, neutre ou négatif de la relation à la mort de l'individu. La littérature amène à supposer que l'anxiété est la principale réaction affective du rapport individuel à la mort, mais certains éléments présentés, liés à des conceptions particulières de l'idée de mort ou au processus de vieillissement, montrent que l'affect négatif n'est pas l'unique conséquence de l'idée de fin de vie.

L'attitude à l'égard de la mort

Sur la base des éléments cités précédemment, la façon dont l'individu réagit à une situation de saillance de mortalité va dépendre de son attitude à l'égard de la mort. Comme précisé dans la section 2, l'attitude face à la mort se définit selon ses trois composantes : cognitive (croyances et opinions), affective (sentiments, affects, états d'humeur) et conative (disposition à agir de façon favorable ou défavorable). L'anxiété face à la mort correspond ainsi à la dimension affective de l'attitude à l'égard de la mort, qui est, de ce fait, plus générale. De la même manière, le concept d'attitude à l'égard de la mort dépend de nombreuses variables individuelles, telles que l'âge chronologique, l'état de santé, la religiosité par exemple (Neimeyer, Wittkowski et Moser, 2004). Ainsi, la façon dont l'individu réagit à une situation de saillance de mortalité dépendra de l'attitude qu'il a à l'égard de l'idée de sa propre mort.

2. L'effet de la saillance de mortalité sur les comportements : les recherches antérieures

2.1. Le rôle de l'anxiété existentielle selon la TMT

La *Terror Management Theory* (TMT) a été élaborée en 1986 par Greenberg, Pyszczynski et Solomon, inspirés des travaux de Otto Rank et de ceux d'Ernest Becker. Selon les auteurs, la combinaison de deux éléments est susceptible de créer un sentiment d'anxiété ou de « peur paralysante » : (1) l'instinct de préservation de soi existant chez n'importe quel être vivant ; (2) la conscience de la perspective de fin de vie propre à l'être humain. Ainsi, le simple fait d'évoquer la mort, tel que l'induction de saillance de mortalité, serait déplaisant pour les individus et réveillerait une angoisse existentielle. Et ce, pour plusieurs raisons : cela réveille l'incertitude liée au moment auquel elle surviendra et la façon dont elle surviendra ; cela réveille l'angoisse liée à la douleur des proches et à l'isolement; cela active d'autant plus le désir de rester en vie.

De plus, la section 2 nous a également permis d'appréhender la question de savoir si l'anxiété à l'égard de la mort est l'anxiété existentielle fondamentale de laquelle proviennent toutes les autres formes d'anxiétés (vulnérabilité, insignifiance, insécurité). Sans entrer dans ce débat, l'objet de cette recherche porte sur la perspective de la mort et s'intéresse donc uniquement à l'anxiété à l'égard de la mort comme anxiété existentielle fondamentale, sans pour autant nier l'existence d'une anxiété relative au sentiment de vulnérabilité ou d'insécurité de l'individu. Cependant, bien que la littérature amène à supposer que l'anxiété est la principale réaction affective du rapport individuel à la mort, certains éléments présentés, liés à des conceptions particulières de l'idée de mort ou au processus de vieillissement montrent que l'affect négatif n'est pas l'unique conséquence de l'idée de fin de vie.

Enfin, Arndt *et al.* (2005) expliquent que d'autres sources d'anxiété n'ont pas les mêmes effets qu'une induction de mortalité. De même, le fait d'être paralysé (Arndt *et al.*, 1999), d'être anxieux à propos de son avenir (Greenberg *et al.*, 1995), de passer un examen (McGregor *et al.*, 1998) ou de faire un discours en public (Greenberg *et al.*, 1994, étude 2) ne suscitent pas les mêmes effets que l'induction de saillance de mortalité. De plus, cette induction ne fait pas augmenter le niveau d'anxiété des sujets (Greenberg *et al.*, 1997). Ces éléments nous amènent à considérer l'unicité et la spécificité des effets de la saillance de mortalité sur les comportements, via l'anxiété existentielle selon la TMT.

2.2. L'effet de la saillance de mortalité sur les comportements

2.2.1. Les comportements en général

Dans la lignée de cette théorie, de nombreuses études empiriques ont été menées dans sept pays différents démontrant que les rappels de la mortalité amènent les individus à se rendre plus fidèles aux modèles culturels auxquels ils appartiennent. Le terme modèle culturel utilisé par la TMT désigne un système de valeurs et de croyances communes partagées par un groupe. En particulier, les études menées ont montré que la saillance de mortalité affecte de manière significative les réponses comportementales et cognitives interindividuelles au sein d'un groupe social, comme par exemple : les comportements agressifs (McGregor et *al.*, 1998, dans Solomon et *al.*, 2004, p. 22), les attitudes sexuelles, le comportement prosocial (Greenberg, Solomon et Pyszczynski, 1997 ; Landau, Greenberg, Solomon, Pyszczynski et Martens, 2006 ; Pyszczynski, Greenberg, Solomon, Arndt et Schimel, 2004). D'autres recherches montrent qu'en situation de saillance de mortalité, les individus sont susceptibles de punir ou de dévaloriser ceux qui sont en désaccord avec leur modèle culturel, et à l'inverse de valoriser et soutenir ceux qui partagent le même modèle (Greenberg et *al.*, 1990 ; Arndt, Cook et Routledge, 2004 ; Jonas, Fritsche et Greenberg, 2005). Rosenblatt et *al.* (1989) montrent que les sujets ayant été amenés à penser à leur propre mort étaient plus sévères envers ceux qui ne respectaient pas leur modèle culturel, que les sujets qui n'avaient pas été amenés à penser à leur mort. De plus, les sujets en situation de saillance de mortalité étaient plus susceptibles d'attribuer une récompense aux individus qui respectaient leur modèle culturel que les individus du groupe de contrôle.

La saillance de mortalité suscite également une approche comportementale des membres d'une culture ou d'un groupe et un évitement de ceux qui n'appartiennent pas au groupe (Ochsmann et Mathy, 1994) ; une évaluation plus dure envers ceux qui transgressent les codes moraux (Florian et Mikulincer, 1997 ; Rosenblatt, Greenberg, Solomon, Pyszczynski et Lyon, 1989) ; et un comportement agressif envers ceux qui mettent en péril les croyances individuelles (McGregor et *alii.*, 1998). La recherche démontre également qu'après une situation de saillance de mortalité, les individus cherchent plus à se conformer aux standards culturels et sont plus réticents à violer de telles normes (Greenberg, Porteus, Simon, Pyszczynski et Solomon, 1995). Dans certaines cultures donc, les rappels de la mortalité motivent les individus à construire une identité qui perdurera après la mort physique (Bonsu et Belk, 2003). Par exemple, des individus patriotes préfèrent des marques nationales

(symboles d'une identité culturelle forte) à des marques étrangères en situation de forts rappels de mortalité (Liu et Smeesters, 2010).

D'autres recherches présentent des effets de la saillance de mortalité portant sur les comportements individuels. Kasser et Sheldon (2000) ont montré qu'en situation de saillance de mortalité, les individus projetaient d'avoir dans le futur des salaires plus élevés et de dépenser plus dans des articles axés plaisir, tels que les vêtements ou le divertissement. Ils montrent également qu'en situation de saillance de mortalité les individus deviennent plus cupides et démontrent un intérêt particulier pour des dépenses dans des tâches d'allocation des ressources. Enfin, la TMT suggère qu'en situation de saillance de mortalité, les individus appartenant à une culture capitaliste auront plus de préférences matérialistes, les biens matériels étant perçus comme un moyen de valoriser leur culture et leur estime d'eux-mêmes (Arndt et al., 2004). Atalay (2007) montre que, en situation de saillance de mortalité, les individus deviennent plus averses au risque face à un choix risqué du fait d'un besoin de contrôle.

2.2.2. Les comportements de consommation en particulier

Dans le domaine de la consommation en particulier, la saillance de mortalité est susceptible de susciter des préférences de consommation du fait de sentiments d'insécurité. Arndt et al. (2004) suggèrent que le comportement de consommation est utilisé pour faire face aux problèmes existentiels. Pour autant, seules quelques recherches ont tenté de montrer les effets de la saillance de mortalité sur le comportement de consommation (Kasser et Sheldon, 2000). Si l'on reprend l'exemple cité précédemment des conséquences des attaques du 11 septembre 2001 (Cosgrove, 2001), des auteurs montrent que l'engagement dans la consommation excessive qui a suivi a pris la forme d'achats onéreux de produits de luxe (White et Leung, 2002), mais également de bonnes affaires, de stockage de boîtes de conserve et d'une surconsommation de sucreries (Hubler, 2001). La consommation excessive peut apparaître ainsi comme un moyen de faire face aux pensées omniprésentes liées à la saillance de mortalité.

Les recherches antérieures sur la TMT démontrent notamment que la situation de saillance de mortalité suscite des orientations vers des buts extrinsèques (*i.e.* se lancer dans des comportements à des fins instrumentales): le succès financier, la reconnaissance sociale, l'attractivité physique (Kasser et Ryan, 1996) ; les dépenses excessives et l'avidité (Kasser et Sheldon, 2000) ; la quantité de produits acquis, consommés et la somme dépensée (Atalay et

Türe, 2009 ; Mandel et Smeesters, 2008) ; les préférences pour les produits de luxe à statut élevé, l'expression de valeurs matérialistes (Arndt et al, 2004 ; Mandel et Heine, 1999) ; l'évaluation du produit via le désir de contrôle (Herzenstein et Horsky, 2007). Ces éléments sont perçus comme un moyen de restaurer une estime de soi mise à mal par les rappels de sa propre mortalité. Nous verrons ainsi dans la suite (section 4) que certaines recherches suggèrent que la saillance de mortalité affecte les choix de consommation via la recherche d'estime de soi : Ferraro et al. (2005) montrent que, en situation de saillance de mortalité, les consommatrices féminines étaient plus susceptibles de choisir un gâteau au chocolat (qu'une salade de fruit), mais seulement lorsqu'elles présentaient une faible estime liée à leur corps. Les autres ayant une forte estime liée à leur corps avaient tendance à préférer la salade de fruit comme moyen de renforcer l'estime de soi en situation de saillance de mortalité. Ainsi, la saillance de mortalité renforce la volonté de préserver l'estime de soi, notamment lorsque celle-ci s'avère importante pour l'individu. Enfin, en situation de saillance de mortalité, les individus matérialistes présentent de plus fortes relations aux marques (Rindfleisch, Burroughs et Wong, 2009).

Ces résultats présentés laissent donc penser que la situation de saillance de mortalité, potentiellement source de stress et d'anxiété (appelée anxiété existentielle par la TMT), suscite une modification ou un renforcement des comportements dans un objectif d'atteindre certains buts particuliers. Sur la base de l'hypothèse de saillance de mortalité, les théoriciens mobilisant la TMT ont ainsi mis en évidence des effets portant à la fois sur les comportements interindividuels et sur les motivations extrinsèques individuels dans le domaine de la consommation. **Certaines interrogations surviennent alors.**

Les études antérieures portent sur les effets de la saillance de mortalité sur des choix pour lesquels les besoins de valorisation de l'estime de soi et d'un modèle culturel sont les forces principales responsables de ces effets. Par exemple, l'acquisition de biens matériels est utilisée comme un moyen de restaurer l'estime de soi, notamment par souci du regard des autres qui appartiennent au même modèle culturel. Aucune recherche ne s'intéresse pourtant à d'autres motivations. N'existe-il pas des motivations plus intrinsèques en réponse à une situation de saillance de mortalité, qui font que des individus se tourneraient vers l'achat de biens dans le seul but de se faire plaisir, d'en retirer une satisfaction, un intérêt, ou même d'assouvir leur curiosité, sans rechercher pour autant la récompense extérieure.

De plus, les résultats présentent le matérialisme comme moyen de faire face, via notamment l'achat de produits de luxe ou la surconsommation. Ne peut-on pas envisager

d'autres formes de consommation, moins matérialistes et plus spirituelles, en réponse à la saillance de mortalité ? Les biens ne seraient alors pas consommés simplement pour leur acquisition ou pour ce qu'ils représentent aux yeux des autres (comme le statut élevé des produits de luxe), mais pour leur valeur symbolique que l'individu lui-même leur prête. L'idée de fin de vie pourrait en effet renforcer des considérations plus spirituelles et individuelles, comme un moyen de donner un sens à sa propre vie. Cela pourrait alors dépendre des caractéristiques individuelles, et notamment de l'âge chronologique de l'individu, qui pourrait influencer l'autorégulation en réponse à une saillance de mortalité, et par la suite, les objectifs prioritaires liés à la consommation. Ces premières interrogations liées aux résultats des recherches antérieures ont été la base de notre réflexion et seront donc précisées par la suite.

Si la saillance de mortalité suscite des comportements spécifiques qui permettent à l'individu d'atteindre des buts souhaités, reste à comprendre en quoi la saillance de mortalité est susceptible de mobiliser la capacité d'autorégulation chez l'individu. Alors que la notion d'autorégulation n'est pas abordée dans les recherches sur la TMT, nous pensons ici que sa mobilisation est essentielle afin de mieux comprendre les motivations suscitées par la saillance de mortalité.

3. La saillance de mortalité et l'autorégulation (*self regulation*)

3.1. Le concept d'autorégulation

L'autorégulation fait référence aux processus de fixation des buts et aux efforts qui y sont liés et implique en ce sens le fait de faire face à des défis potentiels lorsque l'individu tente d'atteindre un objectif qui lui est important mais qui, par définition, est difficile à obtenir (Mischel, Cantor et Feldman, 1996). Selon Mischel (1968) en particulier, ce sont les objectifs qui guident les priorités et les comportements : les objectifs sont alors organisés en système, de sorte que certains dits « supérieurs » apparaissent comme étant plus importants que d'autres. Cela peut dépendre des situations ou des occasions qui se présentent dans l'environnement (Mischel, 1968).

Face aux événements susceptibles de modifier l'état émotionnel de l'individu, ce dernier cherche à faire face en contrôlant ou adaptant son comportement, ses pensées ou ses émotions, dans le but d'atteindre certains objectifs (Baumeister, 1999). En ce sens,

Baumeister et *al.* (1994) soulignent que la particularité de l'être humain est d'avoir la faculté d'exercer un contrôle sur ses états, processus et réponses aux stimuli. Cela fait référence à la capacité d'autorégulation ou de régulation de soi (*self regulation*) définie comme l'ensemble des efforts mis en œuvre pour modifier les pensées, désirs, actions, dans la perspective d'atteindre des objectifs supérieurs (Carver et Scheier, 1998 ; Vohs et Baumeister, 2004).

Parmi l'ensemble des publications liées au concept d'autorégulation, malgré de nombreuses différences quant aux principes d'autorégulation et aux mécanismes spécifiques proposés, il existe cependant deux caractéristiques communes (Cameron et Leventhal, 2003) :

- (1) l'autorégulation est considérée comme un système motivationnel dynamique impliquant la fixation des buts, le développement de stratégies pour atteindre ces buts, l'évaluation du progrès effectué et la révision des buts et des stratégies en conséquence.
- (2) l'autorégulation est également liée à la gestion des réponses émotionnelles, considérées comme étant des éléments fondamentaux du système motivationnel et étroitement liées aux processus cognitifs.

La régulation de soi dépendrait alors de la capacité à s'auto-contrôler et à se diriger vers des buts définis : cela fait référence au contrôle de soi et au *self monitoring*. Le contrôle de soi serait un élément constant et central de la personnalité d'un individu (Baumeister, 1999). Selon Vohs et Baumeister (2004), il existerait ainsi quatre domaines dans lesquels le contrôle de soi peut s'exercer :

- Le contrôle mental : chercher à contrôler l'attention, la concentration, la suppression des idées, guider le raisonnement vers un ensemble d'idées précises.
- Le contrôle émotionnel : induire, supprimer, prolonger un état émotionnel particulier.
- Le contrôle impulsif : s'empêcher d'agir en fonction de ses désirs et de certaines tendances inadaptées.
- La gestion des performances : savoir faire face à l'échec, la fatigue, ne pas faillir à la pression.

Terminons ce point en précisant que l'autorégulation n'a de sens que lorsque chacune des étapes suivantes est respectée par l'individu dans l'ordre suivant :

- avoir un but : assumer ses responsabilités, répondre à ses obligations et ses engagements, chercher à atteindre des buts désirés etc ;

- être motivé à atteindre ce but : fait référence aux concepts d'implication et d'engagement. Cela suggère de prendre en considération le concept de *self efficacy* pour arriver à atteindre ce but, qui fait référence au jugement individuel d'une personne sur sa capacité à faire face à une situation donnée (Bandura, 1977) ;
- faire les efforts nécessaires pour l'atteindre : cela fait référence à « *l'extended now* » (Vohs et Baumeister, 2003) qui est un état qui consiste à faire un focus sur le temps présent, rendant ainsi les individus plus sensibles (voir vulnérables) à des désirs nouveaux ;
- résister aux tentations et maintenir la force d'atteindre ce but.

Le succès d'une stratégie d'autorégulation requiert une mobilisation stratégique de la pensée, des sentiments et de l'action (Gollwitzer, 1996 ; Kuhl, 2000), notamment lorsqu'il s'agit de faire face à des obstacles ou des conflits entre différents buts. Les écrits de Bandura (1986) se sont avérés déterminants dans la perspective d'autorégulation, et mettent en avant des concepts centraux comme les représentations symboliques des buts et la direction des comportements vers des buts. La théorie sociale cognitive de Bandura suggère que les individus s'engagent dans un comportement du fait des résultats qu'il espère obtenir et ces attentes de résultats reflètent la fonction motivationnelle de renforcement (Bandura, 1977, 1986). Les individus s'efforcent à obtenir des résultats positifs et à éviter des résultats négatifs et cet effort est gouverné par la suite par les croyances portant sur l'auto-efficacité des individus. En ce sens, l'efficacité personnelle est particulièrement importante dès lors que l'on parle d'autorégulation car elle influence un ensemble de variables qui entrent en jeu dans la régulation des comportements (Cervone, Mor, Orom, Shadel et Scott, 2004).

3.2. La saillance de mortalité susceptible de mobiliser la capacité d'autorégulation

La capacité à s'autocontrôler et à se diriger vers des buts définis ou considérés comme supérieurs suppose que l'individu ait conscience et suive en parallèle :

- l'état d'avancement de ses activités ;
- les aspects personnels actuels du soi (soi réel ou actuel) en comparaison à des types de comportements désirés (soi idéal que l'on cherche à atteindre).

Cette hypothèse est étayée dans les travaux de Carver et Scheier (1981) sur le contrôle de soi et la régulation. Ces auteurs se sont attachés à expliquer la relation entre le soi et les comportements. En particulier, ils précisent que les représentations de ce que les individus

pensent d'eux-mêmes seraient de puissants régulateurs de comportements (Markus et Wurf, 1987).

Ces éléments sont particulièrement pertinents au regard de la problématique liée à la saillance de mortalité. En effet, comme nous l'avons vu précédemment, la saillance de mortalité, en rappelant aux individus leur condition d'être mortel, réactive la conscience de sa propre mort. Cette dernière met directement en jeu le soi : elle réactive l'idée de disparition du soi et la conscience d'une fin suscite un bilan introspectif des réalisations et échecs durant sa vie. De plus, selon la TMT, la conscience de la mort est susceptible de menacer le sens (Baumeister, 1990, 1991) : elle ébranle la prévisibilité et le contrôle de l'existence ; elle élimine le potentiel de gagner du sens dans le futur ; elle rappelle que l'existence et la structure des relations que l'individu a construit seront détruites et/ou oubliées ; elle annule la valeur des accomplissements d'une vie etc.

De ce fait, la saillance de mortalité met directement en jeu le soi actuel et met en péril le soi idéal vers lequel tendent les individus. Une telle situation est donc susceptible de mobiliser la capacité d'autorégulation afin de faire face à ce malaise, lutter contre l'anxiété potentiellement existante et tenter de redonner du sens au soi idéal.

Dans cette perspective d'autorégulation et face à la saillance de mortalité, il est donc nécessaire de s'intéresser à plusieurs aspects qui y sont directement liés :

- les besoins suscités par la saillance de mortalité et la recherche de satisfaction de ces besoins ;
- la motivation (*i.e.* l'ensemble des efforts mis en œuvre) qui pousse l'individu à répondre à ces besoins : son intensité ainsi que son orientation ;
- les stratégies cognitives et comportementales mises en œuvre pour répondre à ces besoins.

Conclusion de la section 3

Cette première section du chapitre 2 nous a permis d'introduire le concept de saillance de mortalité, en précisant notamment sa définition, sa manipulation ainsi que sa distinction par rapport à d'autres concepts qui lui sont liés. Nous parlons alors dans la suite de situation de saillance de mortalité pour désigner **une situation de rappel de sa propre condition d'être mortel, à la fois sur le plan physique (i.e. liée aux composantes de la situation présentée) et sur le plan cognitif (i.e. liée aux perceptions de la situation par l'individu).**

Cette section a permis également de faire un état de l'art des recherches antérieures mobilisant ce concept et ainsi, de poser les premières interrogations relatives à des manques existant dans la littérature. Les recherches montrent que la situation de saillance de mortalité suscite des comportements interindividuels valorisant le modèle culturel d'appartenance et des motivations individuelles extrinsèques dans le domaine de la consommation. Nous nous interrogeons en particulier sur l'existence de motivations intrinsèques, sur une consommation plus spirituelle et moins matérialiste ayant une forte valeur symbolique pour l'individu lui-même et sur l'impact modérateur de l'âge chronologique en réponse à une situation de saillance de mortalité.

Enfin, l'état de l'art suggère que la saillance de mortalité suscite de façon situationnelle une priorisation des objectifs de l'individu. C'est la raison pour laquelle nous avons mobilisé le concept d'autorégulation, afin d'envisager le fait que la saillance de mortalité suscite un nécessaire contrôle de soi (Vohs et Baumeister, 2004) via un système motivationnel de fixation des buts dans le cadre d'une meilleure gestion des réponses émotionnelles (Cameron et Leventhal, 2003).

Section 4. Les mécanismes de défense face à la saillance de mortalité

Après avoir démontré que la situation de saillance de mortalité réactive une conscience de sa propre mort qui est potentiellement source de stress, il semble essentiel de s'interroger sur la façon dont les individus tentent de réduire cette anxiété dans le cadre d'une autorégulation. La saillance de mortalité semble en effet susciter un renforcement ou une modification des comportements : reste donc à comprendre les processus motivationnels qui entrent en jeu dans le cadre de cette autorégulation. Nous introduisons ici la notion de mécanismes de défense en situation de saillance de mortalité afin de désigner les processus motivationnels et les stratégies mises en œuvre. Dans cette section, nous présentons donc successivement les apports des théories fondamentales que sont la TMT et la MMT, ainsi que les apports complémentaires des théories de la motivation qui permettent d'envisager plusieurs mécanismes de défense en réponse à une situation de saillance de mortalité.

1. Les mécanismes de défense et les besoins suscités par la saillance de mortalité : les apports de la TMT et de la MMT

De nombreuses recherches se sont intéressées aux effets de menaces psychologiques potentielles sur les mécanismes de défense culturels, c'est-à-dire l'ensemble des efforts pour maintenir et renforcer son propre système de signification et de valeur. En particulier, les réactions face à la menace liée à la mort sont complexes, dynamiques et possèdent de multiples facettes et la manière dont nous réagissons à l'idée de notre propre mort pourrait avoir un impact sur la manière dont nous vivons. Selon l'étape de développement (Erikson, 1968, 1972), l'expérience de vie et les regrets éprouvés (Tomer et Eliason, 2006), il existe de multiples façons d'appréhender l'idée de sa propre mort.

1.1. Les mécanismes de défense et les besoins suscités par la saillance de mortalité selon la TMT

La revue de littérature portant sur la TMT s'intéresse ici à deux points : les mécanismes de défense en situation de saillance de mortalité mis en évidence par les théoriciens, ainsi que la spécificité de ces mécanismes relativement à d'autres menaces existentielles.

Selon la TMT, à un niveau inconscient, il existe deux structures psychologiques qui apportent une protection face à l'anxiété existentielle suscitée par la saillance de mortalité : la défense du modèle culturel d'appartenance et la valorisation de l'estime de soi. Selon les auteurs de la TMT en effet, l'homme développe des conceptions du monde particulières, composées d'un ensemble de croyances construites et partagées. On parle alors de modèles culturels. Chacun de ces mécanismes appelés défenses distales permet de répondre aux besoins suscités par la situation de saillance de mortalité. En particulier, trois hypothèses peuvent être dégagées de la TMT (Solomon et *al.*, 2004) :

- Si le modèle culturel et l'estime de soi permettent de réduire l'anxiété liée à la conscience de sa mortalité, alors le fait de penser à sa propre mort devrait augmenter le besoin de défendre son modèle culturel et le besoin d'estime de soi ;
- Si l'estime de soi permet de réduire l'anxiété liée à la conscience de sa mortalité, alors avoir une haute estime de soi devrait réduire l'anxiété ressentie au moment de la menace ;
- Enfin, si l'estime de soi permet de réduire l'anxiété liée à la conscience de sa mortalité, alors avoir une haute estime de soi devrait réduire le besoin de défendre son modèle culturel face à la menace.

Nous détaillons dans un premier temps en quoi consistent ces mécanismes et les besoins qui y sont liés.

1.1.1. La défense du modèle culturel et le besoin de contrôle

Selon la TMT, l'induction de mortalité augmente le besoin de défendre son modèle culturel. Les croyances culturelles sont intégrées dès l'enfance et progressent via le processus de

socialisation. Arndt et *al.* (2004) apportent des précisions sur la construction de l'enfant via la culture : par l'amour que lui porte ses parents, l'enfant acquiert un sentiment de sécurité. En grandissant, il prend conscience de la mortalité de ses parents et le sentiment de sécurité peut être apporté alors par la culture. La culture constitue une construction symbolique de la réalité faite par l'homme qui lui apporte un ordre, une stabilité, un ensemble de normes et de valeurs et qui lui permet d'acquérir une forme double d'immortalité :

- une immortalité littérale : selon certaines religions, la mort n'est pas une fin en soi, d'où l'existence d'une vie après la mort ;
- une immortalité symbolique : l'idée d'appartenir à une nation, une famille, une culture, un groupe qui préexiste avant l'individu et qui s'inscrit dans une histoire, une continuité qui va au-delà de l'existence humaine (Martin, 1999). Cela passe également par le fait de laisser une trace après son existence, par l'art, la science, la propriété ou le fait d'avoir des enfants.

En ce sens, elle permet de réduire l'anxiété existentielle (Pyszczynski, Solomon et Greenberg, 2003) : la culture apporte du sens, de l'ordre, de la prévisibilité et de la stabilité dans la vie de l'individu et leur assure d'avoir un rôle significatif dans cette culture (Miller et Mulligan, 2002). La culture fait apparaître le monde comme une entité ordonnée et valorise l'idée selon laquelle le contrôle est possible (Arndt et Solomon, 2003). Ainsi, lorsqu'un éventuel manque de contrôle est perçu (ce qui est le cas en situation de saillance de mortalité), les individus qui appartiennent à un modèle culturel estiment que le contrôle est alors possible et s'attèlent à le conquérir (Arndt et Solomon, 2003).

Les croyances culturelles sont donc susceptibles de réduire l'anxiété ressentie et ont également une incidence sur l'estime de soi : le fait de se conformer aux normes et aux valeurs de son modèle culturel permet de rehausser l'estime de soi, donnant ainsi à l'individu une place de valeur dans le modèle culturel auquel il appartient. Par exemple, les valeurs patriotiques renforcent l'identité culturelle de l'individu et lui permettent d'appartenir à une entité symbolique significative qui perdurera même après la mort physique.

1.1.2. La valorisation de l'estime de soi et le besoin d'estime de soi

L'une des hypothèses de la TMT consiste également à dire que la saillance de mortalité suscite un besoin d'estime de soi et que l'estime de soi permettrait de réduire l'anxiété ressentie suite à une induction de mortalité. Les travaux de Greenberg et *al.* (1992 ; cités par Solomon et *al.*, 2004) montrent que des individus persuadés d'avoir eu de bons résultats à un test d'intelligence disaient ressentir moins d'anxiété après visionnage d'une cassette présentant une autopsie que les sujets ayant prétendu avoir eu des résultats moyens au test. De plus, Taubman Ben-Ari et Findler (2005) ont mesuré l'estime de soi et la volonté de s'engager dans des comportements bons pour la santé chez des individus amenés à penser à leur propre mort. Les résultats montrent que seuls ceux qui présentaient une faible estime de soi se sont engagés à avoir des comportements bons pour la santé. Arndt et *al.* (2003) montrent également que la saillance de mortalité augmente la probabilité de s'engager à faire du sport parmi les sujets pour qui le sport est une source importante d'estime de soi.

L'appartenance à une culture seule ne suffit pas à réduire l'anxiété existentielle induite par la saillance de mortalité : les individus doivent en plus être convaincus qu'ils contribuent à valoriser cette même culture et qu'ils en sont des entités significatives (Pyszczynski et *al.*, 2003). L'estime de soi est la croyance socialement construite selon laquelle un individu a de la valeur en soi (Pyszczynski et *al.*, 2004). En ce sens, la valorisation de l'estime de soi permet de faire face à l'anxiété existentielle ressentie car le fait de se sentir valorisé au sein d'une culture rend l'existence plus significative et pleine de sens (Greenberg et *al.*, 1992).

Enfin, les deux mécanismes (valorisation de l'estime de soi et défense du modèle culturel) semblent être alternatifs et donc dépendants l'un de l'autre. Avoir une haute estime de soi réduit en effet le besoin de défendre son modèle culturel en situation de saillance de mortalité. Des travaux montrent que le fait de menacer l'estime de soi augmente le besoin de défendre son modèle culturel (Fein et Spencer, 1997 ; Mikulincer et Florian, 2000, dans Hart et *al.*, 2005, p. 1010). De la même manière, Johnson et *al.* (2005) ont montré que les individus hypomaniaques, ayant par définition une faible estime de soi, avaient davantage besoin de se conformer à leur modèle culturel que les individus en bonne santé.

En résumé, en situation de saillance de mortalité, la vie apparaît imprévisible et incontrôlable. Ainsi, la saillance de mortalité suscite un besoin de protection de soi, de préservation de son image et de son identité (Ashford, Blatt et Van de Walle, 2003 ; Larrick, 1993 ; Leary, 2007). Afin de réduire l'anxiété suscitée par la saillance de mortalité, les individus cherchent à établir de l'ordre et à gagner du contrôle (Greenberg et *al.*, 1986). Ils cherchent à trouver du sens dans leur vie et à éviter des situations qui peuvent soulever une ambiguïté, un manque de contrôle ou un manque de sens. La littérature suggère donc que les individus en situation de saillance de mortalité sont motivés par des besoins d'ordre, de prévision, de contrôle personnel, de sens et de stabilité. L'ensemble de ces éléments ont pour seul objectif la réduction de l'anxiété ressentie en réponse à la saillance de mortalité.

Les théoriciens de la TMT déduisent deux hypothèses principales de ces mécanismes :

- (1) Si ces deux structures psychologiques citées (vision du monde et estime de soi) apporte une protection face aux préoccupations liées à la mortalité, alors le fait de rappeler aux individus la perspective de leur mort devrait accentuer leur besoin de renforcer ces structures ;
- (2) Si ces deux structures psychologiques citées (vision du monde et estime de soi) apporte une protection face aux préoccupations liées à la mortalité, alors renforcer ces structures permettrait de réduire l'anxiété en réponse aux rappels de la mortalité.

1.1.3. Les mécanismes symboliques et le besoin d'immortalité

De la même manière, Urien (2003) propose des mécanismes distincts indirects et symboliques permettant de faire face à l'anxiété suscitée par le souci de préservation de soi. Il précise que certains sont particulièrement pertinents lorsqu'il s'agit d'étudier la cible des seniors :

- La défense de l'estime de soi via la validation du modèle culturel : maintenir un certain niveau d'estime de soi en adoptant des comportements culturellement et socialement valorisés, dans un objectif d'immortalité ou de prestige social. L'auteur illustre ses propos avec l'exemple des produits de luxe, la valorisation des valeurs matérialistes ou encore l'adoption de comportements à risque.

- Le souci de générativité ou l'extension de soi : la volonté de transmettre aux futures générations et le fait de prendre soin d'elles. Là encore, il s'agit d'étendre le soi dans un souci d'immortalité symbolique (McAdams, de St Aubin et Logan, 1993).

Mikulincer, Florian et Hirschberger (2003) proposent une troisième structure qui permettrait de soulager l'anxiété à l'égard de la mort : la formation et le maintien de relations intimes qui apportent une protection symbolique, un apaisement émotionnel face au risque de perte d'identité sociale après la mort. En effet, sous la menace, la présence des autres soulage, et ce, à deux niveaux. D'une part au niveau cognitif : les relations permettent de gérer directement les soucis interpersonnels, comme la perte de l'identité sociale après la mort grâce à l'entourage. D'autre part, au niveau expérientiel : les relations offrent une promesse symbolique de continuité et de transcendance de soi après la mort. Les relations contribuent ainsi à l'extension de soi (Aron, Aron et Norman, 2001). Elles apportent le sentiment d'appartenir à une entité sociale plus large et offrent en ce sens un apaisement émotionnel. Enfin, notons que la recherche de proximité peut être également une source d'estime de soi, voire être une composante de la validation du point de vue culturel, ou encore être en interaction avec ces deux mécanismes cités précédemment. En ce sens, si l'individu ne semble pas satisfait par le style d'attachement qui le lie aux autres, il sera susceptible de faire appel aux autres mécanismes de défense.

1.1.4. Les motivations sous-jacentes

La reconnaissance des besoins oriente la motivation de l'individu vers des objectifs qu'il se fixe lui-même. Maheswaran et Agrawal (2004) précisent deux motivations qui guident les mécanismes de défense cités par la TMT :

- Une motivation de défense (*defense motivation*)

D'une part, les individus sont poussés par une motivation de défense, les incitant à soutenir des attitudes et positions qui sont compatibles avec les intérêts matériels perçus et les croyances existantes.

- Une motivation d'acceptation sociale (*impression motivation*)

D'autre part, les individus agissent via une motivation d'impression, dans un souci d'être socialement acceptable pour les autres. En ce sens, ils rechercheraient l'acceptation sociale et seraient plus enclin à agir en fonction de l'opinion des autres.

De plus, Wong (1999) met en évidence le fait que l'individu, face à l'idée de sa propre mort, va adopter des comportements pour répondre à deux tâches psychologiques.

- Une protection contre l'anxiété à l'égard de la mort

D'une part, il cherche à se protéger de l'anxiété à l'égard de la mort et donc des émotions négatives liées à cette perte.

- La poursuite d'une vie pleine de sens

D'autre part, l'individu pourrait poursuivre une vie significative et pleine de sens afin de gérer le problème lié à la mort. En ce sens, les actions pour bien vivre et bien mourir sont en permanence interconnectées.

1.1.5. Une extension de la TMT : le traitement dual appliqué à la mort

A partir de cette théorie, Pyszczynski, Greenberg et Solomon (1999) ont mis en place un modèle de traitement dual appliqué au thème de la mort, démontrant l'existence de deux systèmes de défense (conscients et inconscients) induits par les pensées liées à la mort et qui permettent de contrôler l'anxiété à l'égard de la mort (Arndt et *al.*, 1997 ; Greenberg et *al.*, 1994, 2000) :

- **des défenses proximales**, au niveau de l'activité consciente et rationnelle ;

L'individu supprime les pensées liées à la mort et replace le problème de la mort dans un futur distant en niant sa propre vulnérabilité. Elles sont provoquées par ces pensées, immédiates et directement liées à la menace de la mort.

- **des défenses distales**, au niveau inconscient, via les mécanismes psychologiques symboliques fondamentaux cités précédemment.

Elles ne sont pas liées directement au problème de la mort, mais peuvent expliquer les comportements cités précédemment (*i.e.* les comportements agressifs ou les comportements

prosociaux). Si les défenses proximales permettent de minimiser les pensées liées à la mort, elles ne permettent cependant pas de les supprimer, restant accessibles de manière inconsciente. Seules les défenses distales permettent leur suppression complète à un niveau inconscient.

Wisman (2006) évoque une troisième stratégie de défense, les **défenses présymboliques**, que sont les stratégies appliquées pour réduire la conscience du soi conceptuel ou symbolique de l'individu. Cela peut être par exemple la consommation de drogue ou d'alcool afin de réduire la conscience de sa propre finitude. Toutefois, dans une démarche plus positive, Cozzolino (2006) propose de considérer une autre forme de réponse : un rappel de forte intensité de l'inévitabilité de la mort pourrait entraîner une croissance et un développement de personnalité positif. A l'inverse, un rappel bref et plus superficiel pourrait entraîner les types de réponse suggérés par la TMT.

Bergadaà et Urien (2010) suggèrent que face à l'idée de mort, les individus peuvent supprimer les idées liées à la mort de l'attention sélective via des pensées distractives, accepter la mort comme faisant tout simplement partie de la vie ou chercher à accroître l'estime de soi. Wong, Reker et Gesser (1994) démontrent d'ailleurs que les individus peuvent s'engager dans un évitement inconscient en traitant la mort comme un tabou, en refusant d'y penser, en vivant dans une illusion d'une perpétuelle jeunesse, avec au cœur de cet évitement, le déni. Enfin, Kubler-Ross (1969) prétend qu'il existe cinq étapes différentes dans la stratégie pour faire face: le déni, les négociations (deux mécanismes de défense), la colère, la dépression (deux réactions émotionnelles) et l'acceptation ; celles-ci étant exprimées dans différents comportements, du sport extrême au terrorisme. Wong et alii. (1994) insistent tout particulièrement sur l'acceptation de la mort à travers le *Death Attitude Profile*, mettant en évidence que l'acceptation et l'accomplissement de soi (*self-actualization*) n'est possible que via la définition d'un sens de la vie et de la mort.

Au niveau comportemental, Wong (1999) prétend que l'individu peut soit nier la réalité de sa propre mortalité en adoptant des activités triviales et/ou autodestructrices (Firestone, 1994), soit s'attacher à remplir sa vie avant que la mort n'y mette fin en se fixant des objectifs, des missions à remplir. Wong, Reker et Gesser (1994) prétendent également que les effets de la

peur de la mort sont complexes et omniprésents et présentent deux extrêmes dans les comportements. D'une part, la peur de la mort peut conduire à vouloir confronter la mort intentionnellement, en pratiquant par exemple des sports extrêmes, afin de ressentir le sentiment d'être libre de l'emprise de cette peur. D'autres cherchent à poursuivre des activités prenantes mais insignifiantes, comme si la vie continuait à jamais. D'autre part, elle peut conduire à l'adoption d'une vie très précautionneuse consistant à vivre « dans une bulle », évitant tout risque éventuel.

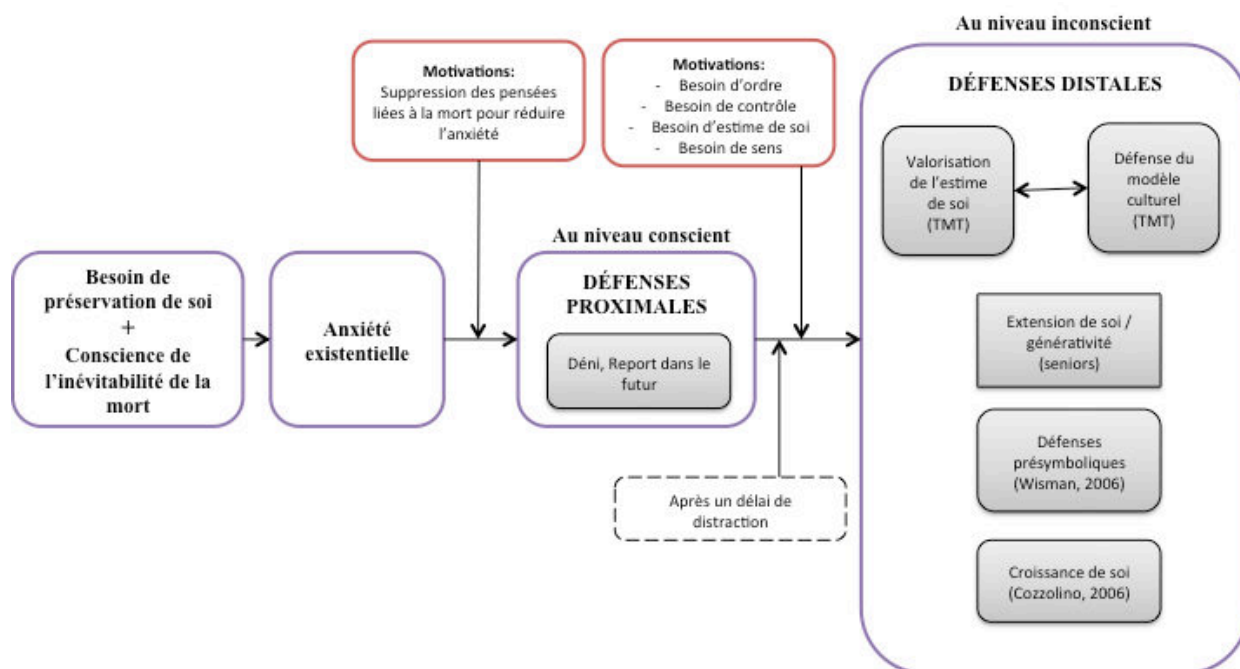
1.1.6. La singularité des effets de la saillance de mortalité en comparaison aux autres menaces existentielles

Il n'existe pas de consensus quant à la question de savoir si seuls les rappels de la mortalité (via la situation de saillance de mortalité) ont les effets cités (valorisation du modèle culturel et de l'estime de soi) ou si l'on peut retrouver les mêmes effets pour d'autres menaces existentielles. Certaines recherches montrent que les pensées liées à la mort ont les mêmes effets que des menaces sur l'incertitude et le sens, ces menaces apparaissant alors comme équivalentes d'un point de vue fonctionnel et théorique (Proulx et Heine, 2006 ; McGregor, 2006). Cependant, d'autres montrent que les effets sont bien différents selon le type de menace existentielle, proposant ainsi que les rappels de la mortalité, bien que liés à d'autres menaces existentielles, restent uniques d'un point de vue théorique (Pyszczynski, Greenberg, Solomon et Maxfield, 2006).

La théorie de la MMT présentée (Proulx et Heine, 2006) suggère d'ailleurs que des menaces liées au sens et à la certitude peuvent susciter des mécanismes de défense culturels. Sur la base de ce constat, Martens, Burke, Schimel et Faucher (2011) ont étudié le fait que les différences liées à la nature de la menace puissent être dues à la longueur du délai de distraction. Ils montrent ainsi que les effets de menaces liées au sens ou à la certitude sont les mêmes que ceux de la saillance de mortalité, mais seulement après un court délai de distraction. Après un délai plus long, les effets de la saillance de mortalité sont plus forts que ceux des autres types de menaces existentielles.

La figure 2.4.1. précise les différents mécanismes et besoins suscités par la saillance de mortalité selon la TMT sur la base des résultats des recherches antérieures.

Figure 2.4.1. Les mécanismes et besoins suscités par la saillance de mortalité selon la TMT



1.1.7. Les particularités de la TMT parmi les seniors

Qu'en est-il de la TMT précisément à un âge avancé ? En effet, les recherches existantes ont principalement étudié des étudiants, des jeunes adultes ou encore des individus d'âge moyen (Rosenblatt et *al.*, 1989). D'autres ont étudié des échantillons d'âges extrêmement différents (Pyszczynski et *al.*, 1996). La question de la réaction des individus seniors à la saillance de la mortalité n'a pas été testée. Cela peut paraître surprenant, étant donné qu'à cette période de l'existence, la perspective de l'échéance finale semble particulièrement proche.

- Les seniors, plus vulnérables que les jeunes adultes ?

De prime d'abord, il est possible de supposer que l'individu senior fait difficilement face à la conscience de sa propre mort du fait de l'ensemble des éléments qui rappellent sa propre finitude. En effet, les maladies dues à l'âge, les difficultés liées au vieillissement, la perte d'un proche ou d'un conjoint sont autant de rappels susceptibles de susciter des émotions négatives quant à l'idée de sa propre mort. De plus, quand il s'agit de faire face à ces pensées, on peut penser que l'individu senior dispose de moins de ressources que les individus plus jeunes, et en

particulier, qu'il est plus difficile pour un senior de conserver un niveau d'estime de soi suffisamment élevé et une confiance dans le modèle culturel. En effet, la perte du rôle social dû au départ à la retraite et la solitude sont par exemple deux éléments qui nuisent à l'estime de soi chez un individu senior. Il semble également difficile à un senior de se rattacher à un modèle culturel moderne, du fait de l'évolution rapide de la société vers de nouvelles valeurs, de nouvelles règles, de nouvelles technologies et de nouveaux modes de vie. Cette difficulté potentielle à utiliser les mécanismes de défense cités par la TMT les rend certainement plus vulnérables que les autres (McCoy, Pyszczynski, Solomon et Greenberg, 2000).

- Vers un usage de stratégies bien spécifiques

Pourtant, tout comme nous avons vu que l'anxiété à l'égard de la mort était plus faible à un âge avancé, il semble que les seniors présentent un niveau acceptable de bien-être psychologique. Ainsi, Diehl, Coyle et Labouvie-Vief (1996) démontrent que les seniors sont généralement moins défensifs et moins agressifs dans le choix de leurs stratégies de *coping* face à des situations difficiles. Ils justifient cet aspect en supposant que les individus seniors arrivent à prendre de la distance par rapport à l'événement négatif et utilisent le déni ou la reformulation positive pour minimiser la situation.

Cela rejoint la théorie de la sélectivité socio émotionnelle de Carstensen (1992, 1995), selon laquelle à un âge avancé, les individus deviennent plus sélectifs dans leurs comportements, notamment dans leurs relations interpersonnelles, afin d'éviter des affects négatifs et de maximiser l'affect positif. Ces préférences sont notamment la conséquence d'un horizon temporel perçu comme limité. De la même manière, Lawton, Kleban et Dean (1993) ont démontré une sélectivité émotionnelle plus forte à cette période de la vie. Enfin, John et Gross (2004) ont présenté un modèle de changements dans la régulation émotionnelle à un âge avancé, qui précise la tendance vers moins de suppression d'émotions et plus de réévaluation émotionnelle. Cela reflète selon les auteurs un changement positif vers une approche en faveur de la régulation émotionnelle adaptée aux exigences de la vie à un âge avancé.

Ainsi, il semble que le niveau de bien-être psychologique et d'estime de soi soit maintenu, voire amélioré, à un âge avancé. L'une des explications proposées par la littérature est l'utilisation de stratégies de *coping* propres aux seniors utilisées pour faire face aux difficultés liées au vieillissement. De nombreuses théories proposent en ce sens un ensemble de stratégies,

qui se retrouvent d'ailleurs sous des dénominations différentes alors que leur contenu est le même. En ce sens, le modèle SOC de réorientation des buts de Baltes et Baltes (1990) soutient que faire face efficacement au vieillissement suppose une priorisation des intérêts, une sélection des objectifs et l'élimination de ceux qui ne sont plus compatibles avec les capacités physiques et cognitives de l'individu senior. Nous développerons ce modèle dans la suite.

1.1.8. Le cas particulier du *Terror Management Health Model* (TMHM, 2011)

Ce modèle récent étudie le rôle de la mort et de la conscience de la mort sur les comportements liés à la santé. Il reprend les mécanismes de défense distale et proximale pour mieux comprendre les décisions et comportements dans le domaine de la santé. Goldenberg et Arndt (2008) suggèrent que, selon le modèle, l'idée de mort, malgré sa nature menaçante, a une fonction instrumentale et déterminée dans le conditionnement des comportements dirigés vers le désir d'une vie plus longue et en bonne santé. Selon ces mêmes auteurs, certains comportements bénéfiques pour la santé tels que les examens de dépistage peuvent activer consciemment des pensées liées à la mort, en particulier à sa propre mort.

D'un autre côté, et c'est d'ailleurs le point qui nous intéresse ici, les pensées liées à la mort peuvent, non pas servir de menaces, mais sont un moyen de responsabiliser l'individu. Dans cette perspective, Cooper et *al.* (2011) ont élaboré ce modèle. Selon le TMHM, lorsque les pensées liées à la mort ne sont pas conscientes, les individus prennent des décisions sur la base de leurs motivations à agir correctement au regard de leur identité. Les auteurs ont montré que lorsque l'on rappelle aux individus la perspective de fin de vie, les femmes manifestaient plus de sentiments de responsabilité que celles appartenant au groupe de contrôle avant un examen de dépistage.

De plus, le modèle fait la distinction entre les motivations liées à la santé et les motivations liées au soi et suggère que l'arbitrage entre les deux dépend de la conscience des pensées liées à la mort. En particulier, les motivations orientées vers la santé interviennent lorsque les pensées liées à la mort sont conscientes : face à la conscience de la perspective de fin de vie, l'individu met en œuvre des défenses proximales dans le but de placer les pensées en dehors de l'attention focale (cela peut être faire du sport, Arndt, Schimel et Goldenberg, 2003 ; ou nier sa propre vulnérabilité, Greenberg et *al.*, 2000) ; alors que les motivations orientées vers

le soi interviennent lorsque les pensées liées à la mort sont activées, mais non conscientes : on retrouve alors les défenses distales, pour lesquelles l'individu cherche à valoriser l'estime de soi et à être à la hauteur des normes culturelles. Il est alors possible que ces mécanismes de défense suscitent des comportements contraires à ceux qui sont bons pour la santé. Dans certains cas, les individus peuvent en venir à adopter des comportements non bénéfiques pour la santé, mais qui permettent de valoriser l'estime de soi.

En conclusion, le TMHM suggère que la conscience de la mort et l'estime de soi sont des facteurs essentiels dans les décisions et les comportements liés à la santé. Il permet d'appréhender la façon dont les individus s'engagent dans des comportements, positifs ou négatifs, dans un objectif de se conformer aux attentes de la société et de valoriser son estime de soi. Il s'agit donc d'un modèle essentiel pour comprendre ce qui motive les individus à s'engager dans des comportements bénéfiques pour la santé.

Encadré 2.4.1. Les principaux apports de la TMT (Greenberg, Pyszczynski et Solomon, 1986)

- La saillance de mortalité suscite une **anxiété existentielle** que l'individu cherche à réduire via deux mécanismes de défense de soi : des défenses proximales (conscientes) et des défenses distales (inconscientes).
- La saillance de mortalité suscite des **besoins** à satisfaire : besoin de contrôle, besoin de sens, besoin d'estime de soi, besoin d'extension de soi.
- La TMT suggère **deux mécanismes de défense distale** (après distraction) : la défense du modèle culturel d'appartenance et la valorisation de l'estime de soi.

1.2. Les mécanismes de défense selon la MMT (*Meaning Management Theory*)

La psychologie positive traite de comment mieux vivre et mieux mourir et donne les bases de la gestion de sens qui est au cœur d'une stratégie adaptative face à l'idée de mort. En réalité, le sens de la mort est lié intrinsèquement et irrévocablement au sens de la vie (Mikulincer et Florian, 2006 ; Wong, 2000). La stratégie adaptative consiste à acquérir une sagesse de vie qui ne peut être acquise qu'en comprenant la signification de la mort et donc celle de la vie. L'acceptation de la mort passe, selon Wong, par l'acceptation de soi, et la découverte de ce que nous sommes réellement avant d'envisager la mort. Il reprend ainsi la citation de St Augustin : « *it is only in the face of death that man's self is born* ». Selon Wong, l'importance du rôle du

sens et de l'acceptation de la mort dans le fait de faire face aux problèmes de fin de vie a reçu une reconnaissance croissante au cours des dernières années (Neimeyer, 2005 ; Wong, 2000 ; Wong et Stiller, 1999).

1.2.1. Objectifs et principes

Alors que la TMT s'attache à minimiser la peur de la mort, et donc opte pour une approche défensive fondée sur la peur, la MMT s'attache quant à elle à maximiser l'acceptation de la mort et l'accomplissement de soi via le sens. La MMT consiste à gérer sa vie à travers le sens, c'est-à-dire à surmonter les regrets, les doutes, les peurs en cherchant le sens, afin de faciliter l'accomplissement personnel. Ainsi, le fait que les individus cherchent à contrôler soit la peur de la mort, soit le sens qui y est attribué, pourra avoir des conséquences sur la manière dont les individus vivent ou font des choix. On distingue alors deux types de stratégies défensives.

- Une stratégie défensive, dans un objectif de protection de soi

L'idée est de faire face à la peine, la souffrance et le danger en trouvant des moyens de s'en protéger. En termes de comportement, cela se traduit par exemple par le fait de rechercher la sécurité, la préservation de soi, et de préserver son intégrité physique et psychologique. Il s'agit de l'approche de la TMT.

- Une stratégie proactive et positive, dans un objectif de croissance et d'épanouissement personnel

Elle consiste à se créer soi-même des opportunités de développement personnel. Ainsi, les individus qui adoptent cette stratégie s'engagent dans des tâches difficiles, voir dangereuses, afin d'atteindre des buts significatifs, tels que l'accumulation de compétences, le dépassement de soi, l'efficacité de soi, la créativité.

En plus de ces stratégies défensives, Wong met en évidence l'existence de stratégies créatives et authentiques, qui permettent de poursuivre ses désirs et objectifs. Elles s'inscrivent elles aussi dans la tendance positive et proactive, mais mettent l'accent sur la créativité comme garantie d'émotions positives, d'optimisme, de satisfaction de la vie et d'affirmation de soi.

Ainsi, pour Firestone (1994), le conflit humain le plus fondamental serait ce conflit entre des aspects d'affirmation de soi et des aspects plus défensifs de personnalité. Cette dernière idée souligne le fait que, face à l'inévitabilité de la mort, l'individu peut utiliser sa capacité à construire du sens pour transformer l'anxiété à l'égard de la mort en une source d'inspiration pour un vécu plus authentique. Cette distinction entre deux voies envisagées pour faire face à l'idée de fin de vie fera l'objet d'une attention particulière dans la suite de ce développement.

1.2.2. Les processus sous jacents à la gestion de sens

La gestion de sens rend compte de trois processus intentionnels, utilisés de manière interchangeable dans la littérature et qui permettent de faciliter l'acceptation de la mort.

- La recherche de sens

Pour survivre et évoluer dans un environnement serein, l'individu a besoin de comprendre les événements, parfois de les contrôler ou les prédire, et de trouver des relations de cause à effet et des raisons aux événements. Cette recherche est naturelle chez l'homme. Selon Frankl (1984), le sens doit être découvert plutôt que créé, et doit être fondé sur des valeurs durables dans le temps. Ces valeurs sont de trois sortes : une valeur créative, correspondant à son implication dans des projets actifs et créatifs ; une valeur expérientielle, qui correspond au plaisir simple de recevoir et reconnaître ce que la vie nous offre ; une valeur attitudinale, qui consiste à reconnaître et accepter ce qui ne peut être changé et soutenir même que la souffrance a de la valeur. Ces trois valeurs correspondent donc à des moyens de découvrir du sens.

- Le faire sens

Là encore, il est possible de construire du sens à travers trois voies. D'une part, la construction sociale de sens, qui consiste en un processus de socialisation et d'acculturation, afin d'affronter la vie avec sens et cohérence. D'autre part, le fait de raconter des histoires est un autre moyen de créer du sens : c'est le cas par exemple des souvenirs racontés aux enfants ou petits enfants. Enfin, la poursuite ainsi que la réalisation de buts à court terme permet de contribuer au développement d'une philosophie de vie personnelle et d'un système de croyances et de valeurs qui guideront par la suite les comportements de l'individu. Wong (1998) précise enfin qu'il existe sept domaines, sources universelles de sens personnel, et que, en ce sens, le

« faire sens » aura des résultats positifs s'il concerne l'un des sept domaines suivants : l'accomplissement d'un but, les relations intimes interpersonnelles, les relations communautaires, la transcendance de soi, la religiosité et la spiritualité, l'acceptation de soi et la maturité, la justice et la mortalité.

- La reconstruction de sens

La reconstruction de sens est un outil pour retrouver de l'ordre et de la cohérence, en réévaluant par exemple des événements négatifs et des événements positifs. En ce sens, elle se retrouve également sous la dénomination « réévaluation cognitive » ou « réévaluation positive d'une situation » dès lors que l'on parle de stratégies pour faire face à une situation source de stress.

La MMT offre donc un cadre conceptuel permettant de mieux comprendre comment faciliter l'acceptation de la mort, celle-ci étant un moyen indirect mais efficace de combattre l'anxiété à l'égard de la mort. Wong souligne d'ailleurs que c'est en acceptant la mort et en comprenant son sens que l'on acquiert de la sagesse. Kuhl (2000) précise enfin que pour vivre pleinement et bien mourir, il faut s'attacher à augmenter l'estime de soi, développer des relations avec les autres et s'attacher à comprendre ce qui relève du spirituel, du transcendant ou du surnaturel.

1.2.3. La stratégie d'acceptation comme source de significations

Dans leur modèle, Wong, Reker et Gesser (1994) mettent en évidence trois formes d'acceptation de la mort dans une démarche positive et démontrent que cette forme d'ajustement est corrélée avec les significations données à la mort et à la vie.

- L'acceptation de fuite

Elle est fondée plus sur le problème de la vie que de la mort : l'individu chercherait à fuir le poids de la vie devenue insupportable. Cette première forme d'acceptation fait bien sur référence au suicide.

- L'acceptation neutre

Elle consiste à accepter cognitivement la mort inévitable via l'accomplissement de buts significatifs (Kaufmann, 1976 ; Goodman, 1981). Elle a pour conséquence le fait de se livrer au plaisir hédonique et à des activités pleines de sens pour faire face à la réalité de sa propre

condition d'être mortel. C'est à travers ces activités que l'homme arrive à trouver une cause pour laquelle il est prêt à accepter de mourir. Wong (1998) souligne qu'il s'agit d'un concept qui peut englober une multitude de comportements, de la simple reconnaissance de la mort comme finalité à une conception plus positive, comme l'identification à une culture, une motivation pour l'accomplissement de projets, l'héritage laissé à la descendance etc.

- L'acceptation d'approche

Elle serait le moyen le plus satisfaisant pour bien mourir car elle implique l'accomplissement d'objectifs, de projets et la récompense d'une vie réussie, associée en général à une forte croyance religieuse en une vie après la mort. Harding, Flanely, Weaver et Costa (2005) ont démontré que les échelles mesurant la croyance en l'existence de dieu et la croyance en une vie après la mort sont toutes deux corrélées négativement à l'anxiété à l'égard de la mort, mais positivement avec l'acceptation de la mort.

Enfin, selon Wong, Reker et Gesser (1994), l'acceptation neutre et l'acceptation d'approche sont toutes deux significativement corrélées à des significations positives de la vie ; l'acceptation d'approche est également corrélée positivement à des significations positives de la mort, à la seule condition que l'acceptation d'approche soit un moyen optimal d'appréhension de la mort. L'attitude à l'égard de la mort dépend donc logiquement du sens que donne l'individu à l'idée de la mort.

Wong (1998) démontre également qu'il existe un lien entre la spiritualité et la recherche de sens et que l'acceptation de la mort passe par l'éducation de la mort, parce que l'appréhender, c'est appréhender notre vie qui mène à la mort. Ainsi, Palmer (1993) reprend les mots de Dennis Yashikawa, un bouddhiste Shin : « *to solve the problem of death, one must first solve the problem of life, living life. If one is able to do that, to live a truly human life, then there's nothing to be feared by the expérience of death, because the expérience of death is a natural part of life* ». Pour Wong, la vie nous apprend à survivre alors que la mort nous apprend à vivre et l'individu n'apprécie la vie que lorsqu'il a été confronté à la mort. L'engagement dans un vécu plein de sens permettra de réduire la peur de la mort et de donner le sentiment que la vie vaut le coup d'être vécu, peu importe les circonstances : « *Dying is nothing to fear. It is the most wonderful expérience of your life. It all depends on how you have lived* » (Kübler-Ross, 1997). Ce dernier point rejoint la notion de spiritualité que nous avons abordé précédemment.

Les théories fondamentales mobilisées dans cette recherche, TMT et MMT, ont permis de mettre en évidence les besoins suscités par l'anxiété existentielle ressentie sous condition de saillance de mortalité (besoins d'ordre, de prévision, de contrôle, d'estime de soi, de stabilité). Toutefois, reste à comprendre quelles vont être les motivations déclenchées par ces mêmes besoins suscités par la saillance de mortalité. Ou encore, parce que la motivation est dirigée vers un objectif, quels sont les différents éléments et les différentes stratégies qui poussent l'individu à atteindre ce même but ? Reste donc à comprendre quels sont les processus motivationnels qui guident les mécanismes de défense supposés par la TMT.

Encadré 2.4.2. Les principaux apports de la MMT (Wong, 2005 ; Neimeyer, 2001)

- La gestion du sens se fonde sur **trois processus** : la recherche de sens, le faire sens et la reconstruction de sens.
- La gestion du sens est une stratégie adaptative face à l'idée de mort et favorise **l'acceptation** de la mort et **l'accomplissement** de soi.
- La MMT suggère deux stratégies face à la perte de sens : une **stratégie défensive** (axée sur la préservation de soi) et une **stratégie proactive et positive** (axée sur l'engagement dans le développement et l'épanouissement personnel).

2. Les apports complémentaires des théories de la motivation

« Nous avançons lorsque les plaisirs de la croissance et les angoisses de la sécurité sont plus grands que les anxiétés de la croissance et les plaisirs de la sécurité »

A. Maslow (*Vers une psychologie de l'être*, 1962, p.53).

La situation de saillance de mortalité, nous l'avons vu, place la question de la nature du soi et de la défense de soi au cœur de nos préoccupations. Nous nous intéressons en particulier ici à la façon dont le soi évolue, aux différentes raisons pour lesquelles il évolue et aux fonctions qu'il remplit face à la perspective de fin de vie. Toutefois, la TMT citée précédemment qui sert de fondement théorique à notre recherche, ne vient à considérer le soi qu'à travers les stratégies de défense mobilisées, elles-mêmes issues du besoin de préservation de soi. Or, au-delà de la protection du soi face aux dangers, les théories de la motivation, bien que générales et non spécifiques à une situation de saillance de mortalité, apportent des éléments complémentaires

qui permettent d'envisager d'autres motivations et besoins face à la conscience de sa propre mort.

La posture existentielle adoptée dans notre démarche rend également nécessaires les apports des théories complémentaires. Considérant en effet l'individu comme un organisme vivant, qui lutte pour manger, survivre et procréer, tout en étant nécessairement voué à la mort et bien conscient de cette fin inévitable, il existerait une double tendance à visée adaptative : soit le fait de se protéger des dangers potentiels, soit le fait de chercher à développer ses capacités et ses compétences individuelles à fonctionner efficacement au sein de son environnement (Leary et Tangney, 2003). Dans cette perspective, nous avons fait le choix de nous intéresser à deux motivations liées à l'évolution du soi :

- la motivation liée à la défense du soi pour se préserver du négatif ;
- la motivation liée à la croissance du soi pour atteindre le positif.

Ces deux aspects sont les deux types de motivations les plus fréquents dans la littérature en psychologie. Par exemple, Freud (1919) soutient que les individus sont guidés par un principe de plaisir mais également par un principe de réalité qui les pousse à s'écarter du déplaisir. Maslow (1954) propose quant à lui des motivations de déficit qui permettent la survie et des motivations liées à l'être qui facilitent l'expansion de soi. Lewin (1935) parle des motivations d'approche et d'évitement et son travail sera repris par la suite par Higgins (1997) dans le cadre de la théorie du focus régulateur (prévention versus promotion). Enfin, Atkinson (1964) suggère que deux motivations guident le développement de l'individu : le besoin d'accomplissement et la peur de l'échec. Pour autant, dans la plupart des cas, les chercheurs et théoriciens se sont essentiellement intéressés à l'une des deux motivations sans explorer leur potentielle existence conjointe.

La motivation constitue une force interne et individuelle qui oriente les comportements dans un objectif donné. Il s'agit donc d'un processus psychologique qui cause le déclenchement, l'orientation et le maintien d'un comportement. De ce fait, deux points nous paraissent essentiels. D'une part, l'homme est libre de son choix, de ce qu'il fait ou ne fait pas. Reste donc à comprendre ce qui le pousse à la décision, s'il s'agit d'un choix autodéterminé ou d'un choix non autodéterminé, influencé par des éléments extérieurs. D'autre part, ses actions sont toujours

orientées vers un objectif, qu'il soit conscient ou non. Le concept de motivation est mobilisé dans de nombreuses théories et permet de mieux comprendre et prévoir le comportement des individus (Mouakhar Klouz, 2009). Nous présentons donc successivement certaines théories liées à la motivation, à savoir la théorie de l'autodétermination (1), la théorie de l'élargissement constructif (2), la théorie de la motivation de protection (3) et la théorie de l'orientation régulatrice (4), afin de mettre en évidence leurs apports complémentaires à la TMT.

2.1. La théorie de l'autodétermination (*Self Determination Theory*, SDT; Deci et Ryan, 1980)

Beaucoup de théoriciens s'accordent sur le fait que les individus sont intrinsèquement motivés à accroître leurs capacités et leurs compétences (Rank, 1941 ; Piaget, 1952 ; Rogers, 1961 ; Maslow, 1954 ; Csikszentmihalyi, 1980 ; Deci et Ryan, 1991). En particulier, Deci et Ryan (1980) suggèrent qu'il existe chez l'individu trois besoins fondamentaux sans structure hiérarchique sur lesquels repose la motivation humaine : l'autodétermination (*autonomy*), la compétence (*competence*) et la proximité (*relatedness*). La compétence est le sentiment d'auto-accomplissement et d'efficacité qui vient de l'exercice de ses propres capacités dans des conditions de défi et de difficulté optimale. La proximité fait référence aux relations émotionnelles et personnelles entre les individus et donc au besoin de contact, de soutien et de participation avec les autres. Cette dimension fait également référence à l'expérience de se sentir en rapport avec les autres de telle sorte que cela suscite le bien-être et l'auto-cohésion. Le besoin d'autonomie fait référence à la nécessité pour un individu de se sentir comme étant à la base de ses choix au moment d'initier un comportement. Cela suggère donc que l'individu chercherait à développer sa capacité à autoréguler son propre comportement et à gérer la mise en place et la direction de son action.

Dans cette perspective, les auteurs proposent une théorie qui permet de mieux comprendre les relations entre les motivations et les comportements en mettant en évidence plusieurs types de motivations selon leur degré d'autodétermination :

- La motivation intrinsèque : l'activité est pratiquée pour elle-même, pour le plaisir et la satisfaction ressentie. L'accent est mis sur les aspects expérientiels (« c'est une fin en

soi »). La motivation intrinsèque est considérée par les auteurs comme le « *fondement énergisant de toute activité naturelle* » (1991).

- La motivation extrinsèque autodéterminée : l'activité est pratiquée dans un but qui lui est extérieur, pour recevoir ou éviter un résultat, mais elle reste pour autant un choix de la part de l'individu (« je pense que c'est bon pour moi »).
- La motivation extrinsèque non autodéterminée : l'activité est pratiquée dans un but qui lui est extérieur, pour recevoir ou éviter un résultat, mais elle semble imposée par l'extérieur. L'individu se lance dans cette activité pour éviter la critique par exemple, ou parce qu'il considère qu'il fait le faire.
- L'amotivation : aucun lien n'est perçu entre le comportement et les résultats potentiels (« je ne sais pas pourquoi je le fais »).

A ce stade, les théories TMT et SDT traitent des motivations des individus, la TMT étant spécifique à la situation de saillance de mortalité. Pour autant, nous pouvons souligner certains aspects fondamentaux qui diffèrent entre elles et qui nous permettent d'orienter notre réflexion :

- **la façon d'appréhender la nature humaine** : la SDT semble plus positive à l'égard de la nature humaine quelles que soient les circonstances et les conditions d'exposition (Seligman et Csikszentmihalyi, 2000). Elle peut être considérée comme un modèle de croissance basé sur le dépassement de soi (*self actualization*), la TMT étant plutôt un modèle défensif basé sur la gestion de l'anxiété. La TMT apparaît en ce sens plus pessimiste sur le rôle des peurs dans la production d'une conformité soumise à des modèles culturels imposés et à des conceptions défensives du soi (Pyszczynski, Greenberg et Solomon, 1999, p. 304).
- **la structure de l'ensemble des besoins** : la TMT suggère qu'il existe un besoin unique et fondamental, le besoin de préservation de soi, identifié comme étant le plus important, tous les autres étant liés ou dérivés de ce dernier. A l'inverse, la SDT ne spécifie pas de structure hiérarchique parmi les trois besoins cités, tous devant être satisfaits.
- **le rapport qu'entretiennent les individus avec leur existence** : la TMT considère les individus comme étant moins instrumentaux dans leur existence et leur combat contre la mort. Elle s'en remet plutôt à des solutions sociales pour soulager leur anxiété existentielle (valorisation du modèle culturel et de l'estime de soi). La SDT, en revanche,

donne un rôle important aux capacités des individus à régenter et déterminer le cours de leur existence. Elle met ainsi en avant la tendance de l'individu à la croissance via la recherche de satisfaction des trois besoins fondamentaux. Ainsi, si les besoins fondamentaux sont menacés (ce qui est le cas en situation de saillance de mortalité), cela crée un certain type de motivation à agir.

Cette première théorie présentée, la SDT, apporte ainsi un nouveau regard sur la nature humaine et donne la possibilité d'envisager d'autres formes de réponse en situation de saillance de mortalité, qui se rapprochent d'ailleurs de la stratégie de croissance et de dépassement de soi proposée par Cozzolino (2006).

Tableau 2.4.1. Les apports complémentaires de la TMT et de la SDT

	TMT	SDT
Objectif	Minimiser l'anxiété existentielle	Maximiser la satisfaction des besoins fondamentaux
Façon d'appréhender la nature humaine	- Modèle défensif basé sur la gestion de l'anxiété -Approche plus pessimiste	- Modèle de croissance basé sur le dépassement de soi -Approche positive
Structure des besoins	Un besoin uniquement fondamental dont découlent tous les autres: préservation de soi	Pas de structure hiérarchique entre les 3 besoins fondamentaux (compétence, autodétermination et proximité)
Rapport à l'existence	Rôle important attribué à des solutions externes: solutions sociales pour soulager l'anxiété	Rôle important attribué à des solutions internes: rôle des capacités des individus dans le cours de leur existence

2.2. La théorie de l'élargissement constructif des émotions positives de Fredrickson (2001)

La théorie de Fredrickson (2001) apporte des éléments d'explication complémentaires à la théorie de la SDT notamment liés aux effets d'expansion de soi et aux émotions positives qui y sont liées.

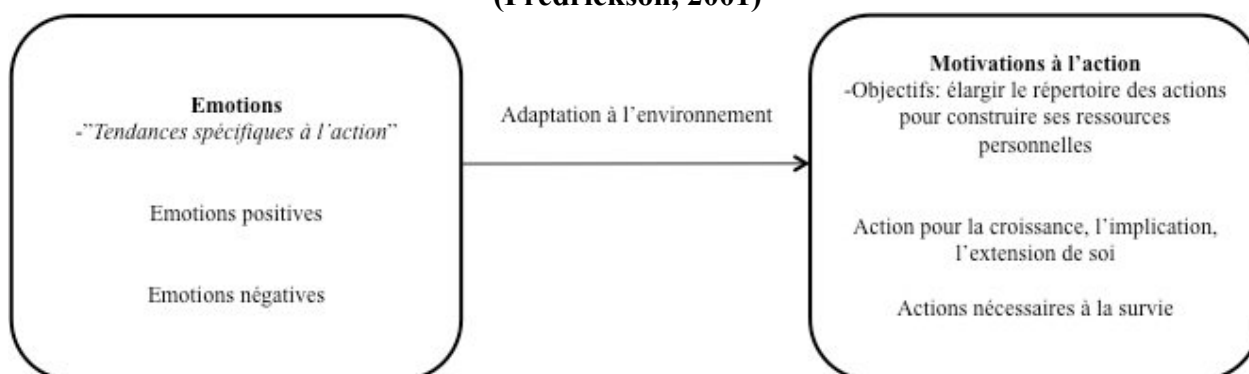
Fredrickson (2001) donne dans un premier temps une définition de l'émotion et suggère que parmi les nombreuses définitions existantes, toutes convergent sur le fait que l'émotion peut être conceptualisée comme une réponse composée de plusieurs tendances concentrées sur un temps relativement court. En ce sens, l'émotion se distingue de l'affect : l'affect est un concept plus général qui fait référence à des sensations accessibles consciemment et qui peut être présent dans l'humeur ou les attitudes. L'émotion en revanche se réfère à un objet précis et est liée à des circonstances qui sont personnellement significatives pour l'individu.

La théorie de Fredrickson se concentre sur les émotions positives que sont la joie, l'intérêt, la satisfaction, la fierté et l'amour. Selon elle, les émotions sont directement liées aux motivations dans le sens où elles engagent les individus à interagir avec son environnement pour l'explorer ou le maîtriser. Les émotions positives apparaissent alors comme des « *tendances spécifiques à l'action* » et selon une perspective évolutionniste, elles permettent à l'homme de s'adapter à son environnement. La théorie se fonde alors sur l'idée selon laquelle les cinq principales émotions positives ouvrent et élargissent le répertoire des actions et des pensées de l'individu de façon à construire ses ressources personnelles (physiques, intellectuelles, sociales, psychologiques). Les émotions positives permettent en ce sens de mieux s'adapter à l'environnement.

En particulier, Fredrickson appelle *intérêt* l'émotion positive qui caractérise la motivation intrinsèque. L'intérêt apparaît dans des contextes qui permettent aux individus de se sentir en sécurité, mais également elle encourage l'individu à explorer, à rechercher de nouvelles informations, de nouvelles expériences et à s'impliquer personnellement dans une activité. En ce sens, elle associe l'intérêt à la curiosité, à l'excitation et à l'émerveillement. Elle a donc une fonction adaptative immédiate tout autant que les émotions négatives qui poussent aux actions nécessaires à la survie.

Les émotions positives stimulent donc la croissance, l'intégration et la motivation à l'action. En particulier, l'intérêt suscite l'exploration et génère « *une volonté d'explorer, d'être impliqué ou d'étendre le soi en intégrant de nouvelles informations* » (Izard, 1971). Il a été démontré par exemple que l'intérêt suscite l'apprentissage (Deci, Vallerand, Pelletier et Ryan, 1991) et la complexité psychologique (Csikszentmihalyi et Rathunde, 1998).

Figure 2.4.2. Les apports de la théorie de l'élargissement constructif des émotions positives (Fredrickson, 2001)



2.3. La théorie de motivation de protection de Rogers (1975, 1985)

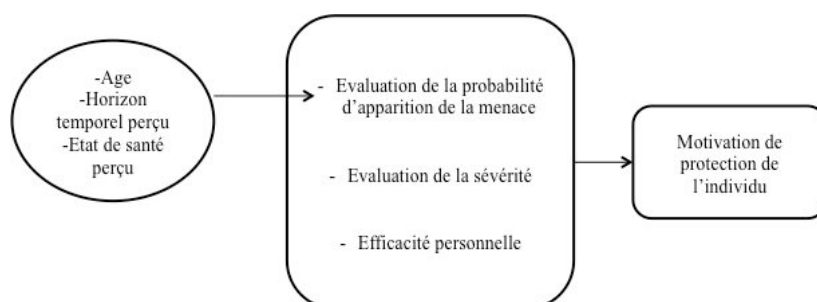
Cette théorie est particulièrement pertinente dans le cadre de la persuasion publicitaire, mais elle apporte également des éléments d'explication pour notre cadre conceptuel. Dans le *Protection Motivation Model*, Rogers (1975, 1985) propose trois variables cognitives qui, lorsqu'elles sont combinées, éveillent la motivation à la protection des individus :

- l'évaluation de la probabilité d'apparition de la menace ou la vulnérabilité ;
- l'évaluation de la sévérité de la menace ;
- l'évaluation des recommandations proposées dans un message.

La motivation de protection suscite à son tour l'adoption de recommandations proposées, notamment dans le cadre de la persuasion publicitaire. Dans notre cas de situation de saillance de mortalité, la sévérité de la menace est évidente, la mort étant la perspective de fin de vie et la fin de tout espoir. En revanche, la probabilité d'apparition de la menace et/ou de sa propre vulnérabilité dépend de caractéristiques individuelles, telles que l'âge, éventuellement la tendance d'âge subjectif, la perception de l'horizon temporel ou l'anxiété à l'égard de la mort. Par exemple, un individu qui perçoit son horizon temporel comme étant limité est susceptible d'être plus vulnérable face à l'idée de sa propre mort et donc de percevoir une probabilité de risque plus grande. Nous retenons ainsi de ce modèle que la motivation de protection face à la perspective de fin de vie semble dépendre de la probabilité d'apparition de la menace, et donc de variables telles que **l'âge, l'état de santé perçu** ou **l'horizon temporel perçu**.

En complément de ce modèle, Rogers (1983) introduit le concept d'efficacité personnelle (*self efficacy*) comme une quatrième variable cognitive médiatrice de la motivation à la protection. Des recherches montrent d'ailleurs que l'efficacité personnelle est un construit qui, entre autres, motive les individus à se protéger (Floyd, Prentice-Dunn et Rogers, 2000 ; Girandola, 2000 ; Witte et Allen, 2000). De plus, il a été démontré que l'efficacité personnelle perçue est un facteur fiable des actions de santé pour divers domaines de comportement. Les effets de la menace perçue, particulièrement la gravité, sont bien plus faibles et irréguliers (Kasen et *al.*, 1992 ; Rippetoe et Rogers, 1987 ; Stanley et Maddux, 1986 ; Taal, Seydel et Wiegman, 1990 ; Wurtele et Maddux, 1987). Une haute menace personnelle sur la santé perçue conduit souvent à une pensée maladaptative et à l'évitement des actions protectrices. Les obstacles perçus apparaissent comme de meilleurs déterminants du comportement préventif dans la version originale du modèle de croyances liées à la santé (Janz et Becker, 1984).

Figure 2.4.3. Les apports de la théorie de motivation de protection (Rogers, 1975, 1985)



2.4. La théorie de l'orientation régulatrice (Higgins, 1997)

Parmi l'ensemble des motivations possibles dirigées vers l'atteinte de buts précis, il existe un critère essentiel qui permet de distinguer les différentes motivations : le fait de savoir si l'individu est motivé à atteindre un but désiré (stratégie d'approche) ou à éviter un résultat indésirable (stratégie d'évitement). En ce sens, afin de compléter la littérature sur la TMT, nous avons cherché à mobiliser une théorie motivationnelle, la théorie de l'orientation régulatrice afin de mieux percevoir et comprendre quelles étaient les motivations liées aux besoins suscités par la situation de saillance de mortalité.

Face à une même situation, les individus ne sont pas motivés à atteindre un même but et, en ce sens, les besoins de chacun vont mener à des décisions et des comportements différents (Higgins, 1997, 2000 ; Lee et *al.*, 2000 ; Aaker et Lee, 2001). En ce sens, la théorie de l'orientation régulatrice se base sur le principe de l'autorégulation, selon lequel les individus tentent d'atteindre des buts désirés (Carver et Scheier, 1981, 1990 ; Gollwitzer et Bargh, 1996 ; Miller, Galanter et Pribram, 1960 ; Elliot et Church, 1997). Le focus régulateur individuel influence ainsi la façon dont les individus poursuivent un but, *i.e.* la façon dont ils se situent face à un état désirable ou indésirable : ils sont alors motivés à utiliser deux stratégies distinctes (approche ou évitement) pour atteindre des buts désirés ou se distancer de buts indésirables. Notons que la motivation à l'action est générée par la perception de besoins à satisfaire et elle suscite elle-même la mise en œuvre de stratégies spécifiques, c'est-à-dire un ensemble de cognitions et comportements face à une situation donnée.

Il existe alors deux états motivationnels chez l'individu, permettant ainsi de prédire un grand nombre de comportements (Liberman et *al.*, 1999 ; Friedman et Förster, 2001 ; Werth et Förster, 2007) : l'orientation promotion et l'orientation prévention.

2.4.1. L'orientation promotion *versus* l'orientation prévention

Les individus orientés promotion sont sensibles à la présence de plaisir, de gains, de résultats positifs et de récompenses. Ils recherchent l'accomplissement et l'avancement. Ils conçoivent leurs buts comme des désirs et entreprennent des activités parce qu'ils ont envie de le faire. Ils tentent de combler avant tout leurs besoins intrinsèques personnels et cherchent à atteindre leurs idéaux et à relever des défis. Leur point de référence est donc le soi idéal, ce qui fait référence à des motivations intrinsèques fortement autodéterminées (Deci et Ryan, 1980).

Les individus orientés prévention sont sensibles à l'absence de perte et cherchent à éviter la douleur, les erreurs (Tanner et Swets, 1954 ; Trope et Liberman 1996) et les résultats négatifs. Ils recherchent la sécurité et la protection. Ils conçoivent leurs buts comme une nécessité, une obligation, un devoir. Ils sont sensibles à la pression sociale et veulent maintenir un environnement stable et sécurisant. Leur point de référence est donc le soi dû ce qui fait référence à des motivations extrinsèques non autodéterminées (Deci et Ryan, 1980).

2.4.2. Le focus régulateur chronique et le cadrage situationnel

La théorie de l'orientation régulatrice considère le focus régulateur comme une variable pouvant être conceptualisée de deux manières :

- **une variable individuelle stable** : dans ce cas, les individus se distinguent selon leur orientation chronique promotion versus prévention.
- **une variable situationnelle liée au contexte** : dans ce cas, l'orientation régulatrice est suscitée par une situation donnée. Une situation est susceptible de rendre une orientation régulatrice plus saillante (Molden, Lee et Higgins, 2007) : on parle alors de cadrage situationnel.

Dans un contexte situationnel, Higgins (1997) suggère de considérer quatre types de situations différentes : la présence ou l'absence de résultats positifs (gain / non gain) et la présence ou l'absence de résultats négatifs (perte / non perte). Dans cette perspective :

- les situations de gain / non gain activent momentanément une orientation promotion ;
- les situations de perte / non perte activent momentanément une orientation prévention.

Dans une perspective managériale, Higgins (1997) souligne l'intérêt de manipuler cette orientation en intégrant le cadrage situationnel, afin de déduire des actions à mener.

Cette recherche tente de mettre en perspective la situation de saillance de mortalité, les motivations suscitées et les stratégies comportementales qui en découlent. Ainsi, selon la façon dont la saillance de mortalité est manipulée, on peut s'attendre à ce que les conditions expérimentales suscitent des orientations différentes. De la même manière, la façon dont les individus perçoivent l'idée de leur propre mort sera susceptible d'influencer le cadrage situationnel. Ainsi, selon la nature des besoins et/ou des buts suscités, la situation de saillance de mortalité sera susceptible d'éveiller une orientation promotion ou une orientation prévention et ce, de façon temporaire et situationnel.

Walter Mischel (1968) insiste d'ailleurs sur ce point, indiquant que la notion de variables de trait reste critiquable. En effet, alors que les théories liées à la personnalité (Newcomb, 1929) s'appliquent à introduire des variables relativement stables dans le temps et dans une variété de situations, impliquant alors une stabilité des réactions des individus dans une variété de situations, selon Mischel au contraire, la notion de trait s'actualise dans différentes situations. L'approche traditionnelle peine à rendre compte, selon Mischel (1968, p. 301), de la richesse et

de l'unicité des individus, ainsi que de leurs capacités liées à la distinction, la conscience et l'autorégulation. Ainsi, il envisage la personnalité comme un ensemble de compétences et de stratégies associées à des situations concrètes. Au lieu d'avoir des profils comportementaux stables dans diverses situations, les individus auraient alors des relations situations-comportements bien distinctives, nommés alors « signatures comportementales ». Il s'agit d'une approche cruciale pour arriver à saisir « *l'unicité du fonctionnement individuel* » (Shoda, Mischel et Wright, 1993, p. 683). Dans la même idée, le paradigme POS (Personne, Objet, Situation) développé par Bloch et Richins (1983), Punj et Stewart (1983) et Belk (1975) suggère la nécessité de prendre en considération trois éléments afin d'étudier les causes d'un phénomène lié à la consommation: les caractéristiques de l'objet étudié (la perception de l'idée de mort), les caractéristiques individuelles et les caractéristiques de la situation.

Nous retenons ici cette approche qui consiste à considérer une interaction entre des éléments liés à la personnalité de l'individu et la situation de saillance de mortalité.

2.4.3. Stratégie d'approche versus stratégie d'évitement

Selon l'orientation régulatrice, l'individu adoptera des stratégies différentes pour l'atteinte de ses objectifs. La notion de stratégie vient compléter celle d'orientation dans le sens où elle révèle ce que l'individu considère comme prioritaire dans sa vie (Higgins, 1997, 1998). On distingue alors deux types de stratégies relatives aux deux états motivationnels :

- **La stratégie d'approche** est utilisée par les individus orientés promotion. Parce que l'orientation promotion suscite une sensibilité aux résultats positifs, la stratégie d'approche consiste à adopter des comportements qui permettent d'atteindre des buts désirés.
- **La stratégie d'évitement** est utilisée par les individus orientés prévention. Parce que l'orientation prévention suscite une sensibilité aux résultats négatifs, la stratégie d'évitement consiste à adopter des comportements qui permettent d'éviter des buts non désirés.

Higgins et ses collègues (Higgins, 1996 ; Higgins, Shah et Friedman, 1997) nous l'avons vu, proposent que les individus peuvent être soit centrés sur la promotion (rechercher de bonnes

choses), soit centrés sur la prévention (éviter les mauvaises choses). Higgins suggère que ces motivations peuvent prendre la forme, soit de différences individuelles chroniques (tels que les traits dispositionnels), soit d'états activés temporairement. Quelle que soit la forme, les deux motivations (prévention et promotion) sont associées à des conséquences psychologiques distinctes, similaires à celles décrites par Gray (1987).

Tableau 2.4.2. Synthèse des éléments de la théorie de l'orientation régulatrice (Higgins, 1997)

	PROMOTION	PREVENTION
Principe	Sensibilité à la présence (ou absence) de résultats positifs / enthousiasme	Sensibilité à la présence (ou absence) de résultats négatifs / vigilance
Stratégie	Approche (atteindre des buts désirés)	Evitement (éviter des buts non désirés)
Conception des buts	Le but est vu comme un désir	Le but est vu comme une nécessité, une obligation, un devoir
Buts	Recherche du plaisir, de gains et de résultats positifs, obtenir des récompenses, accomplissement, avancement => Atteindre des objectifs maximaux	Evitement de la douleur, absence de pertes, éviter les erreurs (Tanner et Swets, 1954 ; Trope et Liberman, 1996), les menaces et conséquences négatives dues à une mauvaise performance, sécurité, protection => Objectifs minimaux (Brendl et Higgins, 1996)
Comportements caractéristiques	<ul style="list-style-type: none"> - perspective de LT - essaient de combler les besoins intrinsèques personnels - atteindre les idéaux et relever les challenges 	<ul style="list-style-type: none"> - perspectives CT - sensibles à la pression sociale - objectif de maintenir un environnement stable
Référence	Le soi idéal (motivation intrinsèque fortement auto déterminée)	Le soi dû (motivation extrinsèque non autodéterminée)

2.4.4. Les recherches antérieures liées à la théorie de l'orientation régulatrice

De nombreuses recherches ont soutenu le fait que les individus utilisent deux voies psychologiques distinctes pour atteindre un état désiré : l'approche de résultats positifs ou l'évitement de résultats négatifs (Emmons, 1991 ; Fowles, 1988 ; Gray, 1987 ; Higgins, 1996).

Les motivations indépendantes d'approche et d'évitement ont été étudiées dans le domaine académique. Atkinson et Litwin (1960) ont montré que les individus ont tendance à être motivés soit à atteindre le succès, soit à éviter l'échec dans une situation de test. Les chercheurs démontrent que les niveaux d'accomplissement et d'anxiété sont liés à la force ou la faiblesse des deux dimensions motivationnelles distinctes, appelées alors respectivement les motivations d'accomplissement et les motivations d'évitement. Les recherches montrent que les individus ayant des motivations d'approche fortes avaient un faible niveau d'anxiété et cherchaient à atteindre le succès, alors que les individus ayant des motivations d'évitement fortes avaient un fort niveau d'anxiété et avaient tendance à craindre l'échec. De plus, les individus ayant des motivations d'accomplissement fortes prennent plus de risques que les individus ayant des motivations d'évitement fortes. Enfin, Mehrabian (1976) distingue deux modes de régulation motivationnelle dans un contexte social, la tendance à l'affiliation et la sensibilité au rejet, comme deux construits indépendants.

La littérature présente une accumulation de résultats quant à l'existence de ces deux modes de régulation (Higgins, 1996 ; Gray, 1987 ; Watson et Tellegen, 1985 ; Elliot et Sheldon, 1998 ; Emmons, 1991 ; Elliot, Sheldon et Church, 1997). Récemment, les théoriciens ont revisité cette idée selon laquelle il existe deux systèmes motivationnels distincts et ils ont particulièrement insisté sur les conséquences de la poursuite de ces telles stratégies. **La littérature liée à cet objet nous permet en particulier d'en retenir trois éléments :**

- **l'existence d'un lien entre l'affect (positif ou négatif) et la dimension comportementale (approche versus évitement)**
- **l'indépendance dans le fonctionnement de ces deux systèmes (approche et évitement)**
- **la distinction conceptuelle entre la motivation, l'effort personnel et les buts ou objectifs personnels**

Parmi les théoriciens, nous pouvons citer en particulier Gray (1987), Watson et Tellegen (1985), Elliot et Sheldon (1998), Emmons (1991) et Elliot, Sheldon et Church (1997).

Gray (1987, 1991) a développé une approche fondée sur la distinction entre le BAS (*Behavioral Activation System*) et le BIS (*Behavioral Inhibition System*). Le BAS, ou système d'activation comportemental implique une plus grande sensibilité à l'égard des récompenses :

un niveau élevé de BAS est associé à de l'impulsivité et de l'espoir, alors qu'un niveau plus faible réduit la motivation des individus (Carver et White, 1994 ; Gray, 1991). A l'inverse, le BIS, ou système d'inhibition comportemental, est lié à des sentiments de peur et d'anxiété (Gray, 1987) et implique une sensibilité à l'égard de signaux tels que la punition ou les nouveaux stimuli, ainsi que la motivation à éviter de tels stimuli. Ainsi, un niveau élevé de BIS est associé au fait d'éviter une potentielle négativité, ainsi qu'une inhibition des comportements. Un faible niveau de BIS implique peu de motivation à éviter des résultats négatifs (Gray, 1991). **Selon Gray, ces deux systèmes motivationnels sont stables et indépendants : avoir un haut niveau dans l'un n'affecte pas la force de l'autre. L'interaction entre les deux régule le comportement et les émotions de l'individu (Gray, 1994).**

Watson et Tellegen (1985) mettent également en évidence deux structures indépendantes liées à l'affectivité, basées sur des mesures d'humeur : l'affect négatif et l'affect positif. L'affect négatif reflète la tendance à l'égard des états émotionnels négatifs, tels que la détresse, la peur ou la nervosité. L'affect positif est lié à la tendance à l'égard des états émotionnels positifs, tels que l'activité, l'enthousiasme ou l'excitation. **Ces dimensions affectives sont indépendantes dans la mesure où elles interviennent à des niveaux différents simultanément.** Watson et Tellegen (1999) suggèrent que l'affect positif est lié à l'approche comportemental et que l'affect négatif est lié à l'inhibition comportementale.

Les travaux d'Elliot et Sheldon (1998) apportent un nouveau regard sur les processus motivationnels. Ils précisent que les comportements sont liés non seulement aux orientations motivationnelles (les motivations étant des régulateurs distants du comportement), mais également à leurs « **buts personnels** » dirigés vers l'approche du succès ou l'évitement des échecs (les buts étant des régulateurs proximaux du comportement). Les auteurs définissent les buts personnels comme « *des objectifs articulés consciemment et personnellement significatifs que les individus poursuivent dans leur vie quotidienne* » (p. 1282). Emmons (1991) a, quant à lui, étudié les **efforts personnels** (*personal strivings*) mis en œuvre dans l'accomplissement des buts des individus. Les efforts personnels se définissent comme les objectifs qu'un individu tente d'atteindre dans sa vie. Ils sont en ce sens la conséquence de la motivation, qui elle-même est l'énergie (plus stable) qui pousse les individus à l'action et permettent de mieux comprendre, selon l'auteur, les comportements individuels, car ils seraient susceptibles de varier selon les

événements de la vie et le vécu (Emmons, 1991). Cela peut être par exemple le fait d'essayer d'aider les autres qui sont dans le besoin ou encore, essayer de convaincre les autres.

Enfin, Elliot, Sheldon et Church (1997) ont étudié la distinction entre les efforts personnels d'approche et les efforts personnels d'évitement. Dans ce cas, ils sont définis comme des systèmes d'autorégulation qui amènent les individus à poursuivre des objectifs consciencieusement évalués et significatifs dans leur vie quotidienne. Les objectifs d'approche sont associés au fait de chercher à obtenir des résultats positifs ; les objectifs d'évitement sont associés au fait de se distancer des résultats négatifs (Elliot et Covington, 2001). Notons que pour un même résultat, les individus peuvent se fixer différents objectifs. Par exemple, afin de réussir un examen, un même étudiant peut se fixer deux objectifs distincts : un objectif d'approche du résultat désiré qui serait le fait d'étudier davantage ; un objectif d'évitement d'un résultat indésirable qui serait le fait d'éviter de passer trop de temps à jouer ou à regarder la télévision. De plus, les auteurs précisent que les traits de personnalité sont susceptibles d'influencer ce choix, en interaction avec ces facteurs situationnels.

2.4.5. Les déterminants possibles du choix des stratégies d'approche ou d'évitement

Dans cette perspective, Ebner, Freund et Baltes (2006) conceptualisent l'orientation des buts comme un construit dynamique tout au long du développement de la vie des individus. Les auteurs étudient l'orientation des buts dans la perspective de la psychologie de l'espérance de vie. L'une de leurs hypothèses centrales est de supposer que les antécédents dynamiques tels que « *les changements liés aux opportunités et aux contraintes du développement se reflètent dans l'orientation des buts* » (Ebner et al., 2006, p. 65). Ainsi, dans leurs travaux, l'orientation des buts envers la croissance de soi ou la défense de soi, l'approche ou l'évitement, est testée comme une fonction des bouleversements liés à l'âge, tels que les exigences attendues pour l'atteinte de ses buts (Ebner et al, 2006 ; Freund, 2006 ; Heckhausen, 1997). La différence dans l'orientation des buts (croissance ou défense) se reflète dans le construit motivationnel d'objectif d'approche ou d'évitement (Freund et Ebner, 2005). Ils ont ainsi démontré que les individus âgés étaient significativement plus concernés par la prévention des pertes que les jeunes adultes. Pour cela, ils s'appuient également sur des éléments de la théorie de la sélectivité socio-émotionnelle (Carstensen, 1991) : les individus ont besoin de maîtriser et de s'adapter aux

bouleversements liés aux nouvelles opportunités et contraintes induites par le vieillissement. L'un des moyens de maîtriser l'équilibre entre les gains et pertes est justement la sélection de buts appropriés à l'âge, en modifiant l'orientation des buts, de la croissance vers la prévention (Baltes, 1997 ; Ebner et *al.*, 2006). En ce sens, les ressources liées à l'âge peuvent être considérées comme un facteur dynamique qui permet de prédire les changements dans l'adoption d'une stratégie d'approche ou d'évitement.

Ce qui nous intéresse ici est d'envisager l'âge comme un élément qui permettrait de prédire l'adoption d'une stratégie d'approche ou d'évitement dans un contexte situationnel, de saillance de mortalité en particulier. S'il a été démontré que les individus seniors étaient plus enclins à adopter des stratégies d'évitement, reste à savoir si cela est toujours le cas en situation de saillance de mortalité. En effet, les individus seniors, ayant atteint un âge avancé, sont confrontés à de nombreux rappels de la perspective de fin de vie. De ce fait, ils sont susceptibles de disposer de plus de ressources (ou de ressources différentes) que les jeunes adultes leur permettant de faire face à cette idée. L'accumulation des ressources à disposition des seniors est susceptible d'induire l'utilisation de stratégies d'approche, alors que des ressources moindres pourraient susciter l'utilisation de stratégies d'évitement. Cette approche contribuerait à une vision dynamique du concept d'autorégulation des objectifs personnels (Senko et Harackiewicz, 2005).

Conclusion de la section 4

Cette seconde section du chapitre 2 nous a permis d'envisager les différents mécanismes de défense en situation de saillance de mortalité. Nous avons ainsi mis en évidence les mécanismes de défense proposés par les théoriciens de la TMT, qui constitue une théorie fondamentale dans cette recherche. Toutefois, nous pensons que cette théorie mérite d'être complétée par des théories de la motivation, afin de cerner les besoins, motivations et objectifs suscités par la saillance de mortalité. Dans une approche plus positive, la SDT propose un modèle de croissance fondé sur une motivation de dépassement de soi, ouvrant ainsi la voie à des motivations intrinsèques. La théorie de l'élargissement constructif suggère que ce type de motivation orientée vers la croissance de soi et le développement personnel est la conséquence d'émotions positives ressenties, telles que l'intérêt par exemple. Il est alors possible d'envisager que l'idée de sa propre mort ne soit pas uniquement source d'anxiété et d'émotions négatives, mais également source d'intérêt. Enfin, la théorie de l'orientation régulatrice de Higgins (1997) précise ces mécanismes et nous permet d'envisager deux voies distinctes :

- une stratégie d'évitement dans un objectif de protection et de préservation du soi, pour laquelle nous retrouvons d'ailleurs des éléments recommandés par la TMT ;
- une stratégie d'approche dans un objectif de satisfaction et d'expansion du soi.

Le tableau 2.4.3 propose une synthèse des apports des principales théories mobilisées dans le cadre de la saillance de mortalité.

Tableau 2.4.3. Synthèse des apports des principales théories de la motivation mobilisées

	Théorie mobilisée	Principe	Besoins suscités par la saillance de mortalité	Motivations /Stratégies	Particularités pour les seniors
THEORIES LIEES A L'ANXIETE EXISTENTIELLE	Terror Management Theory (Greenberg, Pyszczynski et Solomon, 1986)	La saillance de mortalité suscite une anxiété existentielle que l'individu cherche à réduire via des mécanismes de défense de soi.	<ul style="list-style-type: none"> • Besoin de contrôle • Besoin de sens • Besoin d'estime de soi • Besoin d'extension de soi 	Stratégies distales : <ul style="list-style-type: none"> • Défense et validation du modèle culturel • Valorisation de l'estime de soi • Générativité / extension de soi Stratégies proximales : <ul style="list-style-type: none"> • Suppression des pensées • Evitement • Dénier • Report dans le futur 	<ul style="list-style-type: none"> • Des difficultés apparentes pour valoriser l'estime de soi • Utilisation de stratégies moins défensives et moins agressives, en faveur d'une régulation émotionnelle
	Meaning Management Theory (Wong, 2005 ; Neimeyer, 2001)	La gestion du sens (surmonter les peurs, doutes, regrets) est une stratégie adaptative essentielle face à l'idée de mort et favorise l' acceptation de la mort et l' accomplissement de soi.	<ul style="list-style-type: none"> • Besoin de préservation de soi • Besoin de dépassement de soi, d'efficacité personnelle 	Stratégie défensive : <ul style="list-style-type: none"> • Préservation et protection de soi Stratégie proactive et positive : <ul style="list-style-type: none"> • Engagement dans le développement et l'épanouissement personnel 	

THEORIES LIEES A LA MOTIVATION	<p>Théorie de l'autodétermination (Deci et Ryan, 1980)</p>	<p>Il existe trois besoins fondamentaux (sans structure hiérarchique) sur lesquels repose la motivation humaine dans un objectif de croissance. Si les besoins sont menacés, cela crée un certain type de motivation à l'action.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Besoin d'autodétermination • Besoin de compétence • Besoin de proximité 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivations intrinsèques S'engager dans des comportements pour le plaisir et la satisfaction ressentie • Motivations extrinsèques S'engager dans des comportements pour recevoir ou éviter un résultat extérieur. 	
	<p>Théorie de l'élargissement constructif des émotions positives (Fredrickson, 2001)</p>	<p>Les émotions (positives et négatives) suscitent des motivations à l'action dans le but de s'adapter à l'environnement.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Actions nécessaires à la survie (si émotions négatives) • Actions nécessaires à la croissance (si émotions positives) 	
	<p>Théorie de la motivation de protection (Rogers, 1975, 1985)</p>	<p>Il existe trois variables cognitives qui, combinées, éveillent ensemble la motivation de protection des individus, dont l'évaluation de la probabilité d'apparition de la menace.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Motivation de protection 	<p>L'évaluation de la probabilité de la menace (mort) apparaît fortement dépendante de l'âge, de l'état de santé perçu ou encore de l'horizon temporel perçu.</p>

	<p>Théorie de l'orientation régulatrice (Higgins, 1997)</p>	<p>Dans une situation donnée, un critère essentiel permet de distinguer les motivations : savoir si l'individu est motivé à atteindre un but désiré (croissance de soi) ou à éviter un état indésirable (défense de soi). Cela fait référence à l'orientation des buts.</p> <p>Double approche :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facteur stable : l'orientation régulatrice chronique - Facteur situationnel : le cadrage situationnel 	<ul style="list-style-type: none"> • Besoins intrinsèques d'épanouissement personnel (atteindre l'idéal) • Besoin de sécurité et de protection 	<p>Deux systèmes motivationnels indépendants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stratégie d'approche / orientation promotion <p>Comportements qui permettent d'atteindre des buts personnels désirés, liés à un affect positif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stratégie d'évitement / orientation prévention <p>Comportements qui permettent de s'écarter de résultats indésirables, liés à un affect négatif</p>	<p>Les ressources liées à l'âge : facteur dynamique qui permet de prédire l'adoption d'une stratégie dans un contexte situationnel.</p>
--	--	--	--	---	--

Section 5. L'exploration de nouvelles pistes de recherche

La revue de littérature nous permet d'aboutir à deux constats distincts. Tout d'abord, la perspective de fin de vie et ses conséquences sur les comportements individuels est un objet de recherche qui n'a été que très peu étudié dans la littérature marketing française. L'idée de mort a été étudiée en effet essentiellement dans le domaine de la psychologie. De même, notre concept central, la saillance de mortalité est rarement étudié, alors que certaines recherches s'intéressent pourtant à l'anxiété à l'égard de la mort et à ses effets sur les comportements. De plus, la revue de littérature a permis de cerner différentes théories qui permettent d'apporter des éléments de compréhension de l'individu en situation de saillance de mortalité. Les théories liées à la motivation apportent en particulier des éléments complémentaires aux théories existentielles fondamentales que sont la TMT et la MMT.

Cette troisième section du chapitre 2 est la conséquence d'une réflexion qui s'articule autour des trois éléments de notre fil conducteur :

(1) le rapport individuel à la mort, propre à l'homme, suggère que selon les représentations, l'idée suscite plus ou moins d'anxiété et conditionne la façon de concevoir la vie (section 2) ;

(2) l'approche critique des résultats des recherches antérieures soulève des interrogations émises au regard des manques existants dans la littérature liés aux effets de la saillance de mortalité sur les comportements (section 3) ;

(3) les éléments théoriques liés aux processus motivationnels qui poussent l'individu à l'action en situation de saillance de mortalité permettent de déceler des mécanismes de défense pertinents selon des caractéristiques individuelles (section 4).

En conséquence, nous présentons ici successivement les effets attendus d'une exposition à une situation de saillance de mortalité (1), les motivations et les stratégies mobilisées (2), et en particulier, les effets attendus de l'âge sur l'influence de la saillance de mortalité (3).

1. Les effets attendus d'une exposition à une situation de saillance de mortalité

1.1. La saillance de mortalité et la conscience de l'inévitabilité de sa propre mort

Les chapitres 1 et 2 nous ont permis d'aboutir à une définition de la saillance de mortalité, ainsi qu'à une distinction conceptuelle indispensable entre cette notion centrale dans cette recherche et d'autres concepts tels que la conscience de l'inévitabilité de la mort,

l'anxiété face à la mort et l'attitude à l'égard de la mort. Précisons bien que malgré un manque de clarté sur la distinction entre l'idée de sa propre ou l'idée de la mort en général, lié essentiellement à un manque de recherche dans la littérature française, nous avons fait le choix de définir la saillance de mortalité comme un rappel de la perspective de sa propre mort, et non de l'idée de mort en général.

Chaque individu sait pertinemment qu'il va mourir, mais n'est pas pour autant obsédé en permanence par cette idée. Les pensées liées à l'idée de sa propre mort émergent lorsqu'il est confronté à une situation ou des images qui lui rappellent l'idée de sa propre mortalité. Ainsi, la situation de saillance de mortalité est définie comme un rappel de la perspective de sa propre mort. Plus spécifiquement, il s'agit d'une situation suscitée par un stimulus de rappels de l'idée de sa propre mort. Nous reprenons la définition de la saillance (Landragin, 2004) pour préciser qu'une situation donnée sera dite saillante selon deux dimensions : sa dimension physique (*i.e.* selon ses composantes physiques) et sa dimension cognitive (*i.e.* selon la perception de l'individu en situation). La dimension cognitive de la saillance de mortalité laisse donc envisager des différences individuelles dans la façon d'appréhender la saillance de mortalité et donc dans ses effets potentiels.

De plus, la conscience du mourir est le propre de la nature humaine (Pascal, *Les Pensées*). La définition de la conscience de Damasio (2002) permet de discerner : (1) la conscience noyau, propre à n'importe quel être vivant possédant un besoin inné de préservation de soi dans l'instant ; (2) la conscience étendue, propre à l'homme en tant qu'être pensant, qui fait référence à la temporalité, c'est-à-dire à la capacité de se projeter dans le passé et l'avenir (Conche, 1980). Ainsi, la TMT fait référence à ces deux types de conscience pour aborder le besoin inné de préservation de soi et la conscience de l'inévitabilité de la mort et pour envisager l'impact de la saillance de mortalité.

Ces éléments précités nous permettent d'envisager ici que la situation de saillance de mortalité, à travers ses différentes composantes, réactive de façon **ponctuelle et situationnelle** une conscience de l'inévitabilité de la mort qui pré-existe en permanence, notamment dans le cadre de la conscience étendue. Notons que la conscience de l'inévitabilité de la mort renvoie à la fois à la vulnérabilité de l'être humain via son corps (soi physique) et à la perspective de disparition de soi (soi symbolique) (Conche, 1980). Ce mécanisme de réactivation de la conscience de fin de vie semble cependant dépendre de différences individuelles dans la façon de percevoir la situation de saillance de mortalité.

1.2. La saillance de mortalité et l'anxiété existentielle

Si la saillance de mortalité réactive la conscience de l'inévitabilité de la mort, reste à s'interroger sur les émotions suscitées par cette même conscience. Selon Damasio (2002), la conscience de soi et l'émotion sont inséparables : c'est grâce à la conscience de soi que l'individu perçoit une émotion. Nous pouvons ainsi envisager que la conscience de l'inévitabilité de la mort, réactivée par la situation de saillance de mortalité, est susceptible de susciter un ensemble d'émotions. La revue de littérature proposée laisse largement sous entendre que les émotions négatives, parmi lesquelles figurent évidemment la peur et l'anxiété, sont les principales réactions affectives à la conscience de sa propre mort. Les travaux de Becker (1973) notamment sont indiscutables sur ce sujet, tout autant que les recherches sur la TMT qui ont vu le jour par la suite. Ainsi, pour les théoriciens de la TMT, le besoin de préservation de soi associé à la conscience de l'inévitabilité de la mort crée une anxiété existentielle propre à l'homme.

L'une des questions centrales de cette recherche porte sur ce lien entre la conscience de l'inévitabilité de la mort et l'anxiété existentielle ressentie. Deux questions se posent alors : d'une part, l'anxiété existentielle ne peut-elle pas avoir d'autres sources que la saillance de mortalité ? d'autre part, la saillance de mortalité suscite-elle nécessairement une anxiété existentielle ?

La première question permet de s'interroger sur les déterminants de l'anxiété existentielle. Comme cela a été précisé dans la revue de littérature (section 2), il existerait diverses formes d'anxiété existentielle. Alors que pour Becker (1973), l'anxiété liée à la mort serait l'anxiété existentielle fondamentale, responsable de plusieurs comportements, pour d'autres (Yalom, 1980 ; Tillich, 1956 ; Fromm, 1941) tous les problèmes existentiels ne peuvent être réduits à la mort qui apparaît alors comme un problème existentiel parmi d'autres, tels que l'insignifiance, l'absurdité ou l'incertitude du monde (Frankl, 1967 ; Laing, 1967 ; Tillich, 1952), l'isolement et la solitude de l'individu (Buber, 1923 ; Fromm, 1956). Cette approche suppose donc que, tout comme les rappels de la mortalité, des rappels liés au manque de sens peuvent susciter une anxiété existentielle. L'une des explications possibles serait que les rappels de la mortalité portent en eux justement des idées liées à la perte de sens (Lifton, 1976). Conche (1980) insiste d'ailleurs sur la mort comme étant l'événement destinal et précise que l'homme, via son corps, est totalement soumis à la nature et voué à la finitude et ainsi, est en situation d'insécurité permanente. Bien qu'il n'existe pas de

consensus parmi les auteurs sur la question de savoir si la mortalité est l'unique antécédent de l'anxiété existentielle, nous adoptons l'approche de Becker qui consiste à penser que les considérations liées à la perspective de fin de vie sont des considérations fondamentales qui suscitent l'anxiété existentielle en suggérant d'autres problèmes existentiels. D'ailleurs, certaines recherches montrent qu'une variété de menaces existentielles portant sur le sens ou l'incertitude sont susceptibles de susciter une accessibilité des pensées liées à la mort (Hayes, Schimel, Arndt et Faucher, *in press*), accessibilité qui s'estompe après un délai (Schimel, Hayes, Williams et Jahrig, 2007).

La seconde question consiste à se demander si l'anxiété existentielle est l'unique conséquence possible en réponse à une situation de saillance mortalité, comme le soulignent les théoriciens de la TMT. Nous pensons notamment que les rappels de la mortalité peuvent dans certains cas ne pas susciter autant d'émotions négatives. L'approche philosophique (section 1) montre d'ailleurs que parfois la mort est appréhendée comme une nouvelle naissance. Cicirelli (1998) s'est intéressé au lien qui existe entre le sens donné à la mort et la peur de la mort démontrant que selon la signification attribuée à la mort, celle-ci est susceptible de susciter plus ou moins d'anxiété. Ainsi, l'auteur a mis en évidence quatre facteurs principaux de la conception de la mort : une transmission (permettant de laisser une trace de son existence), une deuxième vie (dans laquelle on retrouve ses proches disparus), une fin (la fin de la vie, de ses rêves, de ses espoirs) et une motivation (la mort offre des possibilités de vie, lui donne du sens et permet de fixer des objectifs à atteindre). La dernière forme génère logiquement moins de peur que les trois premières. Il est possible de l'associer à des émotions positives comme l'intérêt (au sens de Frerickson), l'enthousiasme, la stimulation ou la détermination. Ayant atteint une forme d'acceptation de la vie (section 2), les individus âgés sont alors susceptibles de ressentir des sentiments de satisfaction et d'accomplissement en situation de saillance de mortalité.

Pour conclure sur ce point, notre approche souhaite compléter celle des théoriciens de la TMT. Sans nier l'anxiété existentielle ressentie en situation de saillance de mortalité, nous pensons en effet que ce n'est pas la seule et unique réaction affective possible et que, sous certaines conditions et selon les effets de certaines variables modératrices (telles que l'âge notamment), la situation de saillance de mortalité est susceptible de susciter des réactions émotionnelles de nature et d'intensité variables. Or, dans la perspective de l'autorégulation (section 3), en situation de saillance de mortalité, les émotions suscitent des besoins à satisfaire, qui donnent lieu à des motivations comportementales selon des buts à atteindre. Le

point suivant est consacré aux motivations suscitées par la situation de saillance de mortalité sous l'angle de l'autorégulation.

2. Les effets attendus de la saillance de mortalité sur les motivations et les stratégies mobilisées

Bien que la TMT soit particulièrement pertinente pour étudier la condition humaine, elle semble cependant incomplète dans les mécanismes de défense suggérés (Leary et Tangney, 2003). En effet, si elle permet d'expliquer la façon dont les individus réagissent à leur condition d'être mortel via des mécanismes de défense extrinsèques (*i.e.* qui proviennent de l'extérieur, via la validation du modèle culturel ou la valorisation de l'estime de soi), **comment expliquer les propensions des individus à la croissance personnelle, au changement, au développement et à l'exploration ?**

C'est pour cette raison que nous nous sommes intéressés aux apports complémentaires des théories de la motivation. Cette démarche ne remet pas en cause les processus établis par la TMT, mais cherche plutôt à les compléter via une approche axée sur les motivations intrinsèques suscitées par la saillance de mortalité. En effet, alors que les recherches antérieures mettent en évidence la façon dont l'individu fait face à la saillance de mortalité via une conformité sociale, notre approche se veut être plus positive et souhaite apporter des éléments d'explication d'autres aspects de la condition humaine, tels que la croissance de soi et l'expansion de soi (Greenberg et *al.*, 1997; Pyszczynski et *al.*, 1999). Ainsi, au-delà de la motivation extrinsèque exposée par la TMT, il semble qu'il existe un autre aspect de la motivation qui suggère des comportements intrinsèques, orientés vers l'ouverture et l'enrichissement de soi (Deci et Ryan, 1985 ; Maslow, 1962 ; Greenberg et *al.*, 1997) comme moyen de réduire l'anxiété existentielle.

Dans ce cadre, notre position est de pouvoir mettre en évidence un modèle intégrateur des deux types de motivations. Nous pensons que tous deux permettent de cerner la réalité de la motivation humaine : la défense du soi et l'expansion du soi, sur la base des travaux de Rank (1924) qui influencèrent largement ces deux traditions et ceux de Becker (1971, 1973) qui fut influencé par elles.

Enfin, d'après les éléments théoriques issus de la littérature, il semble finalement qu'il existe différents moyens de faire face à l'anxiété existentielle (renforcer l'estime de soi, s'attacher à des valeurs et des normes culturelles, structurer la réalité selon un schéma significatif, sans équivoque et certain), chacun ayant alors des conséquences diverses.

Cependant, parmi l'ensemble de ces motivations, reste à comprendre comment les individus tentent de résoudre les conflits motivationnels qui sont générés par la recherche de satisfaction de ces différents besoins. Bien que la recherche récente parle de substituabilité des défenses liées au soi (Tesser, 2000), il reste à mieux comprendre quand, comment (via quelle(s) motivation(s)) et pourquoi un certain type de défense prend le pas sur l'autre en situation de saillance de mortalité.

2.1. Une perspective humaniste plus optimiste

La TMT met l'accent sur les stratégies qui permettent aux individus de nier leurs peurs les plus profondes. Toutefois, les stratégies préconisées peuvent paraître artificielles : la valorisation de l'estime de soi paraît être une stratégie trompeuse quant à la nature initiale du soi ; la défense du modèle culturel oblige l'individu à se rattacher à des éléments extérieurs qui lui sont imposés. La perspective humaniste, quant à elle, met l'accent sur le potentiel de l'individu à se développer et à évoluer dans un objectif de dépassement de soi et d'accomplissement individuel. Nous adoptons ici cette position.

2.2. La saillance de mortalité et la réorientation des buts

La première piste de recherche consiste à se demander en quoi la situation de saillance de mortalité est-elle susceptible de susciter une réorientation des buts et des objectifs personnels.

Nous avons vu précédemment que l'orientation régulatrice des individus pouvait être envisagée de façon situationnelle, de sorte que certaines situations peuvent susciter un cadrage situationnel particulier (Higgins, 1996). En ce sens, il est possible d'envisager qu'une situation donnée soit susceptible de réactiver ou modifier momentanément l'orientation régulatrice des individus.

Une autorégulation optimale implique non seulement la fixation des objectifs dans lequel l'individu s'engage mais également la maîtrise de l'expérience de poursuite de ces mêmes objectifs, l'évaluation du processus et l'observation d'une possible adaptation et révision de ces objectifs (Shah, Kruglanski et Friedman, 2003 ; Wrosch, Scheier, Miller, Schulz et Carver, 2003 ; Zimmerman, 1989). Plusieurs facteurs peuvent susciter une révision des objectifs individuels fixés. Cela peut être par exemple l'acquisition de nouvelles informations relatives à une tâche, une activité ou un environnement (Bong, 2005). De la

même manière, un retour sur la performance peut venir modifier la perception qu'ont les individus de leur compétence et ainsi venir modifier l'adoption des objectifs (Senko et Harackiewicz, 2005). De plus, les événements de la vie peuvent venir modifier les ressources disponibles pour affronter des situations difficiles et en ce sens, modifier la sélection des buts prioritaires dans sa vie.

Dès lors que l'on s'intéresse à une possible évolution des objectifs fixés de façon situationnelle, il semble essentiel de s'intéresser à la fois à la nature de l'adoption des objectifs et au fait qu'il existe de multiples types de changements susceptibles d'intervenir dans l'engagement individuel dans un type de but en particulier. Tout d'abord, la modification des objectifs est appréhendée ici en tant que variable continue et non discrète. En effet, un même individu est susceptible de poursuivre plusieurs ou peu d'objectifs en même temps. De cette manière, la modification des objectifs peut être appréhendée en tant qu'évolution du degré de poursuite d'un but. De plus, une modification des buts peut prendre deux formes (Senko et Harackiewicz, 2005) : une intensification d'un même but (pour laquelle les individus renforcent ou diminuent leur engagement dans un objectif particulier) ou une modification de but (pour laquelle l'individu passe d'un but à un autre). Dans cette recherche, nous supposons donc que la saillance de mortalité est susceptible de modifier momentanément le degré de priorité de certains buts chez l'individu, sans pour autant supprimer les autres.

2.3. Des motivations distinctes

Dans la perspective d'autorégulation, la situation de saillance de mortalité induit une motivation à l'action, c'est-à-dire une énergie qui pousse l'individu à s'engager dans tel ou tel comportement. Face à la saillance de mortalité, la littérature nous amène à penser qu'il existerait deux façons d'appréhender la réalité de la mort qui induisent deux processus de régulation de soi.

- (1) Motivations liées à la défense de soi : confrontés aux rappels de leur condition d'être mortel, les individus se retrouvent dans une situation qui les pousse à agir du fait de leur instinct de préservation de soi et d'une forte anxiété existentielle ressentie. Nous retrouvons alors l'hypothèse fondamentale de la TMT.

Cela peut être notamment le cas pour des individus qui ont une anxiété à l'égard de la mort relativement élevée : afin de réduire cette anxiété ressentie, la saillance de mortalité est susceptible d'activer des défenses distales qui visent à retrouver une sécurité et une

protection. La TMT suggère que les modèles culturels sont un moyen de restaurer cette sécurité et cette stabilité. Dans ce cas, l'individu agit au regard d'un ensemble de normes extérieures et culturelles. La défense de soi a, en ce sens, un caractère constant : le sens et la valeur (apportés par des éléments culturels extérieurs) sont deux éléments qui doivent être soutenus et maintenus constants pour assurer un environnement stable qui permettra de réduire l'anxiété ressentie.

- (2) Motivations liées à la croissance de soi : confrontés aux rappels de leur condition d'être mortel, les individus peuvent être motivés à agir pour atteindre des buts désirés. Cela rejoint l'idée de la motivation de Cicirelli (1998) : les rappels de la mortalité peuvent susciter un affect positif et plus spécifiquement des motivations à donner du sens à sa vie via l'accomplissement de soi, la réalisation de ses objectifs, l'atteinte de ses idéaux etc.

Cela peut notamment être le cas pour des individus qui acceptent l'idée de mort, ayant en ce sens une anxiété face à la mort relativement faible : la saillance de mortalité peut alors susciter des émotions positives, vers une recherche de satisfaction, de plaisir, de stimulation ou de gratification immédiate. Face à la menace, l'individu est dans ce cas motivé à adopter des comportements basés sur ses désirs et ses besoins intrinsèques : l'individu est libre de déterminer ce qui a le plus de sens pour lui et d'agir en ce sens. La croissance de soi semble avoir alors un caractère plus facultatif : les individus peuvent traverser des périodes plus stimulantes que d'autres. Ce second processus met l'accent sur les idéaux qui sont déterminés par l'individu et qui sont considérés comme des buts abstraits qui guident les comportements (Carver et Scheier, 1998 ; Higgins, 1996, 1997 ; Powers, 1973). Ils deviennent alors des buts alternatifs lorsque les buts premiers sont compromis (Rogers, Kuiper et Kirker, 1977).

Précisons que notre approche fondée sur la dualité des motivations croissance de soi versus défense de soi ne prétend pas cerner l'ensemble des motivations possibles en réponse à une situation de saillance de mortalité. Cependant, la littérature abordée laisse supposer leur coexistence, comme deux motivations fondamentales distinctes et indépendantes.

2.4. Des stratégies distinctes : approche versus évitement

La motivation à l'action en réponse à une situation de saillance de mortalité suscite l'adoption de stratégies comportementales. La stratégie se définit alors comme un ensemble

de cognitions et de comportements conscient, flexible (susceptible d'évoluer selon les situations), orienté vers un objectif à des fins d'autorégulation. Dans une situation donnée, la stratégie révèle ce que l'individu considère comme prioritaire dans sa vie et les moyens mis en œuvre pour atteindre les objectifs fixés.

Notre recherche s'attache à étudier un modèle qui permette d'intégrer des éléments de la TMT et de la théorie de l'orientation régulatrice (TOR) sur la base également des éléments fondateurs de la SDT. Dans ce cadre, si les recherches sur la TMT se fondent sur le besoin de préservation de soi via des mécanismes de défense extrinsèques symboliques, la SDT apporte un élément plus positif axé sur des aspirations expérientielles propres à l'individu. En ce sens, nous cherchons à mettre en évidence l'impact de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel des individus, de sorte que la saillance de mortalité suscite l'adoption ou la réactivation d'un type de stratégie plutôt qu'un autre.

McGregor, Gailliot, Vasquez et Nash (2010) ont démontré que la plupart des réactions de défense suscitées par la saillance de mortalité peuvent être attribuées à une évolution d'un focus de prévention vers un focus de promotion, et ce d'autant plus parmi les individus ayant une forte estime de soi. Face à une menace, l'individu modifierait l'objet de son attention sur des aspirations abstraites liées au futur, plutôt que sur des devoirs ou des obligations immédiates. Ils peuvent ainsi focaliser leur attention sur des buts qui ne sont pas bloqués directement par la menace, *i.e.* par la perspective de fin de vie. McGregor, Gailliot, Vasquez et Nash (2010) ont d'ailleurs démontré qu'après la situation de saillance de mortalité, les participants affirment être plus déterminés par la poursuite de leurs objectifs personnels. Ce résultat s'est avéré vrai pour des individus ayant un niveau d'estime de soi particulièrement fort : l'estime de soi est alors positivement corrélée à la stratégie d'approche et à l'activation comportementale, alors qu'elle est négativement corrélée à la stratégie d'évitement et à l'inhibition comportementale (McGregor, Gailliot, Vasquez et Nash, 2010).

Face la saillance de mortalité, nous envisageons deux stratégies distinctes (au niveau inconscient) qui peuvent être mises en place par les individus.

- (1) Une stratégie d'évitement axée sur la prévention (Higgins, 1997) : parce que l'individu doit faire face à une anxiété existentielle, il peut adopter un système motivationnel aversif (Shah et Higgins 1997) lui permettant de se distancer de ce qui est négatif, source de stress et qui échappe à son contrôle, dans un souci de vigilance. Sur la base du besoin de préservation de soi, l'individu est motivé à maintenir des niveaux adaptés d'estime de soi et à se protéger de pertes potentielles qui peuvent

l'éloigner de son état désiré (Higgins, 1997). Les besoins recherchés selon cette stratégie peuvent être alors le besoin de sécurité, de prévention, d'ordre, de sens, de contrôle et de stabilité.

La motivation d'évitement permet de tenter de réduire l'anxiété existentielle via des moyens qui permettent de repousser d'éventuels résultats négatifs (manque de sécurité, manque de protection, manque de contrôle).

- (2) Une stratégie d'approche axée sur la promotion (Higgins, 1997) : face aux rappels de sa condition d'être mortel, l'individu peut chercher avant tout à maximiser ses compétences et ses capacités pour atteindre ses objectifs dans le temps qui lui reste à vivre. Il sera susceptible alors de rechercher ce qui est positif, ce qui a du sens et est auto-déterminé (Shah et Higgins, 1997). Ces objectifs sont donc fixés en fonction de ce que le soi recherche. Les besoins recherchés selon cette stratégie peuvent être alors la stimulation émotionnelle positive, la satisfaction, la gratification immédiate, les gains et récompenses et l'accomplissement de soi. La stratégie d'approche est donc la mise en œuvre d'un ensemble de comportements qui permettent de renforcer ses capacités et ses compétences.

La motivation d'approche permet à l'individu de s'isoler de l'anxiété existentielle ressentie (Gable et Harmon-Jones, 2008 ; Harmon-Jones et Gable, 2009 ; Harmon-Jones, Harmon-Jones, Fearn, Sigelman et Johnson, 2008 ; Klinger, 1975). Elle est ainsi particulièrement pertinente dans des domaines qui sont totalement éloignés de la menace de mort car elle apporte un moyen de porter son attention et son enthousiasme sur autre chose. En ce sens, l'anxiété ressentie sera moins gênante car elle devient voilée par l'objectif d'obtention des buts individuels fixés. Les individus peuvent alors tenter d'approcher leurs idéaux en simplement renforçant leur engagement envers eux (McGregor et Little, 1998). Ils sont d'ailleurs résistants à la désillusion et à l'habitude car ils ne peuvent jamais être totalement atteints (Klinger, 1977). Dans cette perspective, face à la saillance de mortalité, l'individu se tourne directement vers ses idéaux pour lesquels il se sent confiant et qui font sens pour lui, avec vigueur et ténacité (Heine, Proulx et Vohs, 2006 ; Hogg, 2007 ; McGregor, Zanna, Holms et Spencer, 2001 ; Peterson, 1999), ce qui lui permet de réduire l'anxiété existentielle ressentie.

Ces deux stratégies sont envisagées comme étant des mécanismes de défense face à la saillance de mortalité. Précisons à cet égard un élément important : notre approche n'est pas d'envisager une opposition entre ces deux stratégies, mais plutôt leur **indépendance**, de

sorte que la mobilisation de l'une n'ait pas d'incidence sur la mobilisation de l'autre (Gray, 1991). Reste alors à s'interroger sur la possibilité pour un individu de **combiner** les deux. Nous pensons que dans un contexte situationnel (comme tel est le cas ici, en situation de saillance de mortalité), l'une des deux stratégies est prédominante par rapport à l'autre. Deux éléments soutiennent cette approche : l'un lié aux émotions, l'autre aux objectifs personnels fixés.

Concernant les émotions, des recherches montrent que les émotions positives et négatives sont deux dimensions distinctes, guidées par des systèmes motivationnels distincts, plutôt que des opposés d'un continuum affectif (Fredrickson et Branigan, 2001 ; cités par Leary et Tangney, 2003). Des éléments issus de la neuro-anatomie et de la neurochimie soutiennent ces propositions (Ashby, Isen et Turken, 1999). Il est indéniable que les individus recherchent un affect positif et ont besoin de cet affect pour être heureux. Cependant, la motivation à l'obtenir est très souvent moins intense que la motivation à éviter un affect négatif. Il existe d'ailleurs une tradition théorique qui consiste à considérer que l'évitement de l'affect négatif est une motivation plus forte et plus convaincante que la recherche de l'affect positif (Dollard et Miller, 1950 ; Lewin, 1935). Nous pensons que cet aspect est problématique lorsqu'il s'agit d'étudier les motivations dans un cadre situationnel, du fait des particularités liées à la situation de saillance de mortalité.

Concernant les objectifs fixés, Mischel (1968) précise que ce sont les objectifs personnels qui guident les comportements individuels lorsque les individus établissent leurs priorités. Plus spécifiquement, les objectifs seraient organisés en structure de telle sorte que certains se révèlent plus importants que d'autres. Il insiste également sur le fait que cette structure ne soit pas immuable : dans une situation donnée, l'individu peut très bien privilégier tel objectif plutôt qu'un autre, selon ce qui lui semble plus important sur le moment. Nous adoptons en ce sens l'approche proposée par Walter Mischel (1968) selon laquelle, dans une situation donnée, il existerait une interaction entre la situation (ici la situation de saillance de mortalité) et les traits de personnalité.

Si les deux voies proposées sont des mécanismes de défense indépendants envisagés en situation de saillance de mortalité, dans quel(s) cas un individu sera susceptible de mobiliser l'une des deux stratégies ? La revue de littérature apporte quelques éléments à ce sujet qui constituent des pistes centrales de cette recherche. Du fait de l'objet de recherche (la perspective de la mort), nous nous concentrons en particulier sur les variables liées à l'âge chronologique et au processus de vieillissement.

3. Les effets attendus de l'âge sur l'impact de la saillance de mortalité

3.1. Les particularités liées à l'âge dans l'adoption des stratégies de défense

Certaines recherches se sont intéressées à l'impact de la saillance de mortalité sur les comportements parmi des individus de différentes tranches d'âge. Maxfield et *al.* (2007) ont étudié les différences liées à l'âge dans les jugements liés aux transgressions morales face aux rappels de la mort. Ils montrent ainsi que les jeunes adultes répondent à la situation de la saillance de mortalité par des jugements plus durs que les individus âgés. D'autres recherches traitent des différences liées à l'âge dans la réponse au stimulus, mais essentiellement dans le domaine de la psychologie (Maxfield et *al.*, 2010) et très peu en marketing. La façon dont les individus seniors, en particulier, réagissent à la saillance de mortalité est une problématique qui n'a pas encore testée empiriquement, et ce d'autant plus en marketing. Cependant, des éléments liés à la problématique du vieillissement apportent des informations pertinentes quant à la façon dont les individus seniors utilisent des stratégies adaptatives et en particulier, à la façon dont ils font face à l'idée de leur propre mort. Le processus de vieillissement a en effet été étudié au regard des ressources mobilisées et des stratégies adoptées par les seniors pour faire face aux difficultés liées au vieillissement.

3.1.1. Le modèle SOC : priorisation et réorientation des buts

3.1.1.1. Les trois stratégies : sélection, optimisation, compensation

Face à la réalité du vieillissement et au stress engendré, les individus utilisent des mécanismes de défense (Havighurst, 1969). Ces derniers sont définis comme « *des mécanismes de sauvegarde d'un équilibre entre le changement physique ou social perçu et la structure motivationnelle de l'individu* ». Le modèle SOC (Sélection, Optimisation, Compensation) développé par Baltes et Baltes (1990) permet d'apporter des éléments d'explication de ces mécanismes. Sans être spécifique aux seniors, il apporte un cadre d'analyse des stratégies de réorientation des buts et de régulation nécessaires à cette période de l'existence. Chacune de ces stratégies active des mécanismes simultanés mais distincts, permettant à la personne âgée « *de maximiser ses ressources limitées et de s'adapter au mieux* ». Il s'agit alors d'un processus dans lequel les individus enrichissent leur capacité à

s'engager dans des activités sélectionnées qu'ils considèrent, à cette période de l'existence, comme prioritaires. Les choix s'effectuent ainsi en fonction des objectifs de vie ou des domaines de performance spécifiques qu'ils souhaitent maintenir malgré le vieillissement. Atchley (1993) précise que cet enchaînement de réactions peut se manifester dès le milieu de la vie.

- La sélection

Elle constitue un mécanisme de réorientation des buts. Face à la diminution de ses aptitudes physiques et mentales, l'individu se concentre sur un nombre restreint d'activités, correspondant à ses priorités et ses motivations personnelles. Ainsi, l'individu peut élaborer une sélection élective, basée sur le choix, selon les ressources et les objectifs désirés. La sélection élective est la stratégie caractéristique du vieillissement la plus courante chez les plus de 60 ans selon Freund et Baltes (1998, 2002). Il peut également élaborer une sélection négative, fondée sur les déficits liés au vieillissement, correspondant à une réorganisation des objectifs.

- La compensation

Cette stratégie est mobilisée lorsque les moyens traditionnels utilisés pour atteindre ses buts n'existent plus ou ne sont plus fonctionnels. Dans la compensation, les objectifs restent les mêmes, mais les moyens pour les atteindre sont adaptés (Baltes et Cartensen, 1996). Il s'agit donc d'un mécanisme de régulation et consiste en l'utilisation de nouveaux moyens (comme le fait de faire appel à des aides extérieures) capables d'aider à lutter contre les déficits indésirables liés au vieillissement (mémorisation, attention, perte d'autonomie par exemple).

- L'optimisation

Cette stratégie est également un mécanisme de régulation, mais n'a pas de finalité corrective. Elle consiste à accumuler des ressources et compétences dans un domaine sélectionné afin de conserver un certain niveau de compétences. Elle intervient donc généralement après la sélection.

Les motivations qui sous-tendent ces trois stratégies (maintien de capacités, accumulation des compétences, priorité donnée à des activités de préférence) suscitent des aspirations au développement. Heckhausen et Schulz (1995) en soulignent d'ailleurs l'importance. L'individu possède ainsi un ensemble de croyances, sentiments ou attentes vis-à-vis de son développement physique, psychologique et social, en fonction desquels il déploiera ces stratégies de défense. Par exemple, l'individu senior peut vouloir conserver les mêmes aptitudes et capacités physiques, mentales ou sociales que lorsqu'il était plus jeune.

Dans cette perspective, il cherchera à utiliser des stratégies qui lui permettent de rester jeune et de se détacher de son âge chronologique. C'est d'ailleurs ce que souligne Atchley (1993) dans la théorie de la continuité. Un autre exemple peut être celui de tenter de garder des rôles socialement valorisants le plus longtemps possible. La stratégie de sélection s'inscrit dans cette perspective: l'individu senior se tournera vers des activités qui lui permettent de conserver un rôle au sein de son entourage social (comme dans des clubs ou des associations par exemple).

3.1.1.2. Les effets de ces stratégies sur les comportements

Ces mécanismes se retrouvent principalement dans les domaines de l'alimentation et des cosmétiques: les plus de 60 ans sont, en effet, soucieux de leur santé. Ils sont donc susceptibles de se tourner vers des produits « bénéfiques » pour eux (par exemple, les produits sans cholestérol, les articles anti-âge). Freund et Baltes (1998, 2002) ont démontré un lien entre les mesures SOC et certains mécanismes d'adaptation et des échelles de « vieillissement réussi ». D'autres auteurs ont démontré l'impact indirect des mécanismes SOC sur le comportement général de l'individu (Lerner et *alii.*, 2001 ; Bondar, 2002 ; Rapp, 2002).

Ainsi, selon Flood, la capacité à s'adapter aux bouleversements liés au vieillissement, à les surmonter et à continuer à trouver du sens à sa vie est source de satisfaction personnelle et donc de bien-être. De la même manière, Rowe et Kahn (1998) mettent en évidence l'existence de stratégies et de moyens pour lutter contre la détérioration liée à l'âge et pour optimiser les compétences et les fonctions alternatives. Baltes (1997) et Kahana (1996) ont ainsi tenté d'intégrer les concepts d'adaptation et de compensation dans celui de « vieillissement réussi »: les seniors peuvent utiliser des ressources et des stratégies cognitives et comportementales (voire spirituelles) pour adapter et/ou compenser (maîtriser) les changements liés à l'âge, pour optimiser le bien-être et la santé. Ainsi, de nombreuses études ont montré le rôle essentiel des loisirs (activités sociales, physiques, mentales) dans le « vieillissement réussi ». En ce sens, une stratégie d'adaptation pertinente chez les seniors peut être le recours à des activités de divertissement.

3.1.1.3. Les apports du modèle SOC pour la compréhension du senior en situation de saillance de mortalité

Le modèle SOC propose donc des stratégies de réorientation des buts et de régulation nécessaires à un âge avancé qui peuvent être appliquées de façon pertinente à la situation de saillance de mortalité. Il s'agit donc de stratégies utilisées pour faire face aux bouleversements liés au vieillissement et susceptibles d'améliorer le bien-être physique et psychologique des seniors. En ce sens, on peut supposer que l'individu senior va développer de nouvelles ressources et compétences inexistantes à d'autres périodes de l'existence qui lui permettront d'appréhender la mort d'une manière plus sereine. De la même manière, la stratégie de sélection est susceptible de permettre à l'individu d'utiliser son temps libre restant à vivre d'une manière qu'il considérera comme efficace et plaisante. Or, comme nous l'avons vu précédemment, la façon de vivre sa vie influence la façon d'appréhender sa mort : si, à un âge avancé, la vie est pleine de sens et agréable, la mort n'est plus à craindre. La principale source de préoccupation serait de ne pas avoir le temps de réaliser l'ensemble des projets que l'on se serait fixé et serait en ce sens directement liée à l'horizon temporel perçu comme limité.

3.1.2. Le mécanisme de gérotranscendance

3.1.2.1. Définition

Flood démontre que le mécanisme de transcendance issu de la théorie du développement peut également être considéré comme une autre stratégie d'adaptation contribuant au vieillissement réussi. Cette stratégie vise à atteindre un sentiment d'unité avec soi, autrui et la nature et consiste à aller au-delà de ses faiblesses, ses peurs, des conventions sociales et des attentes extérieures. Piedmont (1997) définit la transcendance 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* ». Selon Hamilton et Jackson (1998), cette capacité a le sens d'une « *capacité à aller au-delà des limites de la compréhension et de l'expérience humaine* ».

En particulier, les seniors semblent dotés de la capacité spécifique de gérotranscendance (Tornstam, 1997) qui constitue l'étape finale vers la maturité et la sagesse, symbolisant « *le passage d'une perspective rationnelle et matérialiste à une perspective cosmique et*

transcendantale croissante », fondée sur l'acceptation de soi, des autres et du monde qui nous entoure. Selon Tornstam, les seniors auraient une prédisposition à prendre en compte la dimension cosmique ou transcendante de la vie, pour s'intéresser au lien entre les générations, à la relation entre la vie et la mort et les mystères liés à la vie et à la mort.

3.1.2.2. Les effets de la gérotranscendance sur les comportements

La transcendance permet d'expliquer les comportements des seniors. Ainsi, les seniors, ayant atteint cette étape de développement, apparaissent plus altruistes et moins matérialistes, sélectionnent leurs relations et leurs activités en fonction de leurs préférences personnelles et semblent privilégier la solitude dans un souci de contemplation et de réflexion. Cela peut apparaître comme une mise à distance à l'égard du monde qui les entoure, qui a été expliquée par la théorie du désengagement de Cumming et Henry (Cumming, 1963 ; Cumming et Henry, 1961 ; Cumming et Newell, 1960). Cette dernière soutient le fait que l'individu senior se détacherait de la société dans laquelle il vit pour se recentrer sur lui-même (Bruyneel *et al.*, 2008). En réalité, plus qu'un désengagement, il pourrait s'agir d'une réorientation vers une nouvelle perspective de vie, plus spirituelle et moins matérielle (Dalby, 2006).

Le processus de gérotranscendance est alors susceptible d'influencer les comportements de consommation des individus seniors via des motivations existentielles et / ou spirituelles. Cela se retrouve essentiellement dans le domaine de la consommation expérientielle. Par exemple, l'individu senior sera susceptible d'être attiré par l'achat de produits en adéquation avec ses valeurs spirituelles ou religieuses ; il peut également rechercher des expériences de consommation qui donneront un sens à sa vie, ou encore, qui lui procureront des émotions adaptées à ses besoins (recherche d'exaltation, d'excitation ou au contraire, recherche d'apaisement et de sérénité).

3.1.2.3. Le cas particulier de la spiritualité

Ulvoas-Moal (2009) souligne le fait que la spiritualité fait appel à la capacité de transcendance (Shafranske et Gorsuch, 1984). Ainsi, la spiritualité, en tant que recherche de sens de l'existence, s'appuie sur des objets que sont le soi intérieur (centre de tous nos sentiments et pensées), l'altérité (les autres hommes, la nature, l'univers) et le sacré (tout pouvoir extérieur à l'être humain), pour les transcender. Reich (2000) définit la spiritualité

comme « *le partage de la joie et du chagrin et les liens profonds entre les êtres humains et la nature* ». Mitroff et Denton (1999), eux, voient la spiritualité comme « *les sentiments de base d'une connexion avec soi, les autres et l'univers dans son entier* ». En ce sens, la spiritualité aurait pour finalité l'interconnexion des objets de sa quête et la prise de distance par rapport à ces liens afin de trouver un sens global à sa propre existence.

3.1.2.4. Les apports de la géotranscendance dans la compréhension du senior en situation de saillance de mortalité

La sagesse atteinte grâce à l'expérience et à l'accumulation de connaissances les place dans une forme d'acceptation de la vie, dans laquelle la mort et les mystères de la vie ne sont pas ou plus à craindre. L'individu senior se tournerait ainsi vers une nouvelle expérience de vie plus spirituelle et ce développement spirituel est susceptible de contribuer à son bien-être.

A l'origine de la spiritualité se trouvent, entre autres, des motivations extrinsèques (Ulvoas-Moal, 2009) : l'individu se sert de la spiritualité pour atteindre des objectifs, liés par exemple à un confort de vie ou à des conventions sociales. Ainsi, en situation de liminalité (par exemple, face à l'isolement, la maladie ou la perspective de la mort), l'individu peut vouloir accroître ses ressources personnelles ou réduire l'anxiété à l'égard de la mort. A l'inverse, les individus peuvent être motivés par des préoccupations spirituelles intrinsèques : par exemple, l'atteinte du stade ultime de développement spirituel ou l'aboutissement de la quête spirituelle et la définition du sens de l'existence. En ce sens, la spiritualité crée une expérience de joie et de sécurité car elle apporte de la cohérence à l'existence. Ainsi, les individus intrinsèques seraient moins anxieux et auraient moins peur de la mort que les extrinsèques.

3.2. Le choix de la cible d'étude : 40-59 ans et 60-79 ans

En particulier, plusieurs éléments justifient notre choix de nous concentrer sur l'étude des individus de plus de 60 ans.

- *Des rappels de la mort plus fréquents chez les seniors*

Les seniors s'insèrent dans une période de la vie où la retraite, la perte d'un conjoint, les changements physiques et physiologiques, les maladies dues à l'âge etc. constituent autant

de rappels de l'échéance finale et donc d'événements stressants auxquels ils doivent s'ajuster et ce, à des âges variables. Cela suppose donc que les individus seniors seraient exposés plus fréquemment à des situations de saillance de mortalité, réactivant ainsi la conscience de leur propre mort.

- *Des interrogations sur la manière de faire face*

La TMT appliquée aux seniors laisse en effet entrevoir certaines interrogations qu'il s'agit de résoudre. Il est possible de supposer que le senior dispose de moins de ressources pour conserver une estime de soi acceptable, notamment avec le départ en retraite, la perte des rôles sociaux et la solitude. Il est possible également de supposer que l'estime de soi à un âge avancé est mise à mal du fait du processus de vieillissement : les pertes cognitives et physiques ainsi que la perte des rôles sociaux fragilisent l'individu senior et l'estime qu'il a de lui-même. Il conviendra donc d'évaluer l'estime de soi de l'individu, afin de la considérer comme une variable modératrice de l'effet de la saillance de mortalité sur les comportements. De plus, dans la perspective de la TMT, nous pouvons nous interroger sur la capacité à défendre le modèle culturel, du fait de l'évolution rapide de la société vers de nouvelles règles, de nouvelles valeurs avec lesquelles ils n'ont pas vécu. Ainsi, de prime abord, la difficulté potentielle à appliquer les mécanismes de défense cités par la TMT les rend plus vulnérables que les individus des autres tranches d'âge (McCoy, Pyszczynski, Solomon et Greenberg, 2000). Cela justifie de plus la pertinence d'une comparaison entre différentes tranches d'âge.

- *Une cible pour laquelle il existe une ambiguïté*

Nous avons vu que l'anxiété à l'égard de la mort diminue à un âge avancé pour ensuite se stabiliser. Les seniors semblent donc aborder la mort avec plus de sérénité et d'acceptation. Toutefois, la perception de l'horizon temporel limité et le départ en retraite suscitent un sentiment d'urgence à profiter de la vie, se faire plaisir et faire les choses qu'ils n'ont pas eu le temps de faire pendant leur vie active. La présente recherche vise à mieux comprendre cette ambiguïté ou du moins l'arbitrage opéré par les individus seniors face à la situation de saillance de mortalité.

- *Des ressources et des stratégies particulières pour faire face.*

Diehl, Coyle et Labouvie-Vief (1996) démontrent que les seniors sont généralement moins défensifs et moins agressifs dans le choix de leurs stratégies d'adaptation face à des

situations difficiles. Ils utiliseraient ainsi plus aisément la reformulation positive ou la prise de distance (par rapport au problème source de stress) que d'autres stratégies plus agressives comme les reproches, l'autoaccusation ou la confrontation directe. Ils justifient cet aspect en soulignant le fait que les seniors arrivent à prendre de la distance par rapport à l'évènement négatif, utilisant ainsi le déni ou la reformulation positive pour minimiser la situation.

Conclusion de la section 5

La section 5 est consacrée à l'exploration de nouvelles pistes de recherche relatives à l'influence de la saillance de mortalité sur les comportements individuels. Notre approche se distingue des recherches antérieures sur différents points. Tout d'abord, la saillance de mortalité réactive la conscience de l'inévitabilité de sa propre mort de façon situationnelle, mais est susceptible de susciter des émotions négatives et positives d'intensité variable selon les caractéristiques individuelles. Ainsi, l'approche de la TMT, préconisant des mécanismes de défense de soi via des motivations extrinsèques (valorisation de l'estime de soi et défense du modèle culturel) semble incomplète : il peut exister d'autres mécanismes axés sur la croissance de soi, selon des motivations plus intrinsèques. Sans prétendre à une exhaustivité, deux stratégies sont alors envisagées en réponse à une situation de saillance de mortalité :

- une stratégie d'évitement liée à la défense de soi, pour laquelle on retrouve les mécanismes de défense recommandés par la TMT qui visent à réduire l'anxiété et à éviter un affect négatif ;
- une stratégie d'approche liée à la croissance de soi, pour laquelle l'individu cherche plutôt à se rapprocher de ce qu'il considère comme positif, bénéfique, satisfaisant et ce qui apporte du sens à sa vie.

Enfin, du fait de l'objet de recherche étudié, nous pensons que l'âge chronologique joue un rôle fondamental dans l'effet de la saillance de mortalité et en particulier, dans la mobilisation de l'une des deux stratégies. Notre choix se porte donc sur deux tranches d'âge que sont les 40-59 ans et les 60-79 ans. Notons enfin que notre approche tend à envisager, non pas l'existence de l'une des deux stratégies et l'absence de l'autre, mais plutôt la prédominance de l'une par rapport à l'autre dans un contexte situationnel qu'est la saillance de mortalité.

Conclusion du chapitre 2

Le chapitre 2 vient clore la première partie de ce travail doctoral destinée à présenter les éléments théoriques de la recherche. Il propose une définition du concept central de cette recherche, la saillance de mortalité, ainsi qu'un état de l'art des recherches antérieures portant sur l'effet de la saillance de mortalité sur le déploiement de mécanismes de défense et les comportements. Cette approche nous a amené à explorer les apports des théories fondamentales que sont la TMT et la MMT, ainsi que ceux de théories liées à la motivation telles que la SDT et la théorie de l'orientation régulatrice. Cet ancrage théorique nous a permis ensuite d'envisager des pistes de recherche qui portent sur les stratégies mises en œuvre en réponse à une situation de saillance de mortalité et leurs effets sur les comportements. En particulier, deux processus indépendants sont envisagés face à une situation de saillance de mortalité : une stratégie de défense de soi axée sur la prévention et une stratégie de croissance de soi axée sur la promotion.

Cette piste de recherche souhaite venir compléter les recherches existantes dans le domaine de la saillance de mortalité. Dans cet objectif, une phase empirique est à ce stade mise en œuvre. Le prochain chapitre présente ainsi l'étude qualitative exploratoire qui a permis de préciser les axes de recherche les plus pertinents au regard de l'objet de recherche.

DEUXIEME PARTIE
L'INFLUENCE DE LA SAILLANCE DE MORTALITE SUR
LE CADRAGE SITUATIONNEL EN CONSOMMATION :
EXPLORATION, MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 3. L'étude qualitative exploratoire

Section 1. La méthodologie de l'étude qualitative

Section 2. Les résultats de l'étude qualitative

PREMIERE PARTIE. LES FONDEMENTS THEORIQUES DE LA RECHERCHE

Chapitre 1 - La mort, perceptions et représentations

Section 1. Le concept de mort : l'approche pluridisciplinaire

Section 2. Le rapport individuel à la mort

Chapitre 2 – De la saillance de mortalité comme événement stressant au déploiement de mécanismes de défense

Section 3. Le concept central de saillance de mortalité

Section 4. Le déploiement de stratégies pour faire face

Section 5. L'exploration de nouvelles pistes de recherche



DEUXIEME PARTIE. L'INFLUENCE DE LA SAILLANCE DE MORTALITE SUR LE CADRAGE SITUATIONNEL EN CONSOMMATION: EXPLORATION, MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 3 – L'étude qualitative exploratoire

Section 1. La méthodologie de l'étude qualitative

Section 2. Les résultats de l'étude qualitative

Chapitre 4 – Le modèle conceptuel et ses hypothèses

Section 3. Proposition du modèle conceptuel

Section 4. Les hypothèses de la recherche



TROISIEME PARTIE. L'ETUDE EXPERIMENTALE: METHODOLOGIE, RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 5 – La méthodologie de l'étude expérimentale

Section 1. Présentation et validité du protocole expérimentale

Section 2. L'opérationnalisation, les outils de mesure et la fiabilité des construits mobilisés

Chapitre 6 – Les résultats de l'étude expérimentale et discussion

Section 3. Les résultats de la recherche

Section 4. La mise en perspective des résultats

Introduction du chapitre 3

La revue de littérature présentée dans la première partie aborde les principaux éléments théoriques qui permettent de mieux comprendre l'influence de la saillance de mortalité sur les comportements et les motivations et stratégies sous-jacentes. Elle nous a également permis de mettre en évidence de nouvelles voies de recherche au regard des lacunes existantes dans la littérature à ce jour. Elle a permis également de préciser l'intérêt de certaines variables qui apparaissent comme les plus pertinentes dans notre champ d'étude. Afin de vérifier la pertinence de ces nouvelles voies de recherche et d'identifier d'autres variables potentiellement utiles pour la conceptualisation, une étude exploratoire qualitative a été menée.

Ce chapitre 3 est donc consacré à l'étude exploratoire qualitative. Cette dernière a été menée auprès d'individus seniors de plus de 60 ans uniquement. Ce choix sera développé et justifié dans ce chapitre. Nous allons donc présenter successivement la méthodologie de l'étude qualitative (**section 1**), ainsi que les résultats obtenus (**section 2**).

Section 1. La méthodologie de l'étude qualitative

Dans le cadre de cette démarche qualitative, nous avons suivi les différentes étapes préconisées par Miles et Huberman (2003) :

- définition des objectifs et de la problématique de recherche afin de mettre en évidence les besoins en information ;
- délimitation du territoire de la recherche avec la population et la cible ;
- définition du mode de collecte des données, puis la méthode d'analyse de données.

Cette section est donc consacrée aux objectifs de cette phase exploratoire, la méthode de collecte des données, la cible choisie et sa justification et l'exploitation du matériel qualitatif recueilli.

1. Objectifs et problématique de cette étude

La méthode qualitative exploratoire est utilisée ici afin de tenter de mieux définir notre champ d'étude et d'induire, en complément des éléments théoriques retenus, des hypothèses qui seront testées ultérieurement. Dans le cadre de cette recherche doctorale, cette phase exploratoire, qui par définition, ne se fonde pas sur des hypothèses *a priori*, a pour objectif d'aboutir à une meilleure compréhension des réactions des individus seniors face à une situation de saillance de mortalité. Elle semble ici indispensable et ce, pour deux raisons principales : le caractère tabou associé à la thématique de la mort en fait un objet de recherche difficile à appréhender ; le rapport individuel à la mort reste un objet de recherche peu exploré à ce jour en marketing, et ce d'autant plus parmi des individus âgés.

Cette étude qualitative exploratoire a cinq objectifs :

- Vérifier la pertinence des variables décelées grâce aux éléments théoriques et tenter de préciser leurs conditions d'application ;
- Préciser les dimensions de l'attitude à l'égard de la mort et leurs conséquences sur les comportements parmi des individus seniors ;
- Identifier des mécanismes de défense potentiels en réponse aux rappels de la perspective de fin de vie ;
- Compléter la revue de littérature en mettant en évidence d'autres variables qui interviennent dans les effets que peut avoir la perspective de fin de vie sur les comportements.

- Mettre en évidence des besoins et des motivations individuelles sous-jacentes à certains types de comportements et attitudes en réponse à la saillance de mortalité.

Nous avons ainsi cherché à répondre à la problématique suivante : quelle est l'influence de la saillance de mortalité sur les comportements des individus seniors ? Cette problématique a donné lieu à plusieurs questions plus spécifiques :

- Comment l'individu senior appréhende-t-il l'idée de sa propre mort ? (émotions, sentiments, pensées, situations suscitées) ;
- Quelle(s) sont les motivation(s) suscitées par les rappels de la perspective de fin de vie ? ;
- Quelle est leur influence sur les comportements ?

Les réponses à ces questions permettront : (1) de confirmer la pertinence des concepts mobilisés et des pistes de recherche développées au cours de la revue de littérature ; (2) d'explorer de nouveaux mécanismes et de nouvelles variables pouvant affecter les comportements (Evrard et *alii.*, 2003 ; Bardin, 2000) ; (3) de déceler des domaines d'application spécifiques pertinents au regard de l'objet d'étude.

2. La collecte des données

Nous avons fait le choix de conduire des semi-directifs, sur la base d'un guide d'entretien reprenant les différents besoins en information.

2.1. Le choix des entretiens individuels semi-directifs

Afin de mener à bien cette démarche, des entretiens individuels semi-directifs ont été conduits. Evrard, Pras et Roux (2003) précisent qu'il s'agit de la méthode de recueil de données la plus recommandée lorsque l'on a besoin d'informations spécifiques et centrées. Thiétard (1999) définit l'entretien comme une technique destinée à collecter, dans la perspective de leur analyse, des données discursives reflétant notamment l'univers mental conscient ou inconscient des individus. Ce dernier point nous intéresse particulièrement, du fait de l'existence de mécanismes de défense inconscients suggérés par la TMT face à la saillance de mortalité. La nature de l'entretien, directif ou semi-directif, répond à un arbitrage entre le degré de liberté laissé à l'interviewé et le niveau de profondeur souhaité

des informations collectées (Evrard et *alii.*, 2003). Au regard de nos questions de recherche bien précises et du fait du caractère potentiellement tabou de l'objet d'étude, nous avons fait le choix de mettre en œuvre des entretiens semi-directifs, reposant sur un guide d'entretien avec une liste de thèmes bien spécifiques à aborder. Notre objectif était également de laisser le répondant s'exprimer librement sur la thématique liée à la mort afin d'en cerner les éléments conscients et d'observer l'attitude du répondant.

Notons également que l'entretien individuel permet particulièrement de comprendre les motivations et les freins à la consommation (Berthier, 2004). Cet aspect constitue un objectif central pour notre objet d'étude. De plus, une attention particulière a été donnée à la bonne conduite de ces entretiens (notamment en termes de clarté de l'échange et de l'aisance du répondant) ainsi qu'à l'élaboration d'un guide d'entretien clair, pertinent et compréhensible. Tous les entretiens ont été intégralement retranscrits sur ordinateur sur la base d'un enregistrement audio préalable. Cela a permis de cerner l'ensemble des informations nécessaires à la compréhension de l'objet de recherche.

2.2. Le guide d'entretien

Le guide d'entretien correspond à la liste des thèmes à aborder tout au long de l'entretien. Il a été créé sur la base de l'ensemble des informations dont nous avons besoin. Ces besoins en information sont la conséquence directe du travail de revue de littérature élaboré précédemment, des pistes de recherche envisagées mais également de l'intuition du chercheur (Romelaer, 2002). Ainsi, afin de cerner l'influence de la saillance de mortalité, deux groupes de répondants ont été mis en place : un groupe pour lequel une situation de saillance de mortalité a été imposée en début d'entretien et un groupe de contrôle. L'objectif était de pouvoir envisager des réponses distinctes entre les groupes. Pour ces deux groupes, les mêmes thèmes ont été ensuite abordés dans le même ordre. Les thèmes composant le guide d'entretien étaient donc les suivants :

- (1) l'appréhension de l'idée de sa propre mort (ou situation de saillance de mortalité) ;
- (2) l'attitude à l'égard de l'idée de sa propre mort (dimensions affective et cognitive notamment) ;
- (3) les mécanismes de défense proximaux, immédiatement après la stimulation liée à l'idée de sa propre mort ;
- (4) un élément de distraction pour détourner l'attention sur d'autres aspects de la vie ;
- (5) l'effet sur les réponses comportementales et les motivations sous-jacentes.

Nous revenons donc sur chacun de ces thèmes afin d'apporter des précisions sur leur contenu et leur pertinence au regard de la problématique.

2.2.1. L'appréhension de l'idée de sa propre mort

L'un des objectifs est de comprendre comment l'individu senior conçoit l'idée de sa propre mort et quelles en sont les représentations. Le thème de la mort étant un sujet délicat et souvent perçu comme tabou, le guide d'entretien a été créé de telle sorte à diriger finement le répondant vers le sujet d'étude sans l'imposer brutalement pour éviter un rejet immédiat. Ainsi, avant d'aborder le thème de la mort, un ensemble de questions introductives ont été posées, telles que :

- *Quand vous regardez la personne que vous êtes aujourd'hui, et celle que vous avez été, qu'en pensez-vous ?*
- *Quand vous pensez à ce que vous avez fait et ce que vous n'avez pas fait dans votre vie, qu'en pensez-vous ? Avez-vous des regrets ou au contraire des éléments dont vous êtes fiers ?*
- *Pensez-vous au moment où vous ne serez plus là ? A quelle fréquence ?*
- *Qu'est-ce que cela évoque en vous ? (pensées, émotions, souvenirs, expériences etc)*

Notons que le mot « mort » n'a pas été évoqué dans les questions. Nous avons préféré parler du « moment où vous ne serez plus là », afin, là encore, d'éviter de choquer le répondant ou de le mettre mal à l'aise pour la suite de l'entretien. L'objectif était également d'éviter une stratégie d'évitement immédiate. Lors de chaque entretien, le terme « mort » était ainsi utilisé pour la première fois par le répondant lui-même, et non par le chercheur. Enfin, précisons que les premières questions introductives ont permis d'avoir une vision globale de la façon dont le répondant senior perçoit sa propre vie : l'amener à faire un court bilan de sa vie, pour en déduire une évaluation positive ou négative. Cet élément nous a permis de placer la perception de la vie en parallèle avec l'idée que chaque répondant se faisait de sa propre mort afin de percevoir une éventuelle relation.

2.2.2. L'attitude à l'égard de l'idée de sa propre mort

Le second thème abordé a comme objectif de percevoir notamment les dimensions affective et cognitive de l'attitude à l'égard de l'idée consciente de sa propre mort.

Concernant la dimension affective, l'objectif est donc de la définir en tant qu'émotions positives ou négatives et en terme d'intensité (faibles ou fortes) en se fondant sur les verbatim et la perception de l'enquêteur. Bien que les émotions liées à l'idée de sa propre mort aient été essentiellement étudiées sous le terme d'anxiété à l'égard de la mort (Urien, 2003), nous pensons que parmi les individus seniors, ces émotions négatives ne sont pas aussi immédiates et évidentes: l'avancée en âge peut être associée à une sagesse pour laquelle la mort n'est plus à craindre et peut être source d'épanouissement (Wong, 1999). Ainsi, après avoir tenté de comprendre les évocations liées à l'idée de leur propre mort, les individus sont interrogés sur ce qu'ils ressentent :

- *Cette idée vous dérange-t-elle ?*
- *Précisez ce que vous ressentez (émotions, sentiments, changements physiques, souvenirs, rappels de situations particulières etc.).*

Concernant la dimension cognitive, l'objectif est de déceler les connaissances et croyances que possède l'individu sur le thème étudié. Elle se rattache donc à l'évaluation de l'idée de sa propre mort par l'individu : l'attitude générale liée à l'idée de sa propre mort dépend de son évaluation en terme de menace, perte ou défi par le répondant. La dimension conative fait quant à elle référence aux comportements ou aux intentions de comportements qui découlent de la conscience de cette idée. Elle sera également appréhendée.

2.2.3. Les mécanismes de défense proximaux

Dans le cas où la mort serait perçue comme un événement source d'émotions négatives, il est intéressant de déceler quelles sont les différentes stratégies mises en œuvre par les individus seniors. Nous avons donc laissé les individus s'exprimer pour répondre à la question suivante : *que faites-vous alors pour supporter cette idée dans votre vie quotidienne?* Dans certains cas, il a fallu guider les répondants en donnant des exemples pour les aider à formuler des réponses claires. Notons qu'il s'agissait ici de percevoir les mécanismes de défense proximaux, mis en œuvre immédiatement après la situation de saillance de mortalité, afin de vérifier la pertinence de ces mécanismes mis en évidence par la TMT.

2.2.4. L'élément de distraction

La littérature portant sur les recherches sur la TMT a montré que la saillance de mortalité n'avait d'effets sur les comportements que lorsque les pensées liées à la mort étaient fortement accessibles mais en dehors de l'attention focale (Greenberg et *al.*, 1994). Des éléments de distraction nous semblaient donc indispensables, afin de détourner l'attention du répondant de l'idée de mort. Les répondants devaient alors répondre à une question portant sur les médias utilisés dans leur vie quotidienne, et les objectifs liés à leur utilisation (rechercher de l'information, se distraire, établir des liens sociaux etc.). Ce thème n'a pas fait l'objet d'une analyse particulière et avait uniquement comme objectif de détourner l'attention du répondant sur une autre thématique. Compte tenu de la cible visée, nous avons veillé à ce que les éléments de distraction soient suffisamment longs. En effet, les individus seniors sont supposés être plus exposés que les adultes d'âge moyen à des rappels de la mortalité. De ce fait, nous avons supposé qu'il fallait éventuellement plus de temps pour placer les pensées liées à la mort en dehors de l'attention focale pour ces individus.

2.2.5. L'effet sur les réponses comportementales

Le dernier thème avait comme objectif de percevoir si, au niveau inconscient, la saillance de mortalité avait une influence sur les comportements au quotidien, et en particulier sur les comportements de consommation. D'où les questions successives suivantes, volontairement générales dans un premier temps dans un objectif d'exploration :

- *Qu'est-ce qui a le plus d'importance dans votre vie quotidienne ? Quels sont les éléments prioritaires aujourd'hui ?*
- *Avez-vous des objectifs personnels de vie ?*
- *La consommation, c'est quoi pour vous ?*
- *Quels sont les domaines de consommation qui vous attirent le plus ?*
- *Que recherchez-vous avant tout lorsque vous consommez ?*
- *Les marques sont-elles importantes pour vous ?*

Notons que les deux premières questions avaient comme objectif de cerner à nouveau les objectifs de vie, mais à un moment où les pensées liées à la mort sont dans le champ de l'inconscience.

Ces différents thèmes nous ont permis d'élaborer un guide d'entretien présenté dans l'encadré 3.1.1. L'étude exploratoire s'est faite sur la base de deux guides d'entretien : un premier guide qui débute par le thème de la mort et de la perception de sa propre vie ; un second, considéré comme étant celui du groupe de contrôle, pour lequel nous n'avons fait aucune référence à la fin de vie. Seules les questions portant sur les objectifs de vie, les comportements au quotidien et les comportements de consommation en particulier ont été posées.

Encadré 3.1.1. Le guide d'entretien de l'étude qualitative exploratoire

Le guide d'entretien de l'étude qualitative exploratoire

Thème 1 : L'appréhension de l'idée de sa propre mort

- *Quand vous regardez la personne que vous êtes aujourd'hui, et celle que vous avez été, qu'en pensez-vous ?*
- *Quand vous pensez à ce que vous avez fait et ce que vous n'avez pas fait dans votre vie, qu'en pensez-vous ? Avez-vous des regrets ou au contraire des éléments dont vous êtes fiers ?*
- *Pensez-vous au moment où vous ne serez plus là ? A quelle fréquence ?*
- *Qu'est-ce que cela évoque en vous ?*

Thème 2 : L'attitude à l'égard de l'idée de sa propre mort

- *Cette idée vous dérange-t-elle ?*
- *Précisez ce que vous ressentez (émotions, sentiments, changements physiques, souvenirs, rappels de situations particulières etc.).*

Thème 3 : Les mécanismes de défense proximaux

- *Que faites-vous alors pour supporter cette idée dans votre vie quotidienne ?*

Thème 4 : L'élément de distraction

- *Quels médias utilisez-vous dans votre vie quotidienne ?*
- *Dans quel(s) objectif(s) ?*
- *Que pensez-vous des nouveaux médias ?*

Thème 5 : Les effets sur les comportements

- *Qu'est-ce qui a le plus d'importance dans votre vie quotidienne ?*
- *Avez-vous des objectifs personnels de vie ?*
- *La consommation, c'est quoi pour vous ?*
- *Quels sont les domaines de consommation qui vous attirent le plus ?*
- *Que recherchez-vous avant tout lorsque vous consommez ?*
- *Les marques sont-elles importantes pour vous ?*

2.2.6. Des éléments de contrôle des mécanismes de défense

Compte tenu de la sensibilité du sujet étudié, nous avons veillé à contrôler les mécanismes de défense susceptibles d'être mis en œuvre par le répondant. En effet, même si le choix des entretiens semi-directifs permet de limiter les mécanismes de défense des individus (Thiéart, 1999), il n'en reste pas moins que ces effets ne sont pas systématiquement supprimés. Selon Romelaer (2002), il existerait quatre principaux mécanismes de défense mis en évidence par Freud et pouvant opérer lors de la conduite d'un entretien :

- la fuite : le refus brutal de répondre et le refuge dans le mensonge ;
- la rationalisation : donner une explication qui ne correspond pas à la réalité ;
- la projection : l'attribution à autrui de ses propres opinions ;
- le refoulement : le rejet hors de la conscience des désirs ressentis comme coupables.

Ainsi, afin de contrôler autant que possible ces mécanismes de défense potentiels, nous avons veillé à effectuer les entretiens dans des lieux choisis par les répondants. Cela a permis de faciliter la libre expression et de mettre à l'aise le répondant dès le début de l'entretien. Dans notre cas, comme la plupart des répondants appartenaient à des clubs de retraités et à une université inter-âge, nous les avons interrogés sur place, au sein de leur club ou de leur université, dans un endroit discret. D'autres préféraient mener l'entretien dans un endroit public, comme un café par exemple. De plus, au cours de l'entretien, nous avons veillé à respecter les règles d'empathie, d'attitude bienveillante et d'écoute préconisées par Romelaer (2002). L'objectif était bien sur de mettre en confiance le répondant et de montrer que le rôle du chercheur réside uniquement dans la collecte des données, sans aucun jugement de valeur. Enfin, dans un souci d'éthique, nous avons débuté chaque entretien par une même introduction, mettant en évidence l'anonymat et la confidentialité des réponses.

3. La cible d'étude

3.1. La population

Cette étude porte sur les individus seniors de plus de 60 ans uniquement. Ce choix se justifie notamment par les nombreux éléments liés au vieillissement et à l'âge mis en évidence par la revue de littérature. Nous avons ainsi pu constater que la thématique de la mort, bien qu'étant universelle, est susceptible de susciter des affects d'intensité et de nature

différente selon l'âge (relation curvilinéaire entre l'anxiété à l'égard de la mort et l'âge), ainsi que des stratégies de défense distinctes selon l'âge (modèle SOC et théorie de la sélectivité socio-émotionnelle). De ce fait, nous avons fait le choix de nous intéresser aux plus de 60 ans uniquement, afin de mener une étude en profondeur auprès de cette cible, alors qu'aucune recherche sur cette thématique ne s'intéresse à cette tranche d'âge. L'intérêt porté à cette cible ici se justifie également par l'attention portée par les managers pour les seniors, ainsi que le fait qu'elle soit potentiellement plus fréquemment exposée à des rappels liés à la mort (perte du conjoint ou d'amis du même âge, maladie liée à l'âge, pertes de responsabilités et du rôle social etc.).

Nous nous intéressons donc aux seniors de plus de 60 ans, pré-retraités ou tout juste retraités. L'objectif est de tenter de déterminer les variables les plus pertinentes permettant de comprendre précisément la façon dont les seniors se comportent (Gonzalez et Paliwoda, 2006). Carrigan (1998) reconnaît le besoin d'une nouvelle approche dans la segmentation des seniors, car les marketers ne peuvent pas compter uniquement sur l'expérience passée du consommateur. Avec l'âge, les individus gardent des habitudes de consommation et leurs modifications ne sont pas nécessairement liées à l'âge chronologique. La segmentation sur le seul critère d'âge chronologique offre ainsi peu d'explication sur les comportements des seniors. Il s'agit pourtant de la variable la plus commune, en plus du revenu, de la catégorie socio-professionnelle, et du temps disponible. Ces variables sont utilisées du fait de leur accessibilité et de leur compréhension. Cependant, elles manquent de richesse et selon Ahmad (2003), elles ne permettent qu'une catégorisation des consommateurs *a priori*. Ainsi, de nombreuses approches de segmentation auprès de la population senior ont été développées avec pour but commun une meilleure compréhension des comportements. Nous considérons ici que l'attitude à l'égard de sa propre mort peut être un élément discriminant parmi les seniors.

3.2. Le choix de l'échantillon

Parmi cette population, c'est la classe d'âge 60-75 ans qui nous intéresse dans cette phase exploratoire. Ce choix se justifie par le fait qu'il apparaît pertinent d'avoir à la fois des pré-retraités, très proches de la retraite et des jeunes retraités, qui commencent tout juste à profiter de leur temps libre et à prendre conscience de l'arrivée dans une nouvelle étape de leur existence. Cette catégorie de senior est appelée les « libérés » par Treguer (2007) : à cet âge, l'individu senior aurait des revenus confortables, découvre le temps libre, libéré des

contraintes et des responsabilités familiales et professionnelles. Selon Treguer, le libéré est attaché aux produits et est un consommateur expérimenté et averti grâce à ses expériences passées. Il aurait plus confiance dans les vraies marques établies et reconnues que toutes les autres générations. Il rechercherait des produits de qualité, pratiques et des produits de marques qui lui rappelleraient son enfance. L'auteur établit sa segmentation sur la base de plusieurs variables qu'il considère comme différenciatrices : l'âge, le revenu, le fait d'être à la retraite ou en activité, l'état de santé (réel et perçu), le temps disponible et la génération d'appartenance.

L'échantillon retenu souhaitait refléter la diversité des cas possibles (Evrard et *alii.*, 2003). En ce sens, nous avons choisi un échantillon composé de 40% d'hommes et de 60% de femmes entre 60 et 75 ans. Nous avons supposé en effet que le genre avait certainement une influence sur le choix des mécanismes de défense, les femmes pouvant être plus susceptibles que les hommes d'utiliser des stratégies d'adaptation centrées sur l'émotion. Concernant le statut de retraité, notre échantillon se compose essentiellement d'individus retraités de plus de 60 ans, avec seulement 3 individus pré-retraités interrogés. Parmi les individus retraités, nous avons tenu à avoir plusieurs catégories socioprofessionnelles, telles que des ouvriers, des employés et des cadres supérieurs. La constitution de l'échantillon s'est faite selon le critère de saturation sémantique de Glaser et Strauss (1967), pour lequel le nombre d'entretiens est arrêté dès lors qu'un entretien supplémentaire n'apporte plus aucune information nouvelle (Bertaux, 1997 ; Denzin et Lincoln, 1998).

Ainsi, au total 19 entretiens semi-directifs ont été réalisés sur la base du guide d'entretien présenté précédemment. L'échantillon se composait donc de 8 hommes et de 11 femmes avec une moyenne d'âge de 67,7 ans. Le tableau suivant donne une synthèse du profil des répondants de l'échantillon. Chaque entretien a duré entre 45 minutes et une heure et a donné lieu à des retranscriptions, puis une analyse de contenu. Les répondants provenaient d'une université inter-âge parisienne et d'une association de retraite sportive également basée à Paris. Ces choix étaient délibérés de la part du chercheur et s'expliquent par deux éléments : les adhérents des associations sportives ainsi que de l'université inter-âge étaient investis, facilement accessibles et volontaires pour cette étude. Les étudiants de l'université inter-âge se sont avérés particulièrement curieux, à la recherche de nouvelles connaissances et donc intéressés par notre démarche. Dans le cas des associations sportives, il s'agissait de plus d'individus seniors actifs, *a priori* sans handicap physique induisant une invalidité particulière. Nous voulions en effet tenter de contrôler ce dernier point, c'est-à-dire l'état de santé et en particulier la mobilité qui risquait de biaiser les résultats obtenus. Ces éléments

peuvent cependant constituer une limite de notre recherche : les adhérents de l'association présentaient des profils similaires en terme de motivations (souci de soi, de sa performance physique, de son bien-être, du maintien de la santé), ce qui réduit la diversité de l'échantillon retenu. Enfin, parmi les 19 entretiens, 11 ont été menés sur la base du guide d'entretien relatif à la saillance de mortalité, 8 étaient relatifs au groupe de contrôle (*i.e.* sans référence à la thématique de la fin de vie). Tous les répondants ont prétendu être *a priori* en bonne santé et n'avoir aucun problème de santé particulier. L'annexe 1 présente un exemple d'entretien effectué.

Tableau 3.1.1. Le profil des répondants de l'étude qualitative exploratoire

Individu	Sexe	Age	CSP
1	F	64	Retraité - Juriste
2	F	65	Retraité - Ouvrier
3	F	66	Retraité - Employé
4	H	62	Actif - Cadre
5	F	70	Retraité - Infirmière
6	H	73	Retraité - Ouvrier
7	H	70	Retraité - Employé
8	H	65	Retraité - Employé
9	F	66	Retraité - Médecin
10	F	69	Retraité - Pharmacien
11	F	70	Retraité - Cadre
12	H	74	Retraité - Cadre
13	H	61	Actif - Médecin
14	F	73	Retraité - Employé
15	F	70	Retraité - Enseignant
16	F	67	Retraité - Infirmière
17	H	66	Retraité - ouvrier
18	F	61	Actif - Employé
19	H	75	Retraité - Notaire

4. L'exploitation du matériel qualitatif

4.1. La méthode d'analyse des données : l'analyse de contenu

Cette phase est à visée exploratoire et s'est donc faite sur la base d'entretiens individuels semi-directifs qui, eux-mêmes, ont fait l'objet d'une analyse de contenu. Cette dernière a pour objectif de s'intéresser à ce qui est dit par le répondant pour en retenir la signification (Evrard et *alii.*, 2003). Ainsi, le sens du discours, tel qu'il est perçu par le chercheur, fait donc seul l'objet d'une analyse et d'un classement thématique (Fallery et Rodhain, 2007).

L'analyse de contenu s'inscrit dans un objectif de compréhension de l'objet de recherche étudié via une approche de découverte exploratoire sur la base de discours diversifiés (Bardin, 2007). Bien que des pistes de recherche aient été envisagées à l'issue de la revue de littérature, nous avons tenu à adopter en premier lieu un tel objectif exploratoire afin de mettre en évidence diverses approches possibles.

L'analyse de contenu permet de saisir des différences, récurrences et des constantes dans le contenu des entretiens. Berelson (1952) précise sa définition comme étant *«une technique de recherche pour la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications ayant pour but de les interpréter»*. Berelson précise également qu'elle permet de mettre en évidence les valeurs, thèmes, prescriptions de rôle et les normes de comportement. Cette définition peut être complétée par celle de Bardin (1977) pour qui l'analyse de contenu est comme *« un ensemble de techniques d'analyse des communications visant, par des procédures systématiques et objectives de description du contenu des énoncés, à obtenir des indicateurs (quantitatifs ou non) permettant l'inférence de connaissances relatives aux conditions de production / réception (variables inférées) de ces énoncés »*.

Enfin, notons que l'analyse de contenu a bien sur été menée sur l'ensemble des entretiens et donc sur les entretiens du groupe de contrôle et ceux du groupe de saillance de mortalité. Nous avons tenu en ce sens à faire émerger des différences dans les besoins, motivations et comportements des individus seniors face aux rappels de la perspective de fin de vie.

4.2. Les étapes de l'analyse de contenu

Dans notre cas, nous avons commencé l'analyse de contenu dès le début de la collecte des données. Une synthèse réalisée après chaque entretien nous a permis d'ajuster nos questions pour les entretiens ultérieurs (Miles et Huberman, 2003). Nous avons suivi les trois étapes liées à l'analyse de contenu et recommandées par Bardin (2000) : le découpage du texte, la classification en catégories et l'analyse des données.

Le découpage des entretiens

Le contenu des entretiens a été découpé en unités d'analyse de base, c'est-à-dire en différents thèmes. Selon Bardin (2000), le thème est l'unité de signification qui se dégage naturellement du texte. Cette première étape nous a ainsi permis de déceler les thèmes

récurrents dans les discours des répondants et qui sont exposés dans la section 2 relative aux résultats.

La classification en catégories

Les unités d'analyse ont ensuite été regroupées en catégories homogènes, exclusives et exhaustives selon leur degré de similarité (Bardin, 1977, 2000). Les catégories peuvent se définir comme des rubriques, composés d'éléments ayant des caractéristiques communes. Leur fréquence d'apparition a ensuite été comptabilisée afin d'en cerner leur importance quant à l'objet de recherche.

L'analyse de données

Afin de cerner l'objet de recherche (le senior face à sa propre mort), ses différentes dimensions ainsi que d'éventuelles influences sur ses réponses comportementales, une analyse de contenu qualitative a été conduite. Selon Bardin (2000), l'approche qualitative présente la caractéristique d'être une procédure intuitive et souple de sorte qu'elle est susceptible d'évoluer avec les hypothèses retenues. Nous avons donc opté pour une analyse horizontale des entretiens afin de comprendre les réponses de chaque individu par thème fixé, selon les thèmes préalablement définis dans le guide d'entretien (cf. 2.2). Cela nous a permis de comprendre, puis de comparer grâce à une analyse verticale, ce que l'ensemble des individus a répondu à chacun des thèmes du guide d'entretien.

4.3. La validité de l'étude qualitative

Trois éléments permettent d'évaluer la validité d'une étude qualitative (Andreani et Conchon, 2005) : l'évaluation de la validité de l'exploration qualitative, la validité des analyses et la validité des résultats.

La validité de l'exploration qualitative

Une exploration qualitative est dite valide si elle rend compte de la réalité de façon authentique et si elle examine toutes les facettes à étudier. Ainsi, nous avons veillé à ce que les entretiens soient conduits sur la base des thèmes indiqués dans le guide d'entretien, en fonction des objectifs et de la problématique de la phase exploratoire. Les conditions de l'élaboration et la conduite des entretiens ont permis également d'approcher au mieux la réalité de façon authentique.

La validité des analyses

Une analyse est dite valide si ses conclusions sont justes et proches de la réalité (Gubrium et Holstein, 1997). Pour agir dans ce sens, nous avons ainsi veillé à ce que l'échantillon soit représentatif de l'étude et de taille suffisante (*i.e.* jusqu'à saturation sémantique). De plus, nous avons veillé à ce que le guide d'entretien laisse une marge de liberté aux répondants, afin qu'ils abordent les thèmes qu'ils souhaitent selon leur propre cheminement intellectuel. Cela a permis également de faire émerger des thèmes inexistantes ou qui paraissaient peu pertinents lors de la revue de littérature.

La validité des résultats

Les résultats sont dits valides si les idées et les actions induites ont du succès et si les résultats peuvent s'étendre à un contexte plus global (Guba, 1981). Cet aspect apparaît alors comme une limite pour notre phase exploratoire car elle a été conduite dans un unique contexte (population issue de la région parisienne) et auprès d'une cible d'individus seniors de plus de 60 ans uniquement.

Conclusion de la section 1

Cette première section du chapitre 3 était consacrée à la présentation de la méthodologie de l'étude qualitative exploratoire. L'objectif de cette phase qualitative est de répondre à la question suivante : quelle est l'influence de la saillance de mortalité sur les comportements des individus seniors ? Sur la base d'un guide d'entretien préalablement défini, 19 entretiens semi-directifs ont été conduits auprès d'un échantillon constitué d'individus seniors, âgés entre 60 et 75 ans, pré-retraités ou retraités. Puis, une analyse de contenu a permis de faire émerger des différences et des récurrences dans les thèmes abordés par les répondants quant à l'idée de fin de vie et son influence sur les comportements. La seconde section est donc consacrée à la présentation des résultats.

Section 2. Les résultats de l'étude qualitative exploratoire

Dans cette seconde section, nous allons présenter les résultats obtenus à l'issue de l'analyse de contenu des différents entretiens. Cette section sera divisée en fonction des thématiques étudiées et des résultats obtenus. Elle s'articule donc autour de cinq thèmes centraux :

- La saillance de mortalité et l'attitude à l'égard de sa propre mort : comment l'individu senior appréhende-il l'idée de sa propre mort ? comment se représente-il cette idée ? et quelles sont les émotions associées ?
- Les mécanismes de défense proximaux mis en œuvre immédiatement après les rappels liés à la mort: au niveau conscient, comment l'individu senior fait-il face à la perspective de fin de vie (comme événement stressant ou non) ?
- Les mécanismes de défense distaux mis en œuvre après distraction : au niveau inconscient, que deviennent les objectifs de vie les plus prioritaires ? quelles sont alors les motivations sous-jacentes ?
- L'effet des rappels de mortalité sur les comportements : en quoi le fait de rappeler aux individus seniors la perspective de fin de vie est susceptible de venir modifier ou renforcer certains comportements ?
- Les déterminants individuels et situationnels : quelles sont les variables individuelles les plus pertinentes qui entrent en jeu dans l'utilisation des mécanismes de défense ?

1. La saillance de mortalité et l'attitude à l'égard de l'idée de sa propre mort

Nous avons cherché à répondre aux questions suivantes : *Comment l'individu senior appréhende-il l'idée de sa propre mort ? Comment se représente-il cette idée ? Et quelles sont les émotions associées ?*

1.1. L'appréhension de l'idée de sa propre mort

Notons en premier lieu que l'idée de fin de vie semble être à l'esprit de tous les individus seniors. Pourtant, certains en parlent avec plus de facilité et de clarté que d'autres. Nous avons veillé à tenter d'évaluer la capacité à parler avec plus ou moins de facilité de l'idée de sa propre mort: selon l'élocution du répondant, son hésitation et la recherche de mots, les éventuelles interjections qu'il utilise, et parfois, un malaise ressenti à travers son attitude

physique (regard baissé ou fuyant, rougeurs, sourire). Une fois le thème abordé, l'hésitation est très souvent palpable pour la plupart des répondants, de sorte que la thématique de la mort est effectivement un sujet tabou, même pour les individus seniors, plus souvent confrontés à cette idée. Cependant, malgré l'hésitation du début, nous remarquons que, une fois lancés, les individus seniors arrivent à développer plusieurs idées successives relatives au thème de la mort, sans grande difficulté. Nous voyons ainsi qu'il s'agit d'une thématique « apprivoisée », dans le sens où ils paraissent déjà avoir réfléchi aux diverses dimensions du problème. Ainsi, plusieurs façons d'appréhender l'idée de sa propre mort apparaissent :

- Tous les individus insistent sur le caractère indéfinissable et imperceptible de la mort.

On retrouve des verbatim tels que : « néant », « inconnu », « rien », « je ne sais pas pourquoi ni comment », « étrange ». Elle est alors source de nombreuses interrogations parmi les individus interrogés, même s'ils reconnaissent que ces interrogations sont moins présentes qu'avant, du moins « qu'il y a quelques années » (« j'y pense beaucoup moins qu'avant, de toute façon ça ne sert à rien d'y penser ! »).

- Certains appréhendent l'idée de leur propre mort via celle de l'autre.

Ils insistent sur les causes de la mort de leur proche, en faisant un parallèle avec leur propre vie : « J'y pense d'autant plus que j'ai récemment perdu un camarade de mon club... Ça m'a fait beaucoup de peine, et directement, j'ai pensé à moi, à ma fin, à mes proches, et surtout à ce que je dois faire maintenant avant qu'il ne soit trop tard ! » ; « J'y pense parce qu'à mon âge, on est souvent confronté à ça. Il suffit de regarder autour nous ».

- Certains l'appréhendent via ce qu'elle représente.

On retrouve alors des représentations de la mort comme le passage à une nouvelle étape de l'existence (« je ne pense pas que ce soit la fin, mais plutôt le début d'une nouvelle vie... ça oui, j'y crois » ; « je me dis qu'il y a très certainement quelque chose qui nous échappe après la mort » ; « Il se peut qu'il y ait autre chose, pourquoi pas ? ! ») ; ou encore un événement naturel faisant tout simplement partie de la vie qui marque la fin de toute possibilité et de tout espoir (« pour moi, c'est tout simplement la fin. C'est d'ailleurs parce que je sais que cette fin existe que je cherche à faire mon maximum maintenant »).

- D'autres insistent avec beaucoup de détails sur l'après.

Plusieurs répondants insistent particulièrement sur les précautions prises pour les enfants et petits-enfants (assurances, testaments, héritages) (« J'y pense souvent, peut être moins qu'avant, et d'ailleurs je m'y suis préparé ! Je souhaite avant tout préserver mes enfants et mes petits enfants et être sûre que je n'oublierai rien pour eux, pour leur avenir »). Treize répondants appréhendent l'idée de leur propre mort en la rapprochant immédiatement de

leurs projets de vie qui leur permettent de créer des choses qui perdureront même après leur disparition (« *Je me dis surtout que j'aimerais bien laisser une trace* » ; « *J'attache beaucoup d'importance à ce que j'entreprends maintenant, en pensant à l'après : j'aimerais bien que tous les projets dans lesquels je me suis pas mal investis restent et perdurent, même après !* »).

1.2. L'attitude à l'égard de l'idée de sa propre mort

L'attitude a trois composantes : la dimension affective (*i.e.* les émotions suscitées par cette idée), la dimension cognitive (*i.e.* les croyances et connaissances associées à cette idée) et la dimension conative (*i.e.* l'intention comportementale qui en découle). L'analyse de contenu a permis de faire émerger des éléments liés à ces dimensions.

1.2.1. La dimension affective

La mort semble susciter deux types d'émotions de nature opposée. Chez certains, elle provoque un ensemble d'émotions négatives alors que d'autres en parlent plus sereinement. Parmi les émotions négatives décelées, on perçoit du stress et de l'anxiété (« *cela m'angoisse* ») et un mal-être général (« *lorsque j'y pense, je ne me sens pas bien du tout* » ; « *cela m'arrive parfois d'y penser, et je me mets alors à douter de pas mal de choses* ») voire même de l'inconfort ou un malaise face à la situation. Pour autant, ces émotions négatives n'apparaissent que parmi six individus de notre échantillon, ce qui reste minoritaire.

La majorité des seniors interrogés (soit 13 individus) ne semblent presque pas affectés par cette idée et prétendent même y penser « *souvent* » et « *sereinement* ». Ils semblent ainsi adopter une attitude d'acceptation que nous développons plus loin. En ce sens, les émotions associées sont plus de l'ordre de la contemplation et de l'apaisement que de l'anxiété. Elles sont d'ailleurs souvent mises en parallèle avec la satisfaction d'une vie réussie, ou du moins l'accomplissement de ce qui était réellement important pour eux (« *ça ne me stresse pas, j'y pense sereinement* » ; « *je suis relativement apaisée, je pense, par rapport aux autres* » ; « *j'ai même parfois un sentiment d'admiration face à la vie et à ce dont elle est capable* » ; « *je prends de la hauteur et je contemple la vie en me demandant quel est le sens de tout ça* »).

Ce dernier élément vient confirmer des éléments issus de la littérature présentés dans la section 2 et la section 5. Arrivé à un âge avancé, l'individu senior ayant atteint une forme de sagesse semble mieux accepter l'idée de fin de vie, notamment via le mécanisme de gérotranscendance. Ainsi, pour les individus seniors, le rappel de l'idée de sa propre mort ne suscite pas nécessairement des émotions négatives de stress ou d'anxiété, mais des émotions positives liées à l'apaisement et la contemplation.

1.2.2. La dimension cognitive

La dimension cognitive de l'attitude à l'égard de sa propre mort correspond à la façon dont l'individu évalue l'idée de sa propre mort. On retrouve l'évaluation classique de la théorie du stress et du *coping* de Lazarus et Folkman (1984), pour qui, un événement stressant peut être évalué en terme de défi, menace ou perte. Ainsi, les croyances individuelles et la perspective temporelle limitée poussent les individus seniors à définir leur propre mort soit comme un défi pour leur vie, soit comme une menace qui pèse sur eux au quotidien.

La notion de défi se retrouve dans la majorité des entretiens (13 entretiens) notamment à travers les verbatim suivants : « *pour moi, la vie n'a de sens que grâce à la mort* » ; « *c'est la mort qui crée les opportunités et surtout les raisons de vivre* » ; « *c'est parce que je sais qu'il y a une fin que je me donne à fond dans tout ce que je fais* » ; « *la mort, c'est inévitable ! Mais ce qui est en mon pouvoir : être à la hauteur et relever les défis que la vie me propose ; je n'avais pas réellement conscience de cela avant* ». En revanche, les individus seniors qui considèrent la mort comme une menace qui pèse sur eux au quotidien se sont avérés être ceux qui ressentent le plus d'émotions négatives. Ils sont donc minoritaires et leur discours se caractérise par les verbatim suivants : « *plus je me rapproche de la mort, plus cela m'angoisse tous les jours ! je tente de la repousser, en essayant de prendre soin de moi, de mon corps par exemple* » ; « *bien sûr j'y pense ! à mon âge, c'est quelque chose qui fait partie de ma vie maintenant* ».

1.2.3. La dimension conative

La dimension conative de l'attitude à l'égard de sa propre mort représente la tendance à l'action face à l'idée de fin de vie. Ainsi, au regard de l'analyse de contenu, nous retrouvons deux principales tendances à l'action chez les individus seniors :

- L'évitement : les seniors pour qui la peur de la mort est trop forte rejettent généralement totalement l'idée de leur propre mort. Il s'agit là encore de ceux qui font part le plus d'émotions négatives relatives à l'idée de leur propre mort. Insistons là encore sur le fait qu'ils soient minoritaires dans notre échantillon. Ils se caractérisent par les verbatim suivants : « *C'est simple, dès que j'y pense, j'arrête tout de suite d'y penser, et je me mets à faire des choses que j'aime* » ; « *je fais tout pour ne pas y penser* » ; « *je me dis qu'il vaut mieux que je pense plutôt au temps présent* ».
- L'intégration ou l'acceptation positive : d'autres seniors l'acceptent comme faisant naturellement partie de la vie et l'intègrent même dans leur comportement au quotidien (« *je suis prête, c'est le chemin* » ; « *cela me pousse à profiter au maximum de chaque instant* » ; « *on n'a pas le choix, ça fait partie de la vie, je l'accepte* »).

2. Les mécanismes de défense proximaux en réponse à la saillance de mortalité

Nous avons cherché à répondre aux questions suivantes : *Au niveau conscient, comment l'individu senior fait-il face à la perspective de fin de vie (comme événement stressant ou non) ? Quels sont les mécanismes de défense mis en œuvre immédiatement après les rappels de la perspective de fin de vie ?*

Dans un premier temps, nous avons cherché à mettre en évidence les éventuels mécanismes de défense mis en œuvre immédiatement après les rappels de la perspective de fin de vie. Il s'agit donc des mécanismes de défense proximaux comme le suggère la TMT. La façon dont les individus seniors font face à l'idée de leur propre mort correspond aux éléments issus de la littérature. On distingue en particulier deux attitudes distinctes, chacune laissant apparaître des émotions de nature différente: le rejet et l'acceptation. Il s'agit ainsi d'un élément discriminant parmi les individus seniors.

2.1. Le rejet

Les individus seniors qui rejettent totalement l'idée de leur propre mort cherchent à supprimer ces pensées de leur attention, souvent en réponse à une peur oppressante. Dans ce cas, ils déclarent souvent s'engager dans :

- des pensées distractives et / ou plaisantes : « *je pense à ma petite fille qui m'apporte du bonheur* » ; « *je pense immédiatement à autre chose* » ; « *je me concentre plutôt sur ce que je vais faire juste après* ».
- des comportements distractifs et / ou plaisants : « *je cours après le temps pour profiter de la vie* » ; « *j'ai créé mon blog, je m'occupe de mon association, bref, je m'investis dans ce que j'aime* » ; « *je fais ce que j'aime le plus : bricolage, chinage, jardinage, je ne vois pas le temps passer et ça m'évade* »).

2.2. Une acceptation neutre, au sens de Goodman (1981)

Ces individus acceptent l'idée de leur propre mort car « *c'est de l'ordre des choses* ». Ils n'expriment alors aucun comportement d'ajustement particulier. Ils acceptent la finalité de la mort en tant que but ultime et plein de sens : « *sans la mort, ma vie n'a aucun sens* » ; « *je l'accepte, vraiment... et je ne fais rien en particulier pour l'éviter, ou même pour éviter d'y penser* » ; « *c'est comme ça, de toute façon ça ne sert à rien d'y penser, on n'a pas le choix* ».

2.3. Une acceptation active ou d'intégration

Pour ces individus, la peur semble être apprivoisée. Ils l'intègrent même dans leurs activités quotidiennes, dans une démarche positive. Ils s'estiment chanceux d'avoir vécu leurs expériences passées et pensent au passé sans nostalgie ni regret : « *je suis très positive, c'est le chemin* » ; « *j'ai de la chance d'être en bonne santé et d'être arrivée jusque-là* ». Ils se caractérisent par un appétit de vivre et de profiter des bonheurs simples de la vie : « *je sais qu'une fin existe, alors je fais avec ! J'avance, à fond, dans ce que je fais* » ; « *il ne faut pas que ce soit un frein, au contraire, moi je trouve que ça me motive* ».

Encadré 3.2.1. Les apports de l'étude qualitative relatifs aux mécanismes de défense proximaux

L'analyse de contenu a permis de mettre en évidence trois mécanismes de défense proximaux, immédiatement après la situation de saillance de mortalité :

- **le rejet**, en réponse à une peur trop forte, qui consiste à s'engager dans des comportements distractifs et à reporter le problème dans le futur ;
- **l'acceptation neutre** qui consiste à accepter l'idée, sans précaution particulière ;
- **l'acceptation positive** qui consiste à accepter l'idée, en l'intégrant de façon positive dans sa vie quotidienne.

3. Les mécanismes de défense distaux après distraction

Au niveau inconscient, i.e. après distraction, que deviennent les objectifs de vie les plus prioritaires ? Quels sont les comportements recherchés ? Et quelles sont alors les motivations sous-jacentes ?

Nous avons ensuite cherché à mettre en évidence les besoins et les motivations suscités par les rappels de sa propre mortalité parmi les individus seniors après distraction. En effet, la distraction permet de placer les pensées liées à la mort en dehors de l'attention focale, tout en restant accessibles (dans le préconscient) et les travaux liés à la TMT montrent que les rappels de la mortalité ont plus d'effet après une distraction. Ainsi, après avoir abordé la perspective de fin de vie, des questions liées à l'utilisation des médias dans la vie quotidienne ont été posées au répondant. Puis, nous avons voulu cerner l'effet de la saillance de mortalité sur les besoins à satisfaire, les motivations et les objectifs visés après distraction. En particulier, l'analyse de contenu a permis d'envisager un lien entre l'attitude à l'égard de l'idée de sa propre mort et les mécanismes de défense distaux. Ainsi, selon l'attitude à l'égard de l'idée de sa propre mort, il est possible de distinguer deux profils distincts.

D'une part, les individus qui paraissaient les plus mal à l'aise face à l'idée de fin de vie et qui, en ce sens, avaient une attitude de rejet, évoquaient très vite (bien avant l'élément de distraction) leur **désir de s'évader et de se distancer de leur peur ou de tout ce qui peut être un frein à leur bien-être**. En ce sens, après distraction, nous avons cerné un réel besoin d'évasion pour ces individus, essayant de se distancer de la routine ou de l'ennui. Ce besoin d'évasion s'est notamment traduit par une volonté de regagner un contact social : « *je veux sentir la vie, parler avec des gens, surtout pour ne pas me sentir seule* » ; « *c'est important pour moi de voir du monde, tous les jours, pour éviter d'être trop dans la routine* ». Cela se traduit également par un investissement dans diverses activités de loisirs (cinéma, théâtre) qui favorise là encore l'évasion. Ainsi, leurs motivations semblent tournées vers certains types de besoins à satisfaire :

- un besoin de contrôle sur leur propre vie: ils multiplient les activités, ce qui leur permet de donner de la valeur au temps restant à vivre (« *j'ai peur de ne pas avoir le temps de tout faire* »). En ce sens, ils cherchent à garder un contrôle sur des décisions

stratégiques liées à la famille ou d'autres liées à leurs associations. Ce besoin de contrôle explique également la volonté de regagner des contacts sociaux et en particulier, de retrouver des rôles sociaux perdus avec l'avancée en âge, dans un objectif de socialisation (Smith et Moschis, 1984 ; Smith, Moschis et Moore, 1982, 1985). Le processus de socialisation leur permet d'éviter des affects négatifs potentiels liés à la solitude et à la perte de contrôle sur leur vie.

- un besoin de sens: face aux rappels de sa propre mortalité, ces individus seniors souhaitent également donner du sens à leur vie. La mort est alors une menace qui est susceptible de venir ébranler ce qui fait sens pour eux. De ce fait ils cherchent à se raccrocher à des relations significatives : cela peut être la famille, les amis de clubs ou d'associations, l'investissement dans des activités bénévoles ou d'autres activités significatives à leurs yeux pour éviter des affects négatifs. Certains soulignent leur volonté de conserver leur rôle, au sein de leur famille, de leur club ou plus généralement, dans la société afin de redonner du sens à leur existence : « *je cherche au moins à participer à plusieurs activités, à m'investir dans mon association, sinon ma vie n'a plus de sens !* » ; « *je pense qu'il faut à tout prix se fixer une ligne de conduite, des projets, même après la retraite... c'est ce que je tente de faire, et ça me permet de trouver un sens à ma vie* » ; « *plus que ma mort, j'ai peur que ma vie n'ait pas de sens* ».

La perte de contrôle sur sa vie ainsi que le risque associé à une vie insignifiante semblent être des préoccupations fondamentales pour ceux qui semblent relativement plus sensibles à l'idée de fin de vie. Ces préoccupations donnent lieu à des précautions prises dans la vie quotidienne.

D'autre part, les individus qui acceptent mieux l'idée de leur propre mort semblent démontrer moins d'émotions négatives. La mort est perçue dans ce cas et au niveau conscient comme un défi pour mieux vivre. Au niveau inconscient (*i.e.* après distraction), ces individus interrogés évoquent ainsi leur volonté de **profiter de tout ce que la vie leur apporte et de se fixer des objectifs à atteindre**. On distingue alors des motivations tournées vers des besoins à satisfaire différents des premiers :

- un besoin d'émotion ou de stimulation émotionnelle positive: certains individus seniors recherchent simplement à « *profiter de la vie* ». Et lorsque nous leur demandons de préciser leur propos, ils prétendent vouloir avant tout « *rechercher le positif* », « *rechercher ce qui leur apporte du plaisir* ». Un senior suggère même : «

je souhaite avant tout me focaliser sur tout ce qui peut me faire plaisir... en gros, c'est maintenant ou jamais, alors je profite ! ». Ces verbatim illustrent ainsi la recherche d'émotions positives.

- un besoin de contentement et de satisfaction de soi : Cette motivation pousse les individus à satisfaire au mieux leurs engagements familiaux : ils déclarent en ce sens consacrer une part importante de leur temps et de leur budget à leur famille (« *C'est important pour moi de me dire que j'ai réussi et que j'ai assumé mon rôle de père comme il le fallait* »). D'autres assurent vouloir aller au bout de leurs objectifs personnels, quels qu'ils soient : « *ce qui m'importe maintenant, c'est de faire à 100% ce que je me suis fixé, et de le faire bien* » ; « *je veux aller au bout des projets qui me tiennent à cœur, c'est le plus important à mon âge je pense* » ; « *je cherche à avoir le sentiment que j'ai atteint mon but* » ; « *je veux juste avoir le sentiment d'avoir donné le maximum et d'être allée au bout de ce que je pouvais réaliser dans ma vie* » ; « *je veux simplement être fier de moi et de tous mes projets* ». Ces verbatim illustrent le besoin d'autosatisfaction.
- un besoin de dépassement de soi : certains veulent vivre et profiter de l'instant présent au maximum. Ils s'investissent notamment dans des activités plaisantes qui mettent en jeu l'excitation du gain et du défi (jeux divers, casino, activités sportives). Ce dépassement peut donc être physique, émotionnel ou sensoriel. Cette motivation se rapproche de la première, qu'est le besoin d'émotion, mais nous avons préféré les distinguer afin de mettre en évidence des différences d'intensité telles que nous les avons perçues à travers l'analyse de contenu : « *je cherche souvent à dépasser mes limites* » ; « *je souhaite aller au bout* » ; « *je ne suis plus tout jeune, mais je peux encore en faire plus !* ».

La recherche d'émotion, de satisfaction de soi et de dépassement de soi semblait être plus présente parmi les individus seniors qui acceptaient mieux l'idée de leur propre mort au niveau conscient. Cela donne lieu à une véritable recherche de stimulation positive dans la vie quotidienne.

En définitive, après distraction, les individus seniors diffèrent dans l'orientation de leurs réponses liées aux objectifs de vie ou leurs comportements prioritaires. Il semble d'ailleurs que les motivations suscitées par la perspective de fin de vie diffèrent selon l'attitude à l'égard de la mort présentée au niveau conscient. En particulier, ce sont moins les objectifs que les motivations sous-jacentes qui nous intéressent ici. Cette analyse nous a donc

permis de distinguer deux grands types de besoins à satisfaire, qui font naître des motivations à l'action :

- des besoins que nous appelons « existentiels » qui sont tournés vers la recherche de sens et de contrôle sur sa propre existence. Ils semblent propres aux individus seniors qui rejettent l'idée de leur propre mort au niveau conscient.
- des besoins que nous appelons « expérientiels » qui sont tournés vers la recherche d'une stimulation émotionnelle et d'un accomplissement de soi. Ils semblent propres aux individus seniors qui acceptent mieux l'idée de leur propre mort au niveau conscient.

Encadré 3.2.2. Les apports de l'étude qualitative relatifs aux mécanismes de défense distaux

L'analyse de contenu suggère une relation entre l'attitude à l'égard de l'idée de sa propre mort et les motivations:

- l'attitude de **rejet** semble liée à une volonté de distanciation à l'égard de pertes potentielles, via des besoins existentiels à satisfaire ;
- l'attitude **d'acceptation** positive semble liée à une recherche de stimulation positive, via des besoins expérientiels à satisfaire.

4. Les conséquences sur les comportements

Nous cherchons ici à répondre à la question suivante : *En quoi le fait de rappeler aux individus seniors la perspective de fin de vie est susceptible de venir modifier ou renforcer certains comportements ?*

En plus des motivations mises en évidence dans la partie précédente, l'analyse de contenu a permis de cerner des comportements suscités par les rappels de sa propre mortalité. Les comportements que nous précisons sont le résultat de l'analyse de contenu sur les entretiens du groupe de saillance de mortalité uniquement. Ils ont été mis en évidence sur la base de leur occurrence dans ces différents entretiens.

4.1. Vivre l'instant

Après distraction, le rappel de la perspective de sa propre mort fait naître la nécessité, non seulement de vivre l'instant présent, mais aussi de « *sentir la vie autour de soi* ». Ainsi, certains prétendent avoir besoin de « *lier des contacts, sentir la vie, voir les gens vivre* »

autour d'eux ». D'autres insistent sur la nécessité de profiter de chaque instant : *« je tiens à être tout à ce que je fais, je veux être concentrée sur ce que je fais »*. L'idée essentielle est de se sentir vivre : *« j'aime faire les magasins. Même sans acheter, au moins je me sens active, je vis tout simplement »*. L'activité ne semble donc pas avoir de valeur en tant que telle, mais elle est un moyen pour l'individu de ressentir une stimulation et une satisfaction.

Enfin, face à l'idée de leur propre mort et la perspective temporelle limitée, les seniors veulent profiter de la vie : *« aujourd'hui, maintenant que je suis à la retraite, j'ai soif de faire des choses que je n'avais pas le temps de faire »*; *« ma devise aujourd'hui : aujourd'hui est le premier jour du reste de ta vie ! J'ai pris conscience qu'il ne fallait pas remettre au lendemain ce que je pouvais faire le jour même »*. Cette envie de faire et d'agir semble être un élément fondamental de leur épanouissement. Ces éléments se retrouvent dans leur comportement de consommation : beaucoup de seniors soulignent que malgré des achats réguliers et réfléchis, ils aiment particulièrement acheter de manière impulsive par « coups de cœur ». Ils précisent également que la consommation est l'un des moyens pour eux de « se sentir vivre » et « de se faire plaisir » : *« j'aime acheter juste pour me faire plaisir »*; *« je suis souvent attirée par des produits qui contribuent à mon bien-être, qui m'apportent de réels bénéfices, sinon ça ne sert à rien »*.

4.2. Attrait pour des activités d'évasion, d'enrichissement et de dépassement de soi

Face à l'idée de fin de vie, certains seniors prétendent accorder une attention particulière au fait de s'investir dans des activités qui contribuent à leur enrichissement personnel et qui les aident à s'évader. Ainsi, nous retenons les verbatim tels que : *« je me lance à 100% dans des activités qui m'enrichissent... Ca peut être mes cours de peinture ou d'anglais, peu importe : ça me permet de faire face à une réalité parfois dure »*; *« apprendre, développer mes compétences »*; *« lorsque je fais de la musique, ça m'évade beaucoup, je suis comme dans une bulle »*; *« bricoler, ça me détend, je ne vois pas le temps passer ! »*. La recherche de plaisir et de stimulation positive semble être un élément convergent parmi l'ensemble de ces éléments.

4.3. Recherche de distinction et d'originalité

Beaucoup insistent sur l'importance de leur apparence, en particulier les femmes : *« je n'arrête pas de dire que je suis jeune. Les vêtements, le physique, le poids, tout ça c'est très*

important pour moi, je veux rester jeune ». D'autres veulent particulièrement être originales et se démarquer des autres par leurs achats : *« j'aime acheter des choses que l'on se retrouve pas chez tout le monde ou sur tout le monde »* ; *« je cherche toujours à être un peu original »* ; *« je recherche l'originalité, je souhaite me démarquer »*. Ici, ce besoin de distinction et d'unicité, notamment à travers l'apparence physique, laisse entrevoir une volonté de véhiculer une image qu'ils considèrent comme idéale. Cela leur permet également de valoriser l'estime qu'ils ont d'eux-mêmes. Sur ce point précis, des recherches démontrent que le soi idéal influence le comportement en tant que consommateur et le choix des produits (Ross, 1971, 1981 ; Malhotra, 1988 ; Zouaghi et Darpy, 2003).

4.4. Recherche de contact social et le rôle essentiel de l'entourage

Le regard de l'entourage semble influencer fortement leurs attitudes. Certains seniors prétendent adopter certains comportements et se « forcer » à le faire pour éviter des jugements négatifs de la part de leur entourage. Malgré cette dépendance à l'égard du regard des autres (notamment des amis), ils insistent néanmoins sur leur volonté de rester indépendant, notamment par rapport à leurs enfants et petits-enfants : *« j'essaie de montrer à mes enfants que je me débrouille très bien sans eux. Je les laisse m'appeler, je ne veux pas m'imposer dans leur vie »*. Enfin, beaucoup soulignent l'importance de la présence de leurs camarades et amis dans leur vie : *« il faut que je sorte de chez moi tous les jours, j'ai besoin de sortir, avoir des contacts, avoir des relations, voir les gens vivre autour de moi »* ; *« c'est un moyen de ne pas me sentir seule, je pense que c'est la base de tout ! »* ; *« Internet, j'adore ! Cela me permet de rencontrer du monde et de discuter avec des amis du monde entier »*. Enfin, dans un cadre amical, les seniors apprécient être reconnu en tant que prescripteur : beaucoup affirment qu'ils apprécient être sollicité et conseiller les autres dans l'achat de nouveaux produits.

Nous voyons donc que suite aux rappels de la mortalité, la majorité des individus seniors sont plus enclins à vouloir s'investir dans des activités qui leur permettent de rechercher ce qui leur est positif : recherche de plaisir, de satisfaction immédiate, recherche de valorisation de soi via le lien social et recherche de dépassement de soi. Nous retrouvons ainsi des éléments de la stratégie de croissance de soi pour laquelle les individus cherchent à atteindre le positif et à poursuivre leurs objectifs idéaux et leurs aspirations.

5. Les déterminants individuels

Quelles sont les variables individuelles les plus pertinentes qui entrent en jeu dans l'appréhension de la perspective de sa propre mort et l'utilisation des mécanismes de défense de soi ?

Certaines variables individuelles semblent ressortir de notre analyse de contenu et notamment de la récurrence de certains verbatim.

5.1. L'estime de soi

A travers les éléments précédents, nous voyons que la façon dont l'individu se perçoit, notamment de façon positive ou négative, et l'image véhiculée aux autres ont une influence sur les attitudes, les comportements jugés prioritaires et sur le bien-être des individus seniors. Cette notion intervient à plusieurs niveaux. Au niveau des relations entre l'individu senior et son entourage (amis, famille), l'estime de soi est illustrée par la volonté de rester indépendant de son entourage familial, de se démarquer des autres ou de regagner un rôle social (via notamment celui de prescripteur) : *« je ne veux pas être dépendante de mes enfants, je n'aime pas du tout cette idée »* ; *« je veux être quelqu'un de respecté et de respectable »*, *« je souhaite souvent qu'on me remarque ou même qu'on me valorise »*, *« j'ai envie de plaire bien sur »*, *« je cherche à bien faire les choses, et que les autres le remarque »*. Au niveau de ses comportements individuels, l'estime de soi est illustrée par le fait de se soucier de son apparence ou de rechercher un enrichissement et un accomplissement de soi : *« je ne veux pas me voir comme quelqu'un qui se laisse aller ou qui ne va pas au bout des choses »* ; *« c'est important de faire attention à soi, car ça rejillit sur les autres et sur la façon dont on vous considère »* ; *« je veux être satisfait de ma vie et me voir comme quelqu'un qui a réussi sa vie »*.

A l'issue de l'analyse de contenu, on peut s'apercevoir que le concept d'estime de soi semble être directement lié à celui d'introversion. En effet, à un âge avancé et face à la conscience de leur propre mort, les seniors semblent prendre conscience des sacrifices qu'ils ont fait dans le passé et décident, libérés maintenant de nombreuses contraintes, d'y remédier. Beaucoup insistent en ce sens sur *« tout ce qu'ils ont donné à leurs enfants »* ou sur le fait que la retraite apparaisse maintenant comme un moment *« mérité, comme une sorte de récompense »*. Il est donc temps, pour eux, de s'affirmer, faire valoir leur estime

d'eux-mêmes et s'engager dans une phase d'introversiion, donc plus égocentrée. Ce repli sur soi s'avère d'autant plus fort que l'individu senior déclare avoir subi des épreuves dans sa vie, comme par exemple la maladie ou le divorce.

5.2. La situation familiale

La situation familiale joue bien sur un rôle fondamental dans l'adaptation face à la perspective de fin de vie. Dès lors que l'individu senior doit encore assumer des responsabilités familiales (soit parce que certains enfants habitent encore avec eux, soit parce qu'ils doivent aujourd'hui s'occuper de leurs petits enfants), ses priorités changent. Certains insistent alors sur leur volonté de profiter de la vie, volonté qui est mise à mal par le fait qu'ils doivent encore assumer des responsabilités liées à leurs enfants ou leurs petits enfants (en les aidant financièrement par exemple) : *« je veux maintenant profiter, mais ça reste quand même limité car je dois encore m'occuper de mes enfants »* ; *« Ma fille a des problèmes de santé, je m'occupe donc de ma petite-fille. Donc je manque de temps pour faire réellement ce que je voudrais »*.

5.3. L'anxiété à l'égard de la mort

Pour certains individus minoritaires, l'anxiété à l'égard de la mort est réellement perceptible, notamment à travers les réponses à la question portant sur la perspective de fin de vie. Ces individus énumèrent généralement un ensemble d'émotions négatives et précisent (sans aucune indication de la part du chercheur) des situations ou des expériences passées qui leur rappellent des souvenirs liés à la mort. Ainsi, les répondants concernés insistent sur l'existence d'une peur liée à la mort ainsi que sur sa signification (peur de l'inconnu lié à la mort, peur de l'après, peur de laisser ses proches etc) : *« j'avoue ne pas être très rassuré à l'idée de penser à ma mort. Ça m'angoisse, personne ne sait ce qui se passera après ! Je n'y pense pas tous les jours, mais lorsque j'y pense, je me sens très mal à l'aise et tellement envahi par la peur que j'ai besoin de faire autre chose pour ne plus y penser »* ; *« j'ai peur car cela signifie que je ne serai plus là pour mes proches »* ; *« oui j'ai peur, mais c'est normal d'avoir peur, on n'y connaît rien ! »*.

5.4. La perception temporelle et la satisfaction de la vie

Tous les répondants sont amenés spontanément à parler du temps et de leur perception temporelle. Certains répondants se distinguent particulièrement sur leur volonté et leur capacité à faire des projets dans le futur. Cet aspect influence d'ailleurs la façon dont ils conçoivent leur vie. Ainsi, certains parlent de projets différents sur un horizon temporel relativement important (3-4 ans) : voyages, communions des petits-enfants, croisières, anniversaires. D'autres, plus anxieux, doutent de leur avenir et préfèrent envisager des situations dans un horizon temporel relativement court (quelques mois) : « *difficile de faire des projets : à mon âge, je préfère vivre au jour le jour* ».

Associé à la notion de temporalité, tous les seniors émettent des propositions sur l'avenir en relation avec leur passé. Leur avenir est ainsi appréhendé au regard de leur vie passée et de l'évaluation qu'ils en font. Alors que certains semblent tout à fait satisfaits (« *si je regarde derrière moi, je suis assez content de ma vie, je n'ai pas vraiment de regret* » ; « *je ne regrette pas ce que j'ai fait dans ma vie. Je crois même que je n'y changerais rien* »), d'autres en parlent avec plus d'amertume, laissant entrevoir des regrets (« *ma vie est ce qu'elle est, c'est vrai que parfois je me dis que j'aurais pu faire mieux* » ; « *je regrette de ne pas être allé au bout de certaines choses dans le passé, je me dis que je pourrais peut être le rattraper ?!* »).

Encadré 3.2.3. Les apports de l'étude qualitative relatifs aux déterminants individuels

L'analyse de contenu a permis de mettre en évidence des **variables individuelles** à prendre en compte :

- l'estime de soi
- la situation familiale
- l'anxiété à l'égard de la mort
- l'horizon temporel perçu
- la satisfaction de la vie

6. Les déterminants situationnels

L'étude qualitative exploratoire laisse également entrevoir des déterminants situationnels, c'est-à-dire liés au contexte précis de l'étude. En particulier, deux éléments situationnels ressortent de l'analyse de contenu. **L'humeur** du répondant tout d'abord a été abordé par les répondants eux-mêmes au cours de leurs réponses. Aux questions portant sur la perspective de fin de vie et sur la façon d'appréhender leurs objectifs de vie, certains

précisent au fil de la discussion que cela dépend de leur humeur du moment : « *aujourd'hui, je vous dis ça. Mais il y a des moments où je suis plus contrarié que d'autres* » ; « *lorsque je suis préoccupée par mes enfants, je vois parfois les choses différemment* ». Ainsi, l'humeur semble influencer l'appréhension de la perspective de fin de vie de façon plus ou moins optimiste.

De plus, **l'état de santé** du répondant est un élément qui revient régulièrement au fur et à mesure des entretiens. Nous avons tenu à interroger des individus en bonne santé physique (investis dans des associations sportives). Pour autant, au moment de notre étude, l'état de santé perçu semble avoir plus d'influence que l'état de santé réel des répondants. Ainsi, il ressort de l'analyse de contenu des verbatim tels que : « *en ce moment, je me sens bien, alors ça joue, c'est sur* » ; « *j'ai de la chance, je me sens plutôt en forme, donc j'ai souvent envie de faire plein de choses* » ; « *quand je ne me sens pas très bien, physiquement j'entends, c'est un peu plus difficile d'avoir le moral et d'être positif* ». Ces verbatim illustrent le fait que l'état de santé, tel qu'il est perçu par le répondant, puisse être considéré comme une variable plus ou moins situationnelle, liée à l'interaction de l'individu senior avec son environnement.

Encadré 3.2.4. Les apports de l'étude qualitative relatifs aux déterminants situationnels

L'analyse de contenu a permis de mettre en évidence des variables situationnelles à prendre en compte :

- l'humeur
- l'état de santé perçu

Conclusion de la section 2

La section 2 était dédiée à la présentation des résultats de l'étude qualitative exploratoire. Ainsi, elle a permis à la fois de confirmer des éléments issus de la littérature et de proposer des nouvelles variables pertinentes au regard de l'objet de recherche. Les résultats s'articulent autour de plusieurs thèmes :

- l'attitude globalement positive du senior à l'égard de l'idée de sa propre mort ;
- les mécanismes de défense proximaux, pour lesquels on retrouve majoritairement une intégration de l'idée de fin de vie dans les comportements au quotidien ;
- les mécanismes de défense distaux, avec les besoins sous-jacents à satisfaire ;
- les conséquences sur les comportements jugés prioritaires par l'individu, orientés essentiellement vers la recherche d'émotions positive et de satisfaction ;
- et enfin, les déterminants individuels et situationnels pouvant affecter le rapport individuel à la mort.

Conclusion du chapitre 3

Pour conclure, ce troisième chapitre nous a permis de présenter l'étude exploratoire qualitative mise en oeuvre après la revue de littérature. En particulier, nous avons abordé les différents objectifs préalables à l'étude, la méthodologie utilisée, la cible visée et enfin nous avons présenté les différents résultats obtenus. Ces derniers ne concernent que des individus seniors de 60 à 75 ans, ce qui s'explique par une volonté initiale d'étudier en profondeur cette cible qui n'a presque jamais été appréhendée en rapport avec l'objet de recherche (Maxfield et *alii.*, 2007). Parmi l'ensemble des résultats obtenus, nous pouvons mettre l'accent sur trois d'entre eux qui paraissent essentiels :

- Une dualité dans la façon d'appréhender l'idée de sa propre mort (rejet versus acceptation), avec pourtant une majorité d'individus seniors qui l'appréhendent avec sagesse, sans chercher à s'en distancer à tout prix.
- La mise en évidence de besoins dits existentiels (besoin de contrôle, besoin de sens) et des besoins dits expérientiels (besoin de stimulation émotionnelle positive, besoin de satisfaction de soi, besoin de dépassement de soi) en réponse à des rappels de la perspective de fin de vie et au niveau inconscient.
- La mise en évidence de l'influence de ces rappels sur les comportements, orientés en particulier vers la recherche de satisfaction de soi, de dépassement de soi et l'atteinte d'objectifs désirés.

Ces différents éléments mis en évidence viennent compléter la revue de littérature et contribuent à l'élaboration du cadre conceptuel qui est présenté dans le chapitre suivant.

Chapitre 4. Le modèle conceptuel et ses hypothèses

Section 3. Proposition du modèle conceptuel

Section 4. Les hypothèses de recherche

PREMIERE PARTIE. LES FONDEMENTS THEORIQUES DE LA RECHERCHE

Chapitre 1 - La mort, perceptions et représentations

Section 1. Le concept de mort : l'approche pluridisciplinaire

Section 2. Le rapport individuel à la mort

Chapitre 2 – De la saillance de mortalité comme événement stressant au déploiement de mécanismes de défense

Section 3. Le concept central de saillance de mortalité

Section 4. Le déploiement de stratégies pour faire face

Section 5. L'exploration de nouvelles pistes de recherche



DEUXIEME PARTIE. L'INFLUENCE DE LA SAILLANCE DE MORTALITE SUR LE CADRAGE SITUATIONNEL EN CONSOMMATION: EXPLORATION, MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 3 – L'étude qualitative exploratoire

Section 1. La méthodologie de l'étude qualitative

Section 2. Les résultats de l'étude qualitative

Chapitre 4 – Le modèle conceptuel et ses hypothèses

Section 3. Proposition du modèle conceptuel

Section 4. Les hypothèses de la recherche



TROISIEME PARTIE. L'ETUDE EXPERIMENTALE: METHODOLOGIE, RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 5 – La méthodologie de l'étude expérimentale

Section 1. Présentation et validité du protocole expérimentale

Section 2. L'opérationnalisation, les outils de mesure et la fiabilité des construits mobilisés

Chapitre 6 – Les résultats de l'étude expérimentale et discussion

Section 3. Les résultats de la recherche

Section 4. La mise en perspective des résultats

Introduction du chapitre 4

La revue de littérature présentée (chapitres 1 et 2), ainsi que les résultats de l'étude qualitative exploratoire (chapitre 3) nous ont permis de développer plusieurs éléments de réponse de notre problématique portant sur l'effet de la saillance de mortalité sur les comportements. En particulier, les pistes de recherche liées à l'effet de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel en consommation ont pu être affinées et précisées grâce aux résultats de l'étude exploratoire qualitative. Ces éléments nous permettent alors d'élaborer un modèle conceptuel intégrateur.

L'objectif de ce quatrième chapitre est de présenter notre cadre conceptuel, avec ses hypothèses de recherche. Il s'articule donc autour de deux sections : la **section 3** porte sur la présentation du modèle conceptuel de la recherche, ainsi que les choix opérés relatifs aux variables retenues et la **section 4** s'intéresse plus précisément aux hypothèses de la recherche.

Section 3. Proposition du modèle conceptuel

L'objectif de cette première section du chapitre 4 est de présenter le modèle conceptuel envisagé dans cette recherche. Dans un premier temps, les étapes de construction du modèle sont présentées. Nous verrons ainsi que le modèle conceptuel, tel qu'il est présenté ici, est le résultat des apports complémentaires de la revue de littérature et des résultats de l'étude exploratoire qualitative. Dans un second temps, les définitions de chacun des construits mobilisés sont précisées.

1. Le développement du cadre conceptuel de la recherche

Avant de présenter le cadre conceptuel intégrateur de cette recherche, il nous semble essentiel de rappeler brièvement les éléments retenus de la revue de littérature (chapitres 1 et 2) et de l'étude exploratoire qualitative (chapitre 3) afin de mieux comprendre le raisonnement intellectuel lié au développement du modèle.

1.1. Les apports de la revue de littérature

La revue de littérature présentée dans les chapitres 1 et 2 apporte des éléments intéressants pour la compréhension du phénomène qu'est la mort (chapitre 1) et en particulier, des mécanismes de défense et des processus motivationnels suscités par la situation de saillance de mortalité (chapitre 2).

La revue de littérature sur la mort en tant que phénomène à la fois individuel et social (**chapitre 1**) a permis de faire émerger plusieurs caractéristiques : (1) par son caractère inévitable, naturel et universel, elle donne lieu à de multiples conceptions et représentations qui conditionnent la vie; Ces représentations semblent dépendre de variables individuelles telles que l'âge ou la religiosité par exemple; (2) elle peut être considérée comme un tabou susceptible d'être source de nombreuses craintes (insignifiance, vulnérabilité, insécurité); (3) cette dimension émotionnelle négative donne lieu à des outils, notamment culturels, pour soulager l'anxiété ressentie et continuer à vivre et à tenter de donner du sens à sa vie.

La revue de littérature portant sur la saillance de mortalité et les mécanismes de défense suscités (**chapitre 2**) a permis de la même manière de mettre en évidence des résultats antérieurs intéressants (sections 3 et 4) et de dégager de nouvelles pistes de recherche (section 5). En particulier, au regard des manques existants dans la littérature sur l'effet de la saillance de mortalité, notre choix se porte sur l'existence de motivations intrinsèques, sur une consommation plus spirituelle et moins matérialiste ayant une forte valeur symbolique pour l'individu lui-même et sur l'impact modérateur fondamental de l'âge chronologique sur ces comportements. Enfin, alors que l'état de l'art suggère que la saillance de mortalité suscite de façon situationnelle une priorisation des objectifs de l'individu, nous mobilisons le concept d'autorégulation afin d'envisager le fait que la saillance de mortalité suscite un nécessaire contrôle de soi (Vohs et Baumeister, 2004) via un système motivationnel de fixation des buts dans le cadre d'une meilleure gestion des réponses émotionnelles (Cameron et Leventhal, 2003). Le système motivationnel qui nous intéresse ici est le cadrage situationnel. En particulier, deux voies indépendantes sont envisagées en réponse à une situation de saillance de mortalité : une stratégie d'évitement, à l'image des mécanismes de la TMT orientés vers la réduction d'une anxiété existentielle ressentie ; une stratégie d'approche, axée sur des motivations intrinsèques orientées vers la croissance de soi.

1.2. Les apports de l'étude exploratoire qualitative

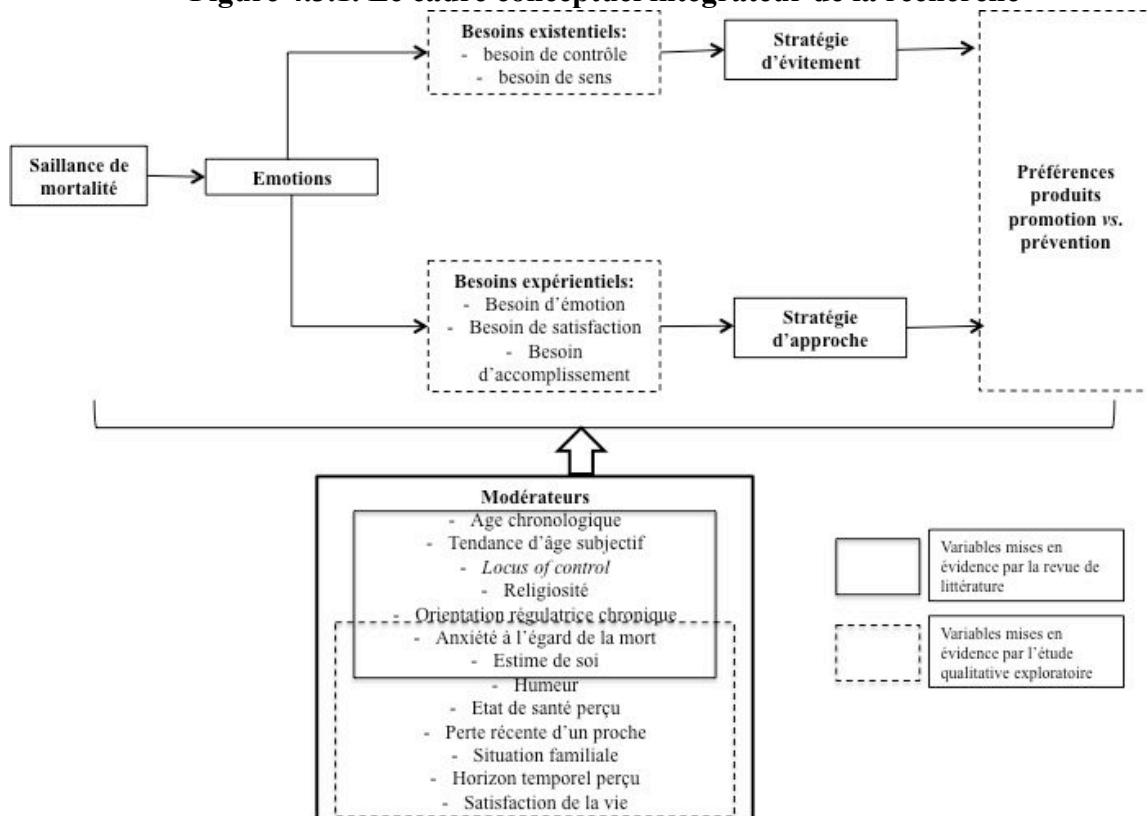
L'étude qualitative exploratoire, menée uniquement parmi des individus seniors âgés de 60 à 75 ans, avait pour but de conforter ou d'infirmer les pistes de recherche envisagées dans la section 5 et d'identifier de nouvelles variables liées à l'effet de la saillance de mortalité sur les comportements de consommation et en particulier sur le cadrage situationnel.

Ainsi, l'analyse de contenu a permis dans un premier temps de confirmer des éléments issus de la littérature, tels que les différentes façons d'appréhender l'idée de sa propre mort, ainsi que les attitudes à l'égard de cette idée (rejet *versus* acceptation) et les émotions négatives suscitées par cette idée. Toutefois, elle a permis de montrer que les émotions négatives semblent moins présentes ou de moindre intensité chez les individus seniors. Dans un second temps, elle a permis également de confirmer l'existence de mécanismes de défense mis en œuvre en réponse

à la saillance de mortalité mais au niveau inconscient : l'évitement d'un affect négatif dans un souci de prévention et l'approche d'états désirés dans un souci de satisfaction et d'accomplissement de soi. Pour autant, l'appréciation de ces deux mécanismes par le chercheur a montré une manifestation plus importante d'une stratégie par rapport à l'autre parmi les individus seniors. En particulier, l'étude qualitative exploratoire a permis de préciser ces mécanismes, en mettant en évidence notamment leur relation potentielle avec le niveau d'émotions négatives ressenties, ainsi qu'un ensemble de motivations sous-jacentes, liées à des besoins à satisfaire : des besoins appelés existentiels (besoin de sens et besoin de contrôle notamment) et des besoins dits expérientiels (besoin d'émotion, besoin de satisfaction de soi et d'accomplissement de soi). Elle nous a enfin permis de préciser les variables liées à la consommation qui apparaissaient comme les plus pertinentes pour notre objet d'étude, ainsi que certaines variables modératrices, telles que l'estime de soi, l'horizon temporel perçu, l'humeur du répondant, la satisfaction de la vie, l'anxiété face à la mort, la situation familiale et l'état de santé perçu.

Finalement, sur la base des apports de la revue de littérature et des résultats de l'étude exploratoire qualitative, nous obtenons le cadre conceptuel intégrateur présenté en figure 4.3.1.

Figure 4.3.1. Le cadre conceptuel intégrateur de la recherche



2. Les choix effectués et le cadre conceptuel à tester

Après avoir présenté le cadre conceptuel intégrateur de cette recherche, nous présentons maintenant les choix effectués pour le modèle final. Ces choix ont été opérés pour deux raisons principales. La première est liée à notre volonté d'alléger le cadre conceptuel initial. La seconde raison est liée à notre volonté de nous concentrer essentiellement sur les mécanismes de défense centraux en réponse à une situation de saillance de mortalité, à savoir les mécanismes de défense distaux. Alors que les mécanismes de défense proximaux sont axés sur l'évitement immédiat, le déni ou le report dans le futur, les mécanismes de défense distaux, mis en œuvre au niveau inconscient, semblent être plus complexes et d'un plus grand intérêt pour la recherche. Cet élément nous paraît d'autant plus essentiel du fait du faible nombre de recherches en sciences de gestion sur la TMT en France.

2.1. La non prise en compte des émotions et l'anxiété à l'égard de la mort considérée comme modérateur

Nous avons fait le choix de ne pas prendre en compte les émotions négatives potentiellement suscitées par la situation de saillance de mortalité. Ce choix s'explique notamment par deux raisons essentielles.

D'une part, les recherches antérieures portant sur la TMT montrent que la saillance de la mortalité n'a d'effet sur les comportements qu'après une distraction, lorsque les pensées liées à la mort sont en dehors de la conscience. Ainsi, si la saillance de mortalité suscite des émotions négatives telles que l'anxiété, l'individu met en place des mécanismes de défense proximale destinés à réduire immédiatement cette anxiété. Celle-ci s'estompe alors après l'élément de distraction. D'autre part, la plupart des recherches antérieures suggèrent que la saillance de mortalité ne suscite pas d'affect négatif, mais plutôt une anxiété dite potentielle (Tritt, Inzlicht et Harmon-Jones, 2012). A travers ce terme d'anxiété potentielle, il faudrait comprendre le fait que l'individu mette en place une activité d'inhibition comportementale en réponse à la saillance de mortalité, qui se traduit par des pensées et des comportements distractifs (comme le suggèrent d'ailleurs l'ensemble des mécanismes de défense proximaux). D'ailleurs les outils mobilisés par les théoriciens de la TMT pour mesurer l'affect (Arndt et *al.*, 2001 ; Greenberg et *al.*, 1995 ;

Pyszczynski et *al.*, 1999) ne semblent pas assez pertinents (voire même peut être pas assez rapides) pour détecter d'éventuels changements affectifs en réponse à une situation de saillance de mortalité.

Sur la base de ces deux éléments, nous avons fait le choix d'introduire la mesure des émotions à travers le concept d'anxiété face à la mort, considérée alors comme une variable modératrice, plutôt que médiatrice. Elle est donc envisagée comme un trait relativement stable selon l'âge chronologique de l'individu (Tomer et Grafton, 1996).

2.2. La non prise en compte des besoins suscités

Nous avons également fait le choix de ne pas inclure dans notre modèle final les besoins suscités par la situation de saillance de mortalité. La raison principale est de vouloir alléger notre modèle et de se concentrer sur les mécanismes de défense qui constituent le cœur de notre recherche, alors qu'il n'existe aucune recherche sur ce sujet à ce jour. Nous souhaitons également insister sur le rôle fondamental des modérateurs, notamment ceux liés à l'âge et à la perception temporelle.

2.3. La prise en compte des variables modératrices en tant que variables de contrôle

Nous avons fait le choix de considérer certaines variables modératrices comme des variables de contrôle. Ce choix s'explique par le fait que ces variables sont susceptibles d'influencer le lien entre la saillance de mortalité et les comportements, mais elles ne semblent pas pour autant être d'un intérêt majeur pour cette recherche. Il s'agit notamment des variables suivantes : l'orientation régulatrice chronique, l'humeur du répondant, l'état de santé perçu, la perte récente d'un proche, la satisfaction de la vie et la religiosité du répondant.

L'orientation régulatrice chronique

L'objectif de cette recherche est d'étudier l'effet potentiel de la situation de saillance de mortalité sur le cadrage situationnel prévention versus promotion. Dans ce cadre, nous adoptons l'approche selon laquelle les éléments de la personnalité interagissent avec la situation pour susciter des comportements spécifiques. L'orientation régulatrice chronique du répondant

(promotion *versus* prévention) est donc à contrôler afin d’appréhender plus spécifiquement l’effet de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel.

L’humeur du répondant

S’agissant d’une expérimentation, la situation de saillance de mortalité est susceptible d’être appréhendée différemment selon l’humeur du répondant. De la même manière, certains répondants de l’étude qualitative exploratoire précisaient leur propos en évoquant leur humeur de façon situationnelle, au moment de la conduite de l’entretien. La nature de l’objet de cette recherche, potentiellement tabou ou inconfortable, renforce la nécessité de considérer cette variable comme variable de contrôle, avant et après exposition à la situation de saillance de mortalité.

L’état de santé perçu

Nous pensons que la façon dont l’individu perçoit son état de santé au moment de l’administration du questionnaire est susceptible d’avoir un impact sur les réponses à la perspective de l’idée de fin de vie, même au niveau inconscient. L’état de santé perçu est d’ailleurs un élément récurrent dans les verbatim des répondants de l’étude exploratoire qualitative.

La perte récente d’un proche durant les 12 derniers mois

Du fait de l’objet de recherche étudié, à savoir l’idée de sa propre mort, les références aux souvenirs relatifs à la perte d’un proche sont nombreuses. Comme nous l’avons vu dans la littérature, l’appréhension de l’idée de sa propre mort passe souvent par celle d’autrui. Nous pensons en ce sens que la perte récente d’un proche est un élément à contrôler qui risque d’influencer les réponses à la situation de saillance de mortalité. En ce sens, une indication temporelle a été précisée au répondant : « *durant les 12 derniers mois* ».

La satisfaction de la vie

Dans le cadre de cette recherche, il nous semble également important de contrôler la façon dont l’individu évalue la qualité globale de sa vie, et ce, à travers le concept de satisfaction de la

vie. Cet élément peut avoir une influence sur la façon dont l'individu appréhende l'idée de sa propre mort.

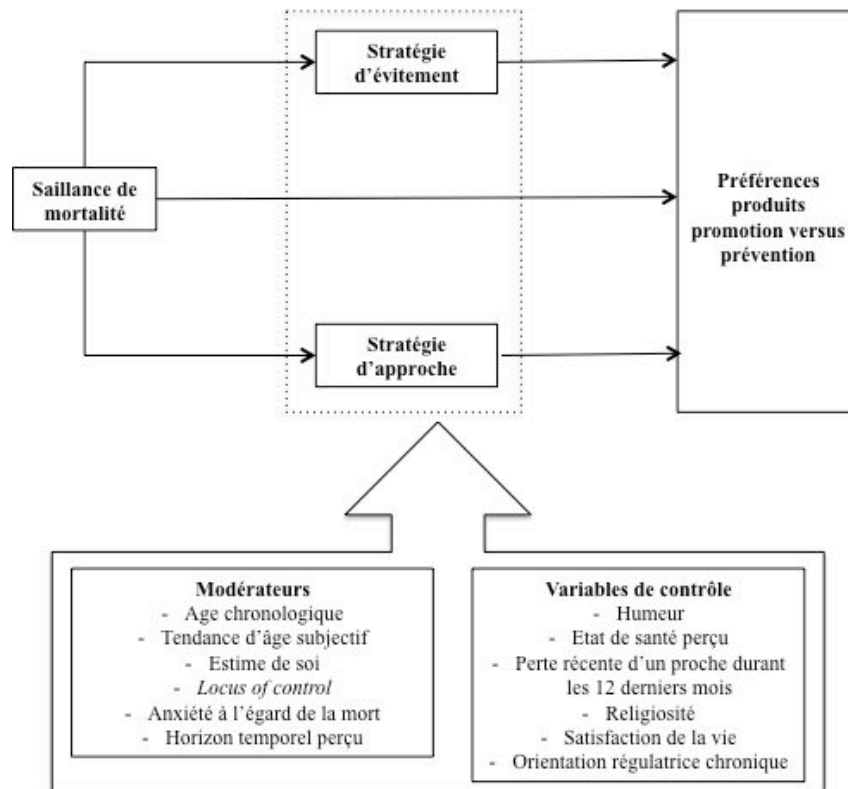
La religiosité

Enfin, la religiosité est une variable essentielle à contrôler du fait de notre objet de recherche. La perspective de fin de vie est en effet indissociable de la croyance en une vie après la mort ou un châtement divin et sera, de ce fait, appréhendée avec plus ou moins d'anxiété. Cet élément risque là encore de venir biaiser les résultats. De plus, la prise en considération de la religiosité nous amènerait à considérer également d'autres variables liées à la culture d'appartenance, ce qui n'est pas notre objectif. Il s'agit donc d'une variable que nous préférons contrôler.

2.4. Le cadre conceptuel à tester

Au regard des apports de la revue de littérature, de ceux de l'étude qualitative exploratoire et des choix effectués, nous en déduisons alors le cadre conceptuel à tester présenté dans la figure 4.3.2.

Figure 4.3.2. Le cadre conceptuel testé dans cette recherche



3. Les construits mobilisés

Sur la base du cadre conceptuel présenté, nous définissons maintenant les différents construits mobilisés, selon leur statut dans le modèle de cette recherche. Nous présentons successivement : la variable indépendante, la variable dépendante, les variables modératrices et les variables de contrôle. Le tableau 4.3.1 présente l'ensemble des variables mobilisées dans cette recherche.

Tableau 4.3.1. Les variables mobilisées dans cette recherche

Variable indépendante	-la saillance de mortalité
Variable dépendante	-les préférences produits promotion versus prévention
Les variables médiatrices	-la stratégie d'approche -la stratégie d'évitement
Les variables modératrices	-l'âge chronologique -la tendance d'âge subjectif -l'estime de soi -le <i>locus of control</i> -l'anxiété face à la mort -l'horizon temporel perçu
Les variables de contrôle	-l'orientation régulatrice chronique -l'humeur pré-exposition -l'état de santé perçu -la perte récente d'un proche durant les 12 derniers mois -la satisfaction de la vie -la religiosité

3.1. La variable indépendante : la situation de saillance de mortalité

La variable indépendante est la variable explicative du modèle. Cette recherche se fonde sur une expérimentation, qui cherche à tester l'influence de la saillance de mortalité sur les comportements. Ainsi, la situation de saillance de mortalité est manipulée dans cette recherche.

Pour rappel, la situation de saillance de mortalité est définie comme une situation de rappels de sa condition d'être mortel, selon deux critères : sa dimension physique et sa dimension cognitive (Landragin, 2004). D'une part, la dimension physique constitue les différentes

composantes de la situation présentée. S'il s'agit d'une situation présentée sous forme d'un visuel, il s'agit donc de ces éléments physiques, tels que la luminosité, les couleurs, la présence de plusieurs objets, la taille, ou encore la structure de la scène représentée. D'autre part, la dimension cognitive est liée à la perception de la scène par l'individu, selon son attention, sa mémoire, ses expériences et ses émotions. Pattabhiraman (1993) parle alors de *vividness* pour désigner la capacité d'un stimulus à évoquer des représentations émotives.

Comme la dimension cognitive est propre à chaque individu, nous manipulons ici essentiellement la dimension physique de la situation de saillance de mortalité. Nous créons ainsi trois conditions expérimentales : une situation de saillance de mortalité forte, une situation de saillance de mortalité faible et un groupe de contrôle avec absence de saillance de mortalité. Les détails liés à la création des différentes conditions expérimentales sont précisés dans le chapitre 5.

3.2. La variable dépendante : les préférences produits promotion versus prévention

La variable indépendante correspond à la variable à expliquer, à savoir ici les réponses aux manipulations de la situation de saillance de mortalité. Cette recherche vise à étudier l'effet de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel en consommation parmi des individus d'âge distinct. En ce sens, nous nous concentrons ici sur les préférences produits axés promotion *versus* prévention. Il s'agit de l'attirance que l'individu éprouve à l'égard de produits, présentés sur la base de leurs principaux attributs orientés promotion ou prévention.

3.3. Les variables médiatrices : les stratégies d'approche et d'évitement

Le cadre conceptuel présenté suggère l'existence de deux variables médiatrices, à savoir les stratégies d'approche et d'évitement. Il est à noter qu'elles sont envisagées comme des médiateurs partiels de la relation entre la saillance de mortalité et les préférences produits. Cette distinction, approche versus évitement, apparaît comme un moyen d'intégrer différents types et niveaux d'analyse pour étudier de façon précise la motivation (Cacioppo et Bernston, 1994 ; Carver et Scheier, 1998 ; Elliot et Church, 1997 ; Higgins, 1997). Précisons que les deux stratégies sont supposées agir de façon indépendante, tout en pouvant coexister chez un individu

dans une situation donnée. En effet, les recherches montrent que ces deux motivations reposent sur des structures neuronales basiques et distinctes (Gray, 1990). Nous pensons alors que dans un contexte situationnel, tel que la situation de saillance de mortalité, l'une des deux stratégies est susceptible de devenir prioritaire. L'interaction de l'individu avec la situation de saillance de mortalité génère une évaluation de la situation, qui elle-même induit une adaptation à la situation donnée (Berntson et Cacioppo, 2008 ; Derryberry et Reed, 2008 ; Ferguson et Bargh, 2008) via la mobilisation prioritaire de l'une des deux stratégies.

Ainsi, la perception d'un environnement engendre des réactions d'attraction ou de rejet de ce dernier (Russell et Mehrabian, 1976). Sur la base des travaux liés à la théorie de l'orientation régulatrice de Higgins (1997), Elliot (2008) définit la motivation d'approche comme *« l'activation de comportements par, ou l'orientation de comportements vers, des stimuli positifs; tandis que la motivation d'évitement se définit comme l'activation de comportements par, ou l'orientation de comportements à l'écart de stimuli négatifs »*. Ces définitions soulignent bien un élément essentiel de cette recherche : la motivation est directement liée aux interactions que l'individu entretient avec des éléments de son environnement. Ces interactions font naître une énergie à l'action (Elliot et Church, 1997) et une orientation dans une direction spécifique (Elliot et Thrash, 2001).

Sur la base de ces différents éléments, nous définissons ici la stratégie **d'approche** comme l'ensemble des efforts cognitifs pour activer ou orienter des comportements vers l'atteinte de buts désirés dans une situation donnée (Higgins, 1997 ; Elliot, 2008). Elle révèle la sensibilité au soi idéal et à la présence ou l'absence de résultats positifs. Par ailleurs, la stratégie **d'évitement** est définie comme l'ensemble des efforts cognitifs pour activer ou orienter des comportements qui s'écartent de buts indésirables dans une situation donnée (Higgins, 1997 ; Elliot, 2008). Elle révèle la sensibilité au soi dû et à la présence ou l'absence de résultats et d'affects négatifs.

3.4. Les variables modératrices

3.4.1. L'âge chronologique

L'âge chronologique est la variable modératrice principale de notre modèle. Il s'agit d'une variable démographique qui désigne l'âge réel du répondant, à savoir le nombre d'années

écoulées depuis sa naissance. Nous avons donc fait le choix de n'étudier que deux tranches d'âge : les 40-59 ans et les 60-79 ans.

3.4.2. La tendance d'âge subjectif

L'âge subjectif est un concept qui a été étudié dans de nombreuses recherches en marketing et en communication, suggérant qu'il permet de mieux comprendre les comportements des individus seniors (Blau, 1956 ; Moschis, 1994, 1996 ; Guiot, 1999, 2001, 2006 ; Guiot et *al.*, 2006 ; Darpy et Volle, 2003). Il a été introduit par Barak et Schiffman (1981) à partir des postulats de la théorie cognitive du vieillissement. Il est parfois considéré comme un meilleur prédicteur que l'âge chronologique (Guiot, 2001), car il s'agit d'une manifestation d'un processus de défense de l'image de soi.

La tendance d'âge subjectif se définit comme « *la tendance à se percevoir plus jeune ou plus âgé que la réalité* » (Wilkes, 1992 ; Guiot, 1999, 2001). Elle est considérée comme étant un construit à deux dimensions : l'âge idéal et l'âge cognitif (Guiot et *al.*, 2006). Guiot (1996) définit l'âge cognitif comme « *le degré d'acceptation ou de reniement de l'âge réel, en tant qu'élément d'identification à un âge ou à une tranche d'âge de référence, défini en termes de sentiments, d'apparence physique, de centres d'intérêt et de réactions* ». Il s'agit donc d'un sentiment plutôt que d'un état physique (Schiffman et Sherman, 1991).

Alors que cette variable peut être utilisée soit comme une variable modératrice soit comme une variable médiatrice (Chevalier, 2000 ; Eastman et Iyer, 2005), nous la mobilisons dans cette recherche en tant que variable modératrice du lien entre la situation de saillance de mortalité et les préférences en consommation.

3.4.3. L'estime de soi

L'estime de soi est une variable essentielle de la compréhension des comportements liés à la saillance de mortalité. Il s'agit d'ailleurs de l'un des deux mécanismes de défense distale principaux suggérés par la TMT. Elle est définie par Rosenberg (1965) comme « *un objet de reconnaissance et d'évaluation de nous-mêmes et comme une structure exécutive à l'origine de nos actes et de nos pensées* ». Il s'agit d'un trait individuel stable et durable, lié aux

caractéristiques personnelles de l'individu (Demo, 1985 ; Heartherton et Polivy, 1991). Owens (1993) suggère que l'individu évalue son propre comportement par rapport à un idéal de soi : plus la distance qui sépare cet idéal de la perception de soi est grande, plus l'estime que l'individu a de lui-même est faible. L'estime de soi engendre et détermine certaines formes de comportements et de réactions psychologiques notamment dans le rapport qu'entretient l'individu avec lui-même. Cet aspect est fondamental dans l'appréhension du rapport à la mort des individus.

3.4.4. Le locus of control

La notion de contrôle est indispensable au regard de l'objet de recherche étudié ici, ainsi que de la cible étudiée. L'étude qualitative exploratoire appréhende d'ailleurs cette notion, montrant que la perte de contrôle sur sa vie (liée aux pertes physiques et/ou aux pertes des rôles sociaux notamment) est fortement redoutée à un âge avancé. La variable relative au contrôle a connu un succès indiscutable et est l'une des variables les plus étudiées (Rotter, 1990). Elle a notamment été largement utilisée dans les domaines de la psychologie environnementale et sociale (Skinner, 1996). Cependant, l'intérêt pour ce construit rend compte d'un manque de clarté quant aux différentes terminologies utilisées pour désigner le concept de contrôle.

Dans cette recherche, nous mobilisons la notion de « *locus of control* » ou lieu de contrôle, qui désigne la croyance selon laquelle les événements dépendent de soi (lieu de contrôle interne) ou d'éléments extérieures, indépendants du sujet, tels que le hasard ou la fatalité (lieu de contrôle externe) (Rotter, 1966).

3.4.5. L'anxiété face à la mort

L'appréhension de la situation de saillance de mortalité rend incontournable la prise en compte de l'anxiété face à la mort. Nous retenons dans cette recherche la définition de Urien (2003) pour qui l'anxiété à l'égard de la mort désigne « *l'ensemble des réactions affectives négatives d'intensité variable, provoqué par des idées conscientes et non conscientes, relatives à l'idée de disparition de soi* ».

3.4.6. L'horizon temporel perçu

L'horizon temporel perçu a notamment été étudié par Nuttin (1980) et se définit comme la distance à laquelle un individu est capable de se fixer un but pour se donner ensuite les moyens de l'atteindre. Bergadaà et Urien (2008) soulignent que l'horizon temporel sur lequel l'individu place les buts va déterminer son attitude à l'égard de l'action.

3.5. Les variables de contrôle

3.5.1. L'orientation régulatrice chronique

Afin de comprendre ce qui pousse les individus à l'action, il est nécessaire de comprendre quels sont leurs buts et comment ceux-ci s'inscrivent dans leur système d'interprétation (D'Andrade, 1992). La théorie de l'orientation régulatrice (Higgins, 1998) distingue deux grandes orientations régulatrices motivationnelles chroniques: l'une promotion qui concerne les individus motivés par la recherche d'états désirés; l'autre prévention qui concerne les individus motivés par l'absence de douleur et l'évitement d'états indésirables. Ces orientations régulatrices chroniques sont façonnées notamment par l'éducation et/ou l'apprentissage et les expériences tout au long de la vie (Higgins et *al.*, 2001).

3.5.2. L'humeur pré-exposition

L'humeur du répondant correspond aux affects positifs et négatifs ressentis au moment de l'étude. Il s'agira essentiellement de mesurer l'humeur du répondant avant exposition à la situation de saillance de mortalité.

3.5.3. L'état de santé perçu

Il s'agit ici d'évaluer la façon dont l'individu perçoit son état de santé actuel, au moment de l'étude. Cet élément nous paraissait essentiel à contrôler. En effet, alors que la TMT suggère qu'il existerait un besoin fondamental de préservation de soi à l'origine des comportements,

Snyder (1994) précise que cet élément semble problématique pour des individus pour lesquels l'état de santé perçu ou réel est faible et qui perçoivent alors la mort comme un soulagement. Dans ce cas, le besoin de préservation de soi laisse place au besoin de contrôle de la souffrance ou de la douleur.

3.5.4. Perte récente ou non d'un proche

Cette variable s'intéresse au fait que le répondant ait ou non perdu un proche durant les douze derniers mois qui précèdent l'étude. Cet élément est à contrôler car il peut venir biaiser la façon dont l'individu appréhende le rappel de la perspective de fin de vie ainsi que ses effets sur les comportements.

3.5.5. La satisfaction de la vie

Le concept de satisfaction de la vie fait référence au bien-être subjectif de l'individu. Ce dernier se caractériserait par trois composantes : les émotions positives, les émotions négatives et la composante « cognitive-évaluative » (Andrews et Withey, 1976 ; Diener, Emmons, Larsen et Griffin, 1985). Selon Diener et *al.* (1985), le concept de satisfaction de la vie correspond à cette dernière dimension. La satisfaction de la vie peut ainsi être définie comme « *une évaluation globale de la qualité de vie d'une personne selon ses propres critères* » (Shin et Johnson, 1978). Cette définition rend compte de l'importance de l'évaluation subjective fondée sur des standards personnels propres au répondant, plutôt que sur des standards externes imposés par le chercheur (Diener, 1984).

3.5.6. Religiosité

Selon Johnson et *alii.* (2001), la religiosité se définit comme le degré auquel un individu s'engage dans une religion et ses préceptes, tel que ses attitudes et ses comportements reflètent cet engagement.

Le tableau 4.3.2 propose une synthèse des concepts mobilisés dans cette recherche.

Tableau 4.3.2. Synthèse des concepts mobilisés dans cette recherche

Variable	Définition	Statut
Manipulation de la saillance de mortalité	Situation de rappel de la condition d'être mortel selon ses dimensions physique et cognitive (Landragin, 2004).	Variable indépendante
Préférences produits	Attirance éprouvée par un individu pour des produits axés promotion versus prévention.	Variable dépendante
Stratégie d'approche	Ensemble des efforts cognitifs pour activer ou orienter des comportements vers l'atteinte de buts désirés (Higgins, 1997 ; Elliot, 2008).	Variables médiatrices
Stratégie d'évitement	Ensemble des efforts cognitifs pour activer ou orienter des comportements qui s'écartent de buts indésirables (Higgins, 1997 ; Elliot, 2008).	
Age chronologique	Age réel du répondant, nombre d'années écoulées depuis sa naissance.	Variables modératrices
Tendance d'âge subjectif	Tendance à se percevoir plus jeune ou plus âgé que la réalité (Wilkes, 1992 ; Guiot, 1999, 2001).	
Estime de soi	Objet de reconnaissance et d'évaluation de soi, à l'origine des actes et des pensées (Rosenberg, 1965).	
Locus of control	Croyance selon laquelle les événements dépendent de soi (lieu de contrôle interne) ou d'éléments extérieures, indépendants du sujet (lieu de contrôle externe) (Rotter, 1966).	
Anxiété à l'égard de la mort	Ensemble des réactions affectives négatives, d'intensité variable, provoqué par des idées conscientes et non conscientes relatives à la disparition de soi (Urien, 2003).	
Horizon temporel perçu	Distance à laquelle un individu est capable de se fixer un but pour se donner ensuite les moyens de l'atteindre (Nuttin, 1980).	
Orientation régulatrice chronique	Façon dont les individus perçoivent et définissent leurs objectifs à atteindre : focus prévention (éviter des états indésirables) versus focus promotion (atteindre des états désirés) (Higgins, 1997).	Co-variables
Humeur	Mesure des états affectifs et négatifs ressentis au moment de l'administration (Thompson, 2007)	
Etat de santé perçu	L'évaluation faite par un individu de son état de santé.	
Perte récente d'un proche	Perte d'un proche durant les 12 derniers mois.	
Satisfaction de la vie	Evaluation globale de la qualité de vie d'une personne selon ses propres critères (Shin et Johnson, 1978).	
Religiosité	Degré auquel un individu s'engage dans une religion et ses préceptes (Johnson et <i>alii.</i> , 2001).	

Conclusion de la section 3

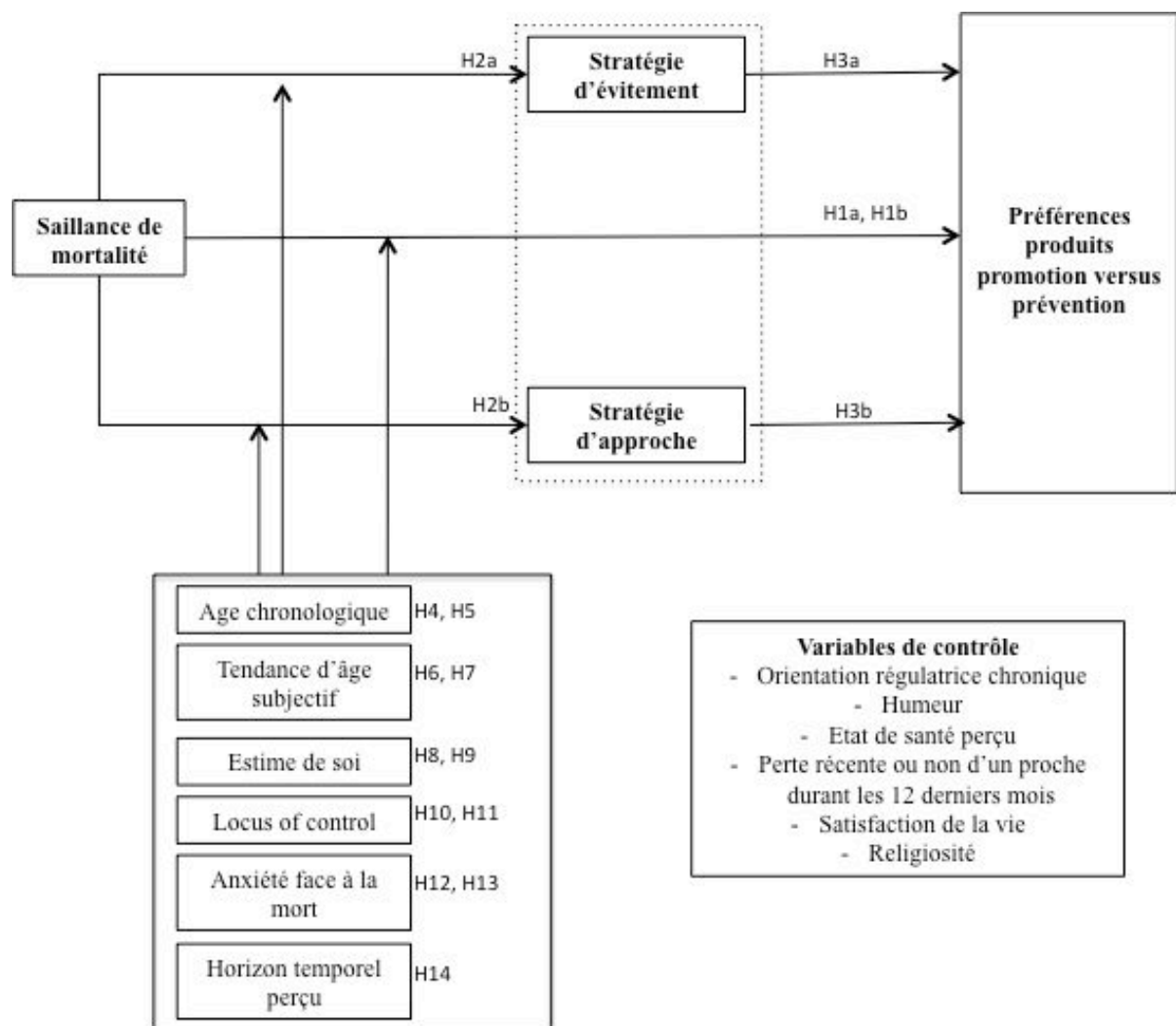
Cette première section du chapitre 4 nous a permis de proposer un modèle conceptuel intégrateur relatif à l'effet de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel en consommation, à savoir les préférences pour des produits axés promotion *versus* prévention. Il est le résultat des apports de la revue de littérature, ainsi que des résultats de l'étude qualitative exploratoire. Sur la base de ce modèle, des choix relatifs aux variables étudiées ainsi qu'à leur statut au sein du modèle ont été opérés, afin d'en déduire le modèle conceptuel à tester dans cette recherche. Enfin, une définition de chacun des construits mobilisés a été précisée. La section suivante est maintenant destinée à la présentation des hypothèses de la recherche.

Section 4. Les hypothèses de la recherche

Après avoir présenté notre cadre conceptuel ainsi que les différents construits mobilisés, nous allons maintenant présenter les hypothèses de cette recherche. Chaque hypothèse est justifiée au regard des apports de la revue de littérature et / ou des résultats de l'étude qualitative exploratoire. Nous allons présenter dans un premier temps les hypothèses relatives aux variables principales du modèle, c'est-à-dire celles relatives aux liens directs et indirects entre la saillance de mortalité et les préférences produits. Nous présentons ensuite les hypothèses portant sur les variables modératrices.

La figure 4.4.1 présente le cadre conceptuel testé en spécifiant les hypothèses pour chaque lien envisagé.

Figure 4.4.1. Le cadre conceptuel et ses hypothèses



1. Les hypothèses relatives aux liens directs entre la saillance de mortalité et les préférences produits

Dans le cadre de cette recherche doctorale, l'expérimentation se fonde sur la manipulation de la situation de saillance de mortalité, selon trois conditions expérimentales : saillance de mortalité forte, saillance de mortalité faible et groupe de contrôle (absence de situation liée à la mort). La première série d'hypothèses porte sur le lien direct envisagé entre la saillance de mortalité et les préférences produits axés promotion versus prévention.

D'après les éléments théoriques mis en évidence dans la première partie, la TMT se fonde sur l'idée selon laquelle l'espèce humaine aurait une conscience de l'inévitabilité de la mort. La confrontation de cette conscience et de l'instinct humain fondamental de préservation de soi pousse les individus à adopter des mécanismes de défense en réponse à une anxiété existentielle oppressante (Greenberg, Pyszczynski et Solomon, 1986 ; Becker, 1973 ; Arndt et Solomon, 2003). En ce sens, et selon cette logique de préservation de soi, ils seraient plus susceptibles de préférer des produits qui leur permettent d'éviter de potentiels affects négatifs en réponse à la saillance de mortalité forte. Par définition et de par ses composantes, la situation de saillance de mortalité forte est susceptible de provoquer des rappels de la mortalité plus forts que la saillance de mortalité faible: ces pensées liées à la mort sont susceptibles de susciter des actions nécessaires à la survie (Fredrickson, 2001), et donc axées prévention, selon un modèle de défense de soi.

En revanche, en situation de saillance de mortalité faible, il est rappelé aux individus leur condition d'être mortel d'une manière plus subtile. Cette condition réactive donc la conscience de sa propre mort mais est susceptible de susciter des rappels moins forts qu'en condition forte. Dans la perspective d'une voie complémentaire à celle de la TMT, selon le modèle de la SDT, nous pensons que la saillance de mortalité peut également susciter des mécanismes, non pas orientés vers la défense et la préservation de soi, mais plutôt vers un processus intrinsèque de croissance de soi. Cependant, nous pensons que cela est particulièrement le cas lorsque les rappels liés à la mort sont plus faibles et donc moins agressifs. Ils ne sont là que pour rappeler subtilement une échéance inévitable qui pré-existe dans les pensées des individus. Cette condition est susceptible de réactiver la recherche de satisfaction des besoins fondamentaux de l'individu au sens de la SDT (Deci et Ryan, 1980) et en ce sens, de motiver l'individu à l'action. La question que nous nous sommes posés était donc de comprendre quelles pouvaient être ces actions.

L'étude qualitative exploratoire, bien que menée sur un échantillon limité en termes d'âge (60-75 ans), suggère qu'il existe des mécanismes de réponse à la saillance de mortalité, autres que la simple préservation et la prudence dans les comportements. Au contraire, les individus interrogés mettent l'accent sur une recherche permanente de plaisir et de satisfaction de soi, mettant ainsi en évidence des processus axés sur la croissance de soi, plutôt que la défense. Nous suggérons ici que cela est particulièrement le cas lorsque la saillance de mortalité est faible, dans le sens où cette dernière suscite un *intérêt* (au sens de Fredrickson), plutôt que des émotions négatives. Fredrickson (2001) définit l'intérêt comme une émotion positive qui caractérise la motivation intrinsèque et qui est associée à la curiosité, à l'excitation et à l'émerveillement. L'intérêt suscité est ainsi susceptible d'influencer les comportements dans le sens d'une croissance de soi.

En ce sens, ces éléments cités nous permettent d'envisager deux processus indépendants face à la situation de saillance de mortalité, selon son intensité : une saillance forte peut susciter des préférences pour des produits axés prévention, alors qu'une situation faible peut susciter des préférences pour des produits axés promotion. D'où les hypothèses H1a et H1b.

H1a. En situation de saillance de mortalité **forte**, et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés **prévention** sont plus fortes que les préférences pour les produits axés promotion.

H1b. En situation de saillance de mortalité **faible**, et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés **promotion** sont plus fortes que les préférences pour les produits axés prévention.

2. Les hypothèses relatives aux liens indirects entre la saillance de mortalité et les préférences produits

Les hypothèses présentées ici portent sur les liens indirects envisagés entre la saillance de mortalité et les préférences produits via les stratégies d'approche *versus* d'évitement mobilisées en réponse à une situation de saillance de mortalité.

2.1. L'effet de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel (H2)

Nous supposons dans un premier temps que l'intensité de la situation de saillance de mortalité est susceptible d'influencer le cadrage situationnel, et en ce sens, l'orientation du processus motivationnel de l'individu. Plusieurs éléments théoriques viennent soutenir cette hypothèse.

Tout d'abord, il est essentiel d'insister sur le fait que la distinction entre l'approche et l'évitement aurait un rôle fondamental sur le fonctionnement humain, notamment dans l'adaptation pour la survie (Payen, 2011). Ceci semble d'autant plus vrai dès lors qu'il s'agit d'étudier les processus motivationnels induits par les rappels de la mortalité, tout individu étant de façon universelle guidé par un besoin inné de préservation de soi. L'interaction de l'individu avec son environnement (en l'occurrence, la situation de saillance de mortalité) fait naître une énergie (Elliot et Church, 1997), mobilisée dans des comportements dirigés (Elliot et Thrash, 2001). Les stratégies envisagées ici sont celles adoptées après distraction, lorsque les pensées liées à la mort sont en dehors de la conscience. Ainsi, les recherches antérieures montrent que les processus motivationnels d'approche et d'évitement peuvent être implicitement activés lors d'une rencontre avec un objet ou une possibilité négative/positive (Bargh et Chartrand, 1999 ; Cacioppo, Gardner et Bernston, 1997). Reste donc à comprendre sous quelles conditions l'individu sera susceptible d'adopter des réponses d'approche ou d'évitement en réponse à une situation de saillance de mortalité.

Zajonc (1998) suggère que tout individu est « pré-équipé » pour réaliser des réponses d'approche ou d'évitement immédiates à des stimuli particuliers. Ces réponses seraient la conséquence d'une évaluation rapide et non intentionnelle (Chen et Bargh, 1999) de la dimension positive ou négative des stimuli rencontrés (Osgood, Suci et Tannenbaum, 1957). Cela suggère également que les émotions, positives ou négatives, d'intensité plus ou moins fortes, seraient liées aux motivations d'approche et d'évitement (Elliot et Thrash, 2002). Ces auteurs ont d'ailleurs démontré que les buts motivationnels d'approche, les émotions positives et les comportements d'approche convergeaient sur un seul facteur latent, tout comme les buts motivationnels d'évitement, les émotions négatives et les comportements d'évitement.

La saillance de mortalité, comme précisé dans la section 3 du chapitre 2, se définit comme une situation de rappel de la perspective de fin de vie ayant deux composantes : une dimension physique, constituée des différentes composantes de la situation donnée ; une

dimension cognitive, liée à la façon dont la situation est perçue par l'individu. Ainsi, ces deux dimensions diffèrent selon l'intensité de la saillance de mortalité. La saillance de mortalité forte est une situation qui rappelle explicitement l'idée de fin de vie, via les deux dimensions citées précédemment: (1) elle se compose de multiples éléments physiques directement liés à l'objet qu'est la mort (plus nombreux qu'en situation de saillance de mortalité faible, et totalement absents en groupe de contrôle) ; (2) elle est perçue par l'individu comme étant fortement évocatrice de l'idée de fin de vie, par les émotions, les expériences et les représentations individuelles qu'elle suscite. En particulier, la mort étant très souvent redoutée, la saillance de mortalité forte est susceptible de susciter plus d'émotions négatives (telles que la peur ou l'anxiété) que la saillance de mortalité faible. Cependant, un élément reste commun aux deux situations (faible ou forte) : la mort est un phénomène universel, naturel et inéluctable. De ce fait, nous supposons ici que la situation de saillance de mortalité faible est susceptible de susciter un investissement et une énergie dans les processus motivationnels, tout autant que la situation forte.

Ainsi, par définition, la saillance de mortalité forte est susceptible de susciter plus d'émotions négatives que la saillance de mortalité faible. De plus, les sentiments négatifs ont très souvent été associés à la motivation d'évitement (Watson et Tellegen, 1985 ; Elliot et Thrash, 2002). De même, l'approche pluridisciplinaire nous a permis d'identifier des comportements axés sur la distanciation et l'évitement du négatif. L'approche anthropologique présentée montre que la mort est souvent rejetée et mise à distance via un processus de refoulement, à la fois psychologique et social. La mort est alors cachée, éloignée, occultée, comme si l'individu pouvait presque lui échapper (Thomas, 1975). Florea et Rabatel (2011) suggèrent également une représentation « déréalisante » de la mort. L'idée de la perspective de la fin de vie semble alors susciter des efforts pour tenter de la mettre à distance et d'éviter des résultats indésirables. Barone et Gajewska (2006) parlent de distanciation pour évoquer les mécanismes de défense destinés à minimiser la peur ressentie face à la mort : « *nous essayons d'oublier, nous nous éloignons de la mort et nous luttons contre elle recourant à des langages et des gestes* ». De plus, l'approche psychanalytique, telle que présentée par Freud, suggère que l'individu refuse la réalité de la vie, ne croit pas à la réalité de sa propre mort et préfère éviter le sujet en se lançant dans des préoccupations personnelles et sociales. De même, selon Maslow (1962), l'homme se protège via le refoulement ou d'autres techniques similaires qui lui permettent d'éviter d'être conscient de vérités déplaisantes.

Enfin, l'approche philosophique rend bien compte du fait que la mort conditionne la vie, selon deux alternatives possibles : soit sur le mode de la fuite et de l'évitement (en jouant par exemple sur le divertissement), soit sur le mode du courage (en essayant de mieux comprendre la vie, de lui attribuer un sens et d'atteindre un sentiment d'accomplissement de soi). Nous pensons ici que cette dernière appréhension de la vie n'est possible que dans le cas d'une situation de saillance de mortalité faible, c'est-à-dire moins agressive, plus implicite, à valence moins négative.

De cette réflexion, nous en déduisons les hypothèses H2a et H2b.

H2a. En situation de saillance de mortalité **forte**, et relativement au groupe de contrôle, l'individu adopte davantage une stratégie **d'évitement**.

H2b. En situation de saillance de mortalité **faible**, et relativement au groupe de contrôle, l'individu adopte davantage une stratégie **d'approche**.

2.2. L'effet du cadrage situationnel sur les préférences produits promotion *versus* prévention (H3)

Selon Elliott (2008), les processus motivationnels d'approche et d'évitement guident les comportements observables des individus. Ainsi, les fonctions d'approche et d'évitement seraient intégrées dans le fonctionnement humain (Zuckerman, 2005), en étant à l'origine de nombreux et divers comportements (Carver, Avivi et Laurenceau, 2008). L'utilisation d'une stratégie d'évitement liée à la confrontation à un événement non désiré, voir redouté, est susceptible de susciter des comportements axés sur l'évitement d'éléments négatifs, tels que la prévention (Higgins, 1997). L'objectif peut être une volonté de réduire le sentiment de vulnérabilité lié à la conscience de la fin de vie ou alors un objectif de sécurité et de protection de soi. A l'inverse, une stratégie d'approche guide des comportements orientés vers la recherche de l'idéal, d'états désirés, de gains et d'éléments positifs (Higgins, 1997). Ainsi, la stratégie utilisée est susceptible d'influencer de façon situationnelle les préférences en consommation pour des produits orientés prévention versus promotion. Nous en déduisons alors les hypothèses H3a et H3b.

H3a. En situation de saillance de mortalité, plus l'individu adopte une stratégie **d'évitement**, plus ses préférences pour des produits axés **prévention** (vs. promotion) sont fortes.

H3b. En situation de saillance de mortalité, plus l'individu adopte une stratégie **d'approche**, plus ses préférences pour des produits axés **promotion** (vs. prévention) sont fortes.

3. Les hypothèses relatives aux variables modératrices

3.1. L'effet modérateur de l'âge chronologique (H4, H5)

3.1.1. Sur le lien entre la saillance de mortalité et le cadrage situationnel (H4)

L'âge chronologique est considéré dans cette recherche comme une variable modératrice centrale du lien entre la saillance de mortalité et les préférences produits promotion versus prévention. Plusieurs éléments théoriques, ainsi que des résultats de l'étude qualitative exploratoire nous permettent de formuler les hypothèses relatives à ce lien.

La revue de littérature nous a permis d'explorer plusieurs théories liées à la motivation qui viennent compléter la théorie de la TMT. Ainsi, alors que la TMT s'appuie sur des mécanismes de préservation et de défense de soi, des théories liées à la motivation suggèrent qu'il existerait d'autres voies par lesquelles un individu est capable de satisfaire ses besoins fondamentaux. Alors que la TMT considère les individus comme étant moins instrumentaux dans leur existence et leur combat contre la mort, la SDT attribue un rôle important aux capacités des individus à régenter le cours de leur existence. Elle met ainsi en évidence un processus de croissance de soi via la recherche de satisfaction de ses besoins fondamentaux sur la base de motivations intrinsèques. Les théories suggèrent donc dans un premier temps l'existence de deux voies distinctes en réponse à la situation de saillance de mortalité.

Dans la lignée des travaux liés à la théorie socio-émotionnelle et du modèle SOC, nous pensons que face à une situation de saillance de mortalité, il est possible d'envisager que des individus de deux tranches d'âge différentes utiliseraient des stratégies distinctes. L'utilisation différenciée de ces stratégies de défense se fait sur la base de motivations différentes selon les individus. La question est donc de comprendre lesquelles. Nous avons

fait le choix de nous référer à un critère qui permet de distinguer les motivations, selon la théorie de Higgins (1997) : celui de savoir si l'individu est motivé à atteindre un but désiré (stratégie d'approche) ou à éviter un résultat indésirable (stratégie d'évitement).

Sur la base de ce critère, et si l'on reprend les résultats des études antérieures relatives à la TMT, la situation de saillance de mortalité forte est susceptible de susciter l'utilisation de stratégies liées à la défense de soi et donc d'évitement de ce qui peut nuire au soi. Les mécanismes de valorisation d'estime de soi et du modèle culturel consistent en effet à éviter des résultats négatifs tels que la solitude, la perte de contrôle et d'un rôle social ou encore la perte d'un sens de soi. La TMT suggère ainsi des mécanismes qui consistent à se distancer de potentiels états négatifs.

Sur le modèle de la théorie du focus régulateur, nous envisageons un second mécanisme, axé plutôt sur la sensibilité et l'atteinte de résultats positifs. Nous avons vu d'une part que les seniors sont susceptibles d'être plus sensibles à une saillance de mortalité faible qu'à une saillance forte. D'autre part, la recherche issue de plusieurs perspectives théoriques suggère que les individus seniors s'efforcent à atteindre un équilibre affectif dans une orientation positive, étant ainsi plus réceptifs aux affects positifs (Carstensen, 1992, 1995 ; Labouvie-Vief, 2003 ; Labouvie-Vief, Hakim-Larson, DeVoe et Schoeberlein, 1989 ; Lawton et *al.*, 1993). Ainsi, Mroczek et Kolarz (1998) ont montré que les individus seniors présentent des niveaux plus élevés d'affect positif et des niveaux plus faibles d'affect négatif en comparaison aux individus plus jeunes. Cela rejoint également les résultats selon lesquels les individus seniors affichent une plus grande satisfaction et un contentement plus élevé et moins d'anxiété (Lawton et *al.*, 1993). Maxfield et *al.* (2010) ont également montré des niveaux d'affect positif plus élevés parmi les seniors que les adultes d'âge moyen. Charles et Carstensen (2004) ont confirmé cette sensibilité envers des états positifs, démontrant que les seniors sont plus susceptibles de se souvenir de stimuli positifs que d'images négatives.

De la même manière, l'étude exploratoire qualitative a permis de mettre en évidence des réactions privilégiées en réponse à la saillance de mortalité parmi les individus seniors. Nous avons constaté que les réponses données par les répondants étaient principalement orientées vers la maximisation de potentiels gains dans le temps restant à vivre. Cela passe par exemple par le fait de vouloir recréer des contacts sociaux, d'enrichir ses connaissances, de maximiser le plaisir ou d'atteindre un niveau de contentement et de satisfaction de soi dans sa vie. Notons cependant que les résultats de cette étude préliminaire ne montrent pas que la stratégie d'évitement liée à la prudence est inexistante parmi les individus seniors :

elle montre plutôt qu'elle est secondaire comparativement à la stratégie d'approche qu'ils sont susceptibles de mobiliser.

Du fait de l'ensemble de ces éléments, nous pensons que les individus seniors sont plus susceptibles d'utiliser des stratégies d'approche en réponse à une saillance de mortalité faible, alors que les individus d'âge moyen seraient plus susceptibles d'utiliser des stratégies d'évitement en réponse à une saillance de mortalité forte. D'où les hypothèses H4a et H4b.

H4a. En situation de saillance de mortalité **forte**, et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de **40 à 59 ans** adoptent davantage une stratégie **d'évitement** que les individus âgés de 60 à 79 ans.

H4b. En situation de saillance de mortalité **faible**, et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de **60 à 79 ans** adoptent davantage une stratégie **d'approche** que les individus âgés de 40 à 59 ans.

3.1.2. Sur le lien entre la saillance de mortalité et les préférences produits (H5)

Nous envisageons ici un lien entre la situation de saillance de mortalité sur les préférences produits avec interaction centrale de l'âge chronologique. Là encore, plusieurs éléments théoriques nous permettent de justifier ces liens. En particulier, ils nous permettent de suggérer le fait que de nombreux individus seniors modifient leurs stratégies pour faire face à la perspective de la mort à un âge avancé et ce, en réponse à une multitude de facteurs qui rendent ce changement adaptatif, c'est-à-dire efficace (McCoy et *al.*, 2000).

En premier lieu, nous avons souligné que les individus seniors de plus de 60 ans sont logiquement **plus proches** de la fin de vie que les adultes de 40 à 59 ans. De ce fait, ils sont plus habitués à penser à cette idée et certainement plus souvent confrontés à des rappels de la perspective de fin de vie. Ces situations de saillance de mortalité peuvent être par exemple les précautions prises concernant la fin de vie (assurances, assurances obsèques), la perte d'un proche du même âge ou de son conjoint, les maladies liées à l'âge ou tout autre bouleversement associé au vieillissement. Pourtant, nous avons vu également que les recherches antérieures laissent supposer l'existence d'une relation curvilinéaire entre l'âge chronologique et l'anxiété à l'égard de la mort, de sorte que l'anxiété face à la mort est la plus forte à un âge moyen (autour de la quarantaine) pour ensuite diminuer au-delà de 60

ans. Ces éléments combinés laissent supposer que les individus seniors utilisent des stratégies bien spécifiques leur permettant de faire face à l'idée de fin de vie plus efficacement que les adultes de 40 à 59 ans, ces derniers étant alors susceptibles d'être plus sensibles à une saillance de mortalité forte que les individus seniors de plus de 60 ans.

D'une manière générale, nous avons vu que les seniors utiliseraient des stratégies moins agressives que les adultes d'âge moyen. Cependant, le recours à des mécanismes préconisés par la TMT, *i.e.* axés sur la valorisation de l'estime de soi et la recherche de sens, est plus délicat du fait de l'évolution rapide des mentalités et des valeurs communément admises. Ils sont ainsi susceptibles d'utiliser des stratégies spécifiques, sur la base de ressources qui leur sont propres, en comparaison aux individus d'âge moyen pour faire face au problème de fin de vie (Baltes et Baltes, 1990 ; Heckhausen et Schulz, 1995). Ajoutons à ces éléments le fait que lorsqu'un individu vieillit, la mort devient plus un événement attendu et normatif qu'un événement redouté : les événements typiques et normatifs sont alors moins générateurs de stress et apparaissent plus faciles à affronter (Ryff et Dunn, 1985 ; Ryff et Heidrich, 1997).

L'ensemble de ces éléments suggère que les individus d'âge moyen sont susceptibles :

- **d'une part, d'être plus sensibles à une saillance de mortalité forte que les individus seniors (plus souvent confrontés à cette idée) ;**
- **d'autre part, d'adopter des mécanismes de défense plus forts que les individus seniors.**

De plus, il a été démontré que les seniors présentent un besoin en émotion plus fort que les jeunes adultes, ce qui les pousse à sélectionner leurs activités selon la stimulation émotionnelle qu'elles proposent (Safraou, 2008). Cette idée reprend également des éléments de la théorie de la sélectivité socio-émotionnelle de Carstensen (1992, 1995). Ils seraient ainsi particulièrement motivés par une recherche de plaisir et de stimulation émotionnelle positive dans leurs activités. A cela s'ajoute une baisse du contrôle interne et une hausse du contrôle externe perçu parmi les individus seniors (Macaluso, 2008) : ils estiment ainsi que ce qui leur arrive est plus le résultat d'éléments extérieurs (comme le destin par exemple) que de leurs propres capacités. Selon cette perspective, les comportements volontairement axés sur la prudence ne seraient selon eux que très peu efficaces. Enfin, nous avons vu que les personnes vieillissantes se tourneraient davantage vers elles-mêmes et moins vers des événements extérieurs, dans un objectif d'introversio

Schaie, 1981). Des recherches existantes sur la TMT parmi différentes tranches d'âge montrent également que les individus seniors sont plus réceptifs à une situation de saillance de mortalité subtile qu'à une saillance de mortalité forte (Maxfield et al., 2010). L'étude exploratoire qualitative menée auprès d'individus seniors suggèrent que face à l'idée de fin de vie, les individus seniors souhaitent avant tout rechercher ce qui leur procure du plaisir dans leur vie quotidienne et profiter de chaque instant, dans un souci de satisfaction et de contentement personnel. En ce sens, ils insistent sur leur volonté de rechercher une stimulation émotionnelle positive dans ce qu'ils entreprennent, souhaitant ainsi profiter du temps qui leur reste à vivre. Là encore, le retour sur le soi et son épanouissement est mis en évidence, selon des motivations plus intrinsèques.

L'ensemble de ces éléments suggère que les individus seniors de plus de 60 ans sont susceptibles :

- **d'une part, d'être plus sensibles à une saillance de mortalité faible que les individus d'âge moyen ;**
- **d'autre part, d'adopter des comportements fondés sur des motivations intrinsèques, orientées vers le plaisir et la satisfaction de soi.**

En ce sens, nos hypothèses centrales consistent à considérer que la mort est un problème universel, mais qui affecte différemment les comportements selon les étapes de la vie. Ainsi, nous pensons que la situation de saillance de mortalité manipulée selon différentes intensités peut avoir des effets différenciés selon l'âge chronologique du récepteur. Nous supposons que des individus d'âge moyen seront plus sensibles à une saillance de mortalité forte, alors que les individus de plus de 60 ans seront plus sensibles à une saillance de mortalité faible, compte tenu des éléments cités précédemment. Bien que les individus seniors aient développé des stratégies plus efficaces qui permettent de « désamorcer » les pensées conscientes liées à la mort, nous pensons que le problème de la mort persiste à influencer leurs comportements mais selon des moyens plus subtils. Arrivés à un âge avancé, ils adopteraient ainsi une attitude d'acceptation de la mort, au moins à un niveau conscient.

En particulier, dans une condition de saillance de mortalité forte, les individus de 40 à 59 ans sont plus susceptibles de préférer des produits axés prévention pour se protéger eux-mêmes d'une anxiété face à la mort trop oppressante. Alors que dans une condition de saillance de mortalité faible, ce sont les seniors qui seront susceptibles d'avoir une réaction

plus forte et de préférer, dans ce cas, des produits axés promotion dans un but de recherche de stimulation émotionnelle positive. Nous en déduisons les hypothèses H5a et H5b.

H5a. En situation de saillance de mortalité **forte**, et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de **40 à 59 ans** préfèrent davantage les produits axés **prévention** que les individus âgés de 60 à 79 ans.

H5b. En situation de saillance de mortalité **faible**, et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de **60 à 79 ans** préfèrent davantage les produits axés **promotion** que les individus de 40 à 59 ans.

3.2. L'effet modérateur de la tendance d'âge subjectif (H6, H7)

Le concept de tendance d'âge subjectif donne lieu à deux types d'hypothèses. Une première série d'hypothèses (H6) consiste à la considérer comme une variable modératrice du lien relatif à l'effet de la saillance de mortalité sur l'adoption d'une stratégie d'approche versus d'évitement. Une seconde hypothèse (H7) porte sur l'effet modérateur de la tendance d'âge subjectif sur le lien direct entre la saillance de mortalité et les préférences produits.

3.2.1. L'effet modérateur sur le lien entre la saillance de mortalité et le cadrage situationnel (H6)

La tendance d'âge subjectif peut être considérée comme l'une des composantes du concept de soi (Blau, 1956 ; Wylie, 1974) et correspond à la tendance à se percevoir plus jeune ou plus âgé que la réalité (Guiot, 1999). Nous pensons que la façon dont l'individu se perçoit en terme d'âge (tendance au rajeunissement ou au vieillissement) est susceptible d'influencer son rapport à l'idée de sa propre mort. En particulier, il sera susceptible d'appréhender les rappels de la mortalité différemment selon s'il se perçoit comme étant plus jeune ou plus âgé.

La situation de saillance de mortalité réactive une conscience de la perspective de sa propre mort, cette dernière étant alors perçue comme étant plus ou moins proche selon la tendance d'âge subjectif de l'individu. Ainsi, si l'individu se perçoit comme plus âgé que son âge réel (tendance au vieillissement), la perspective de sa propre mort lui semblera plus proche. A l'inverse, une tendance au rajeunissement suscitera une perception d'une fin de

vie plus lointaine. Précisons que la tendance au rajeunissement est souvent définie comme la manifestation d'un mécanisme de défense face au vieillissement et à la diminution des capacités physiques, mentales et sociales liée à l'âge. Ainsi, une forte tendance au rajeunissement mettra en évidence une réelle volonté de conserver les mêmes aptitudes et de compenser ces potentiels déficits, selon le modèle SOC (Baltes et Baltes, 1990), en s'engageant dans des activités sélectionnées et jugées prioritaires. Une forte tendance au rajeunissement reflète ainsi la manifestation d'aspirations chez l'individu vers un développement physique, psychologique et / ou social et la garantie d'une image de soi positive (Guiot, 2001). En situation de saillance de mortalité, nous pensons donc qu'une forte tendance au rajeunissement suscitera des motivations en faveur de l'atteinte de résultats positifs et d'états désirés, et en conséquence, l'adoption d'une stratégie d'approche. A l'inverse, une faible tendance au rajeunissement rend compte d'une conscience et d'une forme d'acceptation de la réalité du vieillissement. Nous pensons alors que les individus qui présentent une faible tendance au rajeunissement seront plus motivés par l'évitement d'un nouvel affect négatif ou de nouvelles difficultés liées à l'âge. Nous en déduisons alors les hypothèses H6a et H6b.

H6a. En situation de saillance de mortalité, plus la tendance au rajeunissement est **faible**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'évitement**.

H6b. En situation de saillance de mortalité, plus la tendance au rajeunissement est **forte**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'approche**.

3.2.2. L'effet modérateur sur le lien entre la saillance de mortalité et les préférences produits (H7)

Un effet modérateur est envisagé sur le lien entre la saillance de mortalité et les préférences produits. En fonction du niveau de tendance au rajeunissement, la saillance de mortalité peut en effet susciter des préférences particulières pour des produits selon les signes et idées exprimés dans leur présentation et leurs propriétés de communication. Cela fait référence à la fonction de certains produits, dont l'acquisition ou la possession véhicule des symboles (Solomon, 1983). Dans notre cas, nous pensons qu'en situation de saillance de mortalité, une forte tendance à se percevoir plus jeune que son âge réel suscitera une

attirance plus forte pour des produits présentés via des attributs formulés de façon positive, en vue d'atteindre des résultats désirés. D'où l'hypothèse H7.

H7. En situation de saillance de mortalité, plus la tendance au rajeunissement est **faible (forte)**, plus les préférences pour des produits axés **prévention (promotion)** sont fortes.

3.3. L'effet modérateur de l'estime de soi (H8, H9)

3.3.1. Sur le lien entre la saillance de mortalité et le cadrage situationnel (H8)

Nous avons vu que l'estime de soi joue un rôle essentiel dans la TMT, la valorisation de l'estime de soi étant considérée comme l'un des mécanismes de défense fondamentaux en réponse à une situation de saillance de mortalité. En particulier, la TMT suggère qu'un faible niveau d'estime de soi peut susciter des sentiments d'insécurité plus forts liés à sa place dans sa culture d'appartenance, voire même un sentiment d'insécurité liée à la véracité de son modèle culturel (Becker, 1973 ; Solomon et *al.*, 1991). Ainsi, les individus présentant une faible estime de soi sont susceptibles d'essayer de renforcer et de préserver leur modèle culturel, en rejetant ou en dénigrant ceux qui sont susceptibles d'y porter atteinte. A l'inverse, les individus présentant une forte estime de soi sont dans un état relativement sécurisant et n'ont en ce sens pas de réel besoin de réagir fortement à une menace potentielle telle que la saillance de mortalité.

Deux hypothèses opposées relatives à l'estime de soi semblent alors envisageables. D'une part, comme suggéré précédemment, on peut supposer que, face à la saillance de mortalité, les individus présentant une faible estime de soi auront tendance à consolider ce qui peut leur apporter du sens et un contrôle sur leur vie, comme par exemple leur modèle culturel d'appartenance. Dans notre cas, on peut alors supposer qu'une faible estime de soi susciterait l'utilisation d'une stratégie d'évitement en réponse à la menace existentielle qu'est la saillance de mortalité : il s'agirait alors d'une tentative d'exercer un contrôle sur sa vie en repoussant tout affect négatif, voire l'échéance finale. A l'inverse, ceux qui présentent une forte estime de soi possèderaient plus de ressources leur permettant de lutter contre l'anxiété existentielle et n'auraient en ce sens pas besoin d'avoir recours à des éléments qui favorisent le contrôle sur leur vie (à titre d'exemple, Steele, Spencer et Lynch ont analysé l'effet modérateur de l'estime de soi sur les effets de réduction de la dissonance, 1993).

D'autre part, il est possible d'envisager l'effet opposé. En réponse à la saillance de mortalité, les individus présentant une forte estime de soi pourraient appeler à défendre leur modèle culturel et à rejeter ceux qui sont susceptibles de lui porter atteinte (Solomon et *al.*, 1991). D'autres recherches montrent d'ailleurs qu'une forte estime de soi suppose une capacité à conduire des défenses en réponse à des menaces potentielles, alors qu'une faible estime de soi rend cela plus difficile (Taylor et Brown, 1988 ; Baldwin et Wesley, 1996). De la même manière ici, nous pensons que les individus qui ont une forte estime d'eux-mêmes auront plus confiance en leur capacité et seront ainsi plus susceptibles d'entreprendre des actions en faveur de ce contrôle. A l'inverse, une faible estime de soi peut réduire cette confiance. Notons enfin que les multiples recherches mobilisant la définition et la mesure de l'estime de soi de Rosenberg montrent l'existence d'une structure bidimensionnelle : estime de soi positive et estime de soi négative.

H8a. En situation de saillance de mortalité, plus l'estime de soi positive est **forte**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'évitement**.

H8b. En situation de saillance de mortalité, plus l'estime de soi positive est **faible**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'approche**.

3.3.2. Sur le lien entre la saillance de mortalité et les préférences produits (H9)

De la même manière, une forte estime de soi est susceptible de refléter une confiance en ses capacités à contrôler une situation donnée. Face à un choix de consommation, une telle confiance pourrait susciter une attractivité plus forte pour des produits présentés de telle sorte qu'ils contribuent à exercer ce contrôle perçu. A l'inverse, une faible estime de soi réduit cette confiance et l'individu est susceptible de se tourner vers des produits promotion par souci de compensation, pour retrouver un affect positif mis à mal par la perspective de fin de vie.

H9. En situation de saillance de mortalité, plus l'estime de soi est **forte (faible)**, plus les préférences pour des produits **prévention (promotion)** sont fortes.

3.4. L'effet modérateur du lieu de contrôle (*Locus of Control*) (H10, H11)

La notion de *locus of control* (Rotter, 1966) permet de différencier deux origines différentes du pouvoir d'action d'un individu : les événements peuvent être expliqués par des causes internes au sujet (lieu de contrôle interne) ou par des causes externes indépendantes du sujet (lieu de contrôle externe). Pour autant, l'origine du lieu de contrôle peut très bien varier entre ces deux extrêmes, de sorte à avoir une distribution continue (Rotter, 1966, cité par Guillemot, 2010). De la même manière que pour la tendance d'âge subjectif, nous envisageons ici deux séries d'hypothèses. Une première hypothèse (H10) est relative à l'effet modérateur sur le lien entre la saillance de mortalité et les stratégies mobilisées. Une seconde hypothèse (H11) concerne l'effet modérateur sur le lien direct entre la saillance de mortalité et les préférences produits.

3.4.1. L'effet modérateur sur le lien entre la saillance de mortalité et le cadrage situationnel (H10)

Les individus présentant un faible lieu de contrôle externe sont plus disposés à développer des mécanismes d'ajustement internes en réponse à des menaces existentielles. Supposant que ce qui leur arrive est susceptible d'être le résultat de leurs comportements, ils seraient alors plus susceptibles de mobiliser des ressources internes pour tenter d'exercer un contrôle sur les événements de la vie. Les recherches antérieures (Dubois, 1987) montrent d'ailleurs que les internes réussissent mieux leur carrière professionnelle, sont plus persévérants dans la résolution des tâches et peuvent réguler leurs objectifs en fonction du résultat obtenu. Cette capacité de contrôle suppose alors une adoption de stratégie d'évitement. À l'inverse, les individus présentant un fort lieu de contrôle externe pensent que ce qui leur arrive est le résultat d'événements extérieurs, sur lesquels ils n'auraient directement aucun pouvoir. Sans cette capacité perçue de contrôle, ils sont ainsi plus susceptibles d'adopter une stratégie d'approche. Nous en déduisons H10.

H10a. En situation de saillance de mortalité, plus le niveau d'externalité est **faible**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'évitement**.

H10b. En situation de saillance de mortalité, plus le niveau d'externalité est **fort**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'approche**.

3.4.2. L'effet modérateur sur le lien direct entre la saillance de mortalité et les préférences produits (H11)

Les mêmes éléments peuvent également justifier l'existence d'un effet modérateur sur le lien entre la saillance de mortalité et les préférences produits : plus le niveau d'externalité est faible, plus l'individu aura confiance en sa capacité à contrôler les événements, et ainsi, plus il sera sensible à des produits formulés de telle sorte qu'ils lui permettent de contrôler la situation en évitant des affects défavorables.

H11. En situation de saillance de mortalité, plus le niveau d'externalité est **faible (fort)**, plus les préférences pour des produits **prévention (promotion)** sont fortes.

3.5. L'effet modérateur de l'anxiété face à la mort (H12, H13)

Comme nous l'avons précisé dans la partie précédente, l'anxiété face à la mort est considérée dans cette recherche comme une variable modératrice, et non comme une conséquence de la situation de saillance de mortalité, et ce pour deux raisons.

D'une part, les recherches antérieures portant sur la TMT montrent que la saillance de la mortalité n'a d'effet sur les comportements qu'après une distraction, lorsque les pensées liées à la mort sont en dehors de la conscience. Ainsi, si la saillance de mortalité suscite des émotions négatives telles que l'anxiété, l'individu met en place des mécanismes de défense proximale destinés à réduire immédiatement l'anxiété, celle-ci disparaît ou diminue alors après l'élément de distraction. D'autre part, la plupart des recherches antérieures suggèrent que la saillance de mortalité ne suscite pas d'affect négatif, mais plutôt une anxiété « potentielle » (Tritt, Inzlicht et Harmon-Jones, 2012). A travers ce terme d'anxiété potentielle, il faudrait comprendre le fait que l'individu mette en place une activité d'inhibition comportementale en réponse à la saillance de mortalité, qui se traduit par des pensées et des comportements distractifs. Enfin, Spielberger (1983) précise que l'anxiété, tout comme la motivation d'évitement, peut être définie en termes de traits ou d'états. Ces deux éléments nous amènent à introduire l'anxiété face à la mort comme une variable modératrice liée à un trait relativement stable, plutôt que comme une variable médiatrice situationnelle.

Il s'agit donc de comprendre le rôle modérateur de l'anxiété face à la mort. Nous formulons pour cela deux hypothèses : une hypothèse relative à son rôle modérateur dans l'effet de la saillance de mortalité sur les stratégies mobilisées (H12) ; une hypothèse relative à son rôle modérateur dans l'effet de la saillance de mortalité sur les préférences produits (H13).

3.5.1. L'effet modérateur sur le lien entre la saillance de mortalité et le cadrage situationnel (H12)

Du fait de l'objet étudié à savoir la situation de saillance de mortalité, nous pensons que quelle que soit l'intensité de cette situation (faible ou forte), un individu qui présente une forte anxiété face à la mort de façon chronique sera susceptible de réagir fortement à la situation donnée qui lui rappelle la perspective de son échéance finale. Il sera alors susceptible d'être « dans l'excès » du fait des émotions négatives ressenties. Reste donc à comprendre de quelle manière. Deux éléments nous incitent à supposer un lien entre une forte anxiété face à la mort et l'adoption d'une stratégie d'évitement.

D'une part, dans les modèles liés aux processus motivationnels, l'anxiété est très souvent associée à la motivation d'évitement. Une approche plus intégrée de ce concept suggère même de la concevoir comme l'ensemble des processus affectifs, cognitifs et biologiques associés à la motivation d'évitement (Corr, 2002 ; Cury, Elliot, Sarrazin, Da Fonseca et Rufo, 2002 ; Cury, Elliot, Da Fonseca et Moller, 2006 ; Cury, Da Fonseca, Zahn et Elliot, 2008 ; Wilt et *al.*, 2011). Cet élément peut être appliqué au cas particulier de l'anxiété face à la mort.

D'autre part, l'élément de distraction après exposition à une situation de saillance de mortalité permet de placer les pensées liées à la mort en dehors de la conscience. Pour autant, si les mécanismes de défense proximale (immédiatement après la saillance de mortalité) permettent de réduire l'anxiété situationnelle ressentie, ils ne réduisent pas l'anxiété chronique d'un individu présentant une forte anxiété face à la mort. Ces deux éléments combinés suggèrent qu'un individu présentant une forte anxiété face à la mort sera plus susceptible d'adopter une stratégie d'évitement. A l'inverse, nous pensons qu'une faible anxiété face à la mort, plus maîtrisée, incitera l'individu à profiter du temps restant à vivre, et ainsi à adopter une stratégie d'approche. Nous en déduisons les hypothèses suivantes H12a et H12b.

H12a. En situation de saillance de mortalité, plus l'anxiété face à la mort est **forte**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'évitement**.

H12b. En situation de saillance de mortalité, plus l'anxiété à l'égard de la mort est **faible**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'approche**.

3.5.2. L'effet modérateur sur le lien direct entre la saillance de mortalité et les préférences produits (H13)

De la même manière, alors que la saillance de mortalité réactive la conscience de la perspective de sa propre mort, une forte anxiété face à la mort sera susceptible de susciter des préférences pour des produits qui pourraient permettre de repousser l'échéance finale ou de repousser tout autre affect négatif.

H13. En situation de saillance de mortalité, plus l'anxiété face à la mort est **forte (faible)**, plus les préférences pour des produits **prévention (promotion)** sont fortes.

3.6. L'effet modérateur de l'horizon temporel perçu entre la saillance de mortalité et le cadrage situationnel (H14)

L'horizon temporel perçu fait référence au sentiment lié à l'écoulement du temps et est lié à la tendance d'âge subjectif (Cooper et *al.*, 1981). Ainsi, un horizon temporel perçu comme illimité ou ouvert offre la possibilité à l'individu de se fixer des projets, des objectifs, des aspirations liées à son développement, et ainsi à des motivations d'approche. A l'inverse, si l'horizon temporel est perçu comme limité ou fermé, alors la réactivation de la conscience de la perspective de fin de vie risque d'inhiber toute possibilité de croissance ou de développement et d'inciter l'individu à s'engager dans un évitement d'états indésirables pour le temps restant à vivre.

H14a. En situation de saillance de mortalité, plus l'horizon temporel est perçu comme **fermé (ou limité)**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'évitement**.

H14b. En situation de saillance de mortalité, plus l'horizon temporel est perçu comme **ouvert (ou illimité)**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'approche**.

Tableau 4.4.1. Synthèse des hypothèses de la recherche

	Liens	Hypothèses
Les variables principales du modèle	Saillance de mortalité → Préférences produits	H1a. En situation de saillance de mortalité forte , et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés prévention sont plus fortes que les préférences pour les produits axés promotion. H1b. En situation de saillance de mortalité faible , et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés promotion sont plus fortes que les préférences pour les produits axés prévention.
	Saillance de mortalité → Cadrage situationnel	H2a. En situation de saillance de mortalité forte , et relativement au groupe de contrôle, l'individu adopte davantage une stratégie d'évitement . H2b. En situation de saillance de mortalité faible , et relativement au groupe de contrôle, l'individu adopte davantage une stratégie d'approche .
	Cadrage situationnel → Préférences produits	H3a. En situation de saillance de mortalité, plus l'individu adopte une stratégie d'évitement , plus ses préférences pour des produits axés prévention (vs. promotion) sont fortes. H3b. En situation de saillance de mortalité, plus l'individu adopte une stratégie d'approche , plus ses préférences pour des produits axés promotion (vs. prévention) sont fortes.
Les variables modératrices	Age chronologique	H4a. En situation de saillance de mortalité forte , et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de 40 à 59 ans adoptent davantage une stratégie d'évitement que les individus âgés de 60 à 79 ans. H4b. En situation de saillance de mortalité faible , et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de 60 à 79 ans adoptent davantage une stratégie d'approche que les individus âgés de 40 à 59 ans.
		H5a. En situation de saillance de mortalité forte , et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de 40 à 59 ans préfèrent davantage des produits axés prévention que les individus âgés de 60 à 79 ans. H5b. En situation de saillance de mortalité faible , et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de 60 à 79 ans préfèrent davantage des produits axés promotion que les individus âgés de 40 à 59 ans.
	Tendance d'âge subjectif	H6a. En situation de saillance de mortalité, plus la tendance au rajeunissement est faible , plus l'individu adopte davantage une stratégie d'évitement . H6b. En situation de saillance de mortalité, plus la tendance au rajeunissement est forte , plus l'individu adopte davantage une stratégie d'approche . H7. En situation de saillance de mortalité, plus la tendance au rajeunissement est faible (forte) , plus les préférences pour des produits axés prévention (promotion) sont fortes.

	Estime de soi	H8a. En situation de saillance de mortalité, plus l'estime de soi positive est forte , plus l'individu adopte davantage une stratégie d'évitement .
		H8b. En situation de saillance de mortalité, plus l'estime de soi positive est faible , plus l'individu adopte davantage une stratégie d'approche .
		H9. En situation de saillance de mortalité, plus l'estime de soi positive est forte (faible) , plus les préférences pour des produits axés prévention (promotion) sont fortes.
	Lieu de contrôle	H10a. En situation de saillance de mortalité, plus le niveau d'externalité est faible , plus l'individu adopte davantage une stratégie d'évitement .
		H10b. En situation de saillance de mortalité, plus le niveau d'externalité est fort , plus l'individu adopte davantage une stratégie d'approche .
		H11. En situation de saillance de mortalité, plus le niveau d'externalité est faible (fort) , plus les préférences pour des produits prévention (promotion) sont fortes.
	Anxiété face à la mort	H12a. En situation de saillance de mortalité, plus l'anxiété face à la mort est forte , plus l'individu adopte davantage une stratégie d'évitement .
		H12b. En situation de saillance de mortalité, plus l'anxiété à l'égard de la mort est faible, plus l'individu adopte davantage une stratégie d'approche .
		H13. En situation de saillance de mortalité, plus l'anxiété face à la mort est forte (faible) , plus les préférences pour des produits prévention (promotion) sont fortes.
	Horizon temporel perçu	H14a. En situation de saillance de mortalité, plus l'horizon temporel est perçu comme fermé (ou limité) , plus l'individu adopte davantage une stratégie d'évitement .
		H14b. En situation de saillance de mortalité, plus l'horizon temporel est perçu comme ouvert (ou illimité) , plus l'individu adopte davantage une stratégie d'approche .

Conclusion de la section 4

La seconde section du chapitre 4 avait comme objectif de présenter les hypothèses de cette recherche. Elles sont formulées au regard des apports complémentaires de la revue de littérature et des résultats de l'étude qualitative exploratoire. En particulier, des hypothèses relatives aux liens directs et indirects entre la saillance de mortalité et les préférences pour des produits promotion versus prévention, ainsi que celles relatives aux liens modérateurs ont été présentées. Notons que l'âge chronologique est envisagé dans cette recherche comme une variable modératrice centrale.

Cette section vient clore la seconde partie de cette recherche portant sur l'exploration de l'objet de recherche et la présentation du modèle et ses hypothèses. Le modèle ainsi présenté a été mis à l'épreuve via une étude expérimentale, dont nous présentons la méthodologie et ses résultats dans la partie qui suit.

Conclusion du chapitre 4

Le chapitre 4 avait comme objectif de présenter le modèle conceptuel de la recherche, ainsi que ses hypothèses. Ainsi, sur la base d'un cadre conceptuel intégrateur relatif à l'effet de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel en consommation, des choix liés aux variables étudiées ainsi qu'à leur statut au sein du modèle ont été effectués. Ces choix s'expliquent par une volonté d'alléger le modèle global et de se concentrer sur les mécanismes de défense en réponse à la saillance de mortalité qui constituent la principale contribution de cette recherche. Les différents construits mobilisés ont également été définis dans le cadre de ce chapitre, pour ensuite présenter les hypothèses qui permettent d'en préciser les liens. Ainsi, trois séries d'hypothèses ont été formulées : des hypothèses relatives aux liens directs entre la saillance de mortalité et les préférences produits (H1), des hypothèses relatives aux liens indirects entre la saillance de mortalité et les préférences produits (H2, H3), et des hypothèses relatives aux effets modérateurs (de H4 à H14).

Ce chapitre vient clore la seconde partie de cette recherche doctorale. La troisième partie s'intéresse maintenant à l'étude expérimentale mise en œuvre dans le but de mettre à l'épreuve les différentes hypothèses de la recherche.

TROISIEME PARTIE
L'ETUDE EXPERIMENTALE : METHODOLOGIE,
RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 5. La méthodologie de l'étude expérimentale

Section 1. Présentation et validité du protocole expérimentale

Section 2. L'opérationnalisation, les outils de mesure et la fiabilité des construits mobilisés

PREMIERE PARTIE. LES FONDEMENTS THEORIQUES DE LA RECHERCHE

Chapitre 1 - La mort, perceptions et représentations

Section 1. Le concept de mort : l'approche pluridisciplinaire

Section 2. Le rapport individuel à la mort

Chapitre 2 – De la saillance de mortalité comme événement stressant au déploiement de mécanismes de défense

Section 3. Le concept central de saillance de mortalité

Section 4. Le déploiement de stratégies pour faire face

Section 5. L'exploration de nouvelles pistes de recherche



DEUXIEME PARTIE. L'INFLUENCE DE LA SAILLANCE DE MORTALITE SUR LE CADRAGE SITUATIONNEL EN CONSOMMATION: EXPLORATION, MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 3 – L'étude qualitative exploratoire

Section 1. La méthodologie de l'étude qualitative

Section 2. Les résultats de l'étude qualitative

Chapitre 4 – Le modèle conceptuel et ses hypothèses

Section 3. Proposition du modèle conceptuel

Section 4. Les hypothèses de la recherche



TROISIEME PARTIE. L'ETUDE EXPERIMENTALE: METHODOLOGIE, RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 5 – La méthodologie de l'étude expérimentale

Section 1. Présentation et validité du protocole expérimentale

Section 2. L'opérationnalisation, les outils de mesure et la fiabilité des construits mobilisés

Chapitre 6 – Les résultats de l'étude expérimentale et discussion

Section 3. Les résultats de la recherche

Section 4. La mise en perspective des résultats

Introduction du chapitre 5

L'objectif de cette recherche doctorale est de compléter les recherches existantes liées à la *Terror Management Theory* afin de mieux comprendre les effets de la situation de saillance de mortalité sur les préférences en consommation. En particulier, le modèle conceptuel proposé dans le chapitre 4 vise à tester l'effet de la saillance de mortalité sur les préférences pour des produits axés promotion *versus* prévention. Dans ce cadre et dans la lignée des recherches antérieures liées à la TMT, l'expérimentation s'est avérée être la méthodologie la plus appropriée pour le test des hypothèses, notamment pour « *décrire les relations causales* » envisagées dans le modèle (Cook et Shadish, 1994). Ainsi, l'expérimentation se justifie dès lors que « *des variables explicatives sont manipulées et les effets de cette manipulation sur une variable dépendante sont mesurés* » (Enis et Cox, 1975).

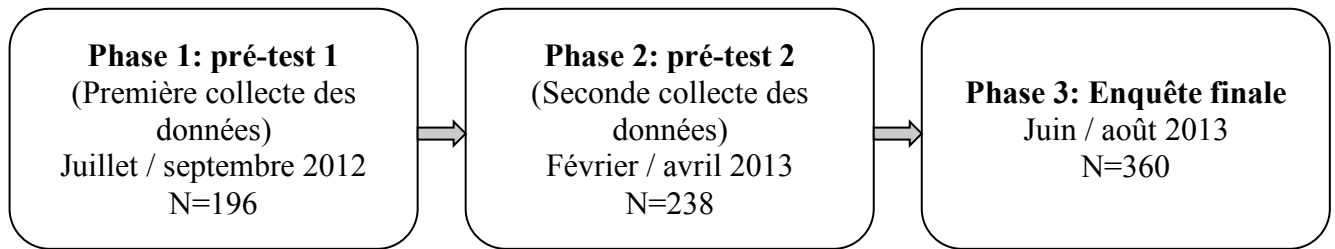
Dans le cadre de cette expérimentation, une attention particulière a été accordée au pré-test des visuels mobilisés pour créer une situation de saillance de mortalité (selon deux intensités) ainsi qu'au contrôle de certaines variables exogènes susceptibles de venir perturber les liens principaux. Nous avons également tenu à proposer une distinction claire entre les variables qui ont le statut de variables modératrices ou médiatrices et celles qui seront considérées comme des variables de contrôle. Dans ce chapitre, le protocole expérimental sera présenté, ainsi que sa validité.

Avant d'aborder ce chapitre, précisons que plusieurs collectes de données ont été mises en œuvre dans le cadre de ce travail doctoral :

- Une première collecte à visée « exploratoire » (entre juillet et septembre 2012, N=196) a permis de pré-tester les premiers visuels mobilisés qui étaient destinés à créer une situation de saillance de mortalité ;
- Une seconde collecte (entre février et avril 2013, N=238) a permis d'introduire de nouveaux visuels et de pré-tester la majorité des échelles de mesure mobilisées (*i.e.* adapter les échelles de mesure à notre population de référence et épurer les items si besoin) ;
- Une troisième collecte (menée de juin à août 2013, N =360) a donné lieu à notre terrain final, destiné à tester le modèle de la recherche. Cette collecte a été réalisée par une société d'études, afin d'assurer une bonne représentativité géographique de notre échantillon. La fiabilité et la validité des construits mobilisés ont fait l'objet d'une nouvelle analyse sur cet échantillon.

Dans ce chapitre, nous allons donc présenter la méthodologie utilisée pour mettre à l'épreuve les hypothèses du cadre conceptuel. Nous présentons successivement le protocole expérimental et les précautions prises pour assurer sa validité (**section 1**), puis les outils de mesure et la fiabilité des construits mobilisés (**section 2**).

Figure 5.1.1. Les études empiriques successives de la recherche



Section 1. Présentation et validité du protocole expérimentale de la recherche

Cette première section est consacrée à la validité du protocole expérimentale de la recherche. Les menaces à la validité correspondent, selon Shadish et *al.* (2002, p. 512), « *aux raisons pour lesquelles une inférence pourrait être incorrecte* ». L'un de nos principaux objectifs dans le cadre de cette expérimentation était avant tout de s'assurer de la pertinence et de la justesse des relations de cause à effet mises en évidence. Nous présentons ici successivement le design expérimental de la recherche, puis le déroulement de l'expérimentation, ainsi que sa validité.

1. Le design expérimental de la recherche

L'objectif de cette expérimentation est de mettre en évidence des relations de cause à effet entre les variables indépendantes et dépendantes. Dans cette perspective, l'hypothèse de causalité se traduit par des comparaisons de différents traitements (différents groupes expérimentaux) au moyen de leurs effets (Evrard, Pras et Roux, 2009). Dans cette partie, nous présentons le plan de l'expérimentation, le contexte de l'étude et d'exposition aux situations de saillance de mortalité et le pré-test des visuels mobilisés.

1.1. Le plan de l'expérimentation

Avant d'aborder les éléments relatifs aux différents choix opérés dans le cadre de notre expérimentation, précisons un élément important lié au contexte global de notre étude. L'étude du concept de saillance de mortalité nous a amené à nous interroger sur l'utilisation d'un stimulus lié à la mort dans un cadre de persuasion publicitaire. La thématique de la mort, alors utilisée comme stimulus en publicité, est un objet de recherche qui a déjà été étudié dans la littérature et ce notamment dans le cadre du marketing social (sécurité routière, consommation de cigarettes par exemple ; Martin et Kamins, 2009). Ce premier courant de recherche étudie notamment en quoi l'utilisation d'un tel stimulus permet de modifier la perception des risques et en conséquence, les comportements des individus. Notre choix s'est porté sur un tout autre objet de recherche. Nous avons préféré étudier en quoi les rappels de la mortalité, hors contexte publicitaire et largement présents dans la vie quotidienne, peuvent influencer les comportements de consommation. Nous avons donc fait

le choix d'inscrire notre recherche dans un contexte plus global, en étudiant des variables spécifiques de comportements (comportements d'approche vs. d'évitement).

Cette recherche a pour objectif d'étudier les effets de la situation de saillance de mortalité sur le cadrage situationnel en consommation. Comme nous l'avons précisé dans le chapitre 4 relatif au cadre conceptuel, nous avons fait le choix de manipuler l'intensité de la situation: situation de saillance de mortalité faible et situation de saillance de mortalité forte. En parallèle, un groupe de contrôle manipulant une situation susceptible de susciter un affect négatif est également mis en place, afin de s'assurer que les résultats obtenus soient propres à la saillance de mortalité. L'utilisation d'un affect négatif pour le groupe de contrôle permet également d'assurer la pertinence de la comparaison entre les trois groupes expérimentaux. Ce point sera précisé dans la suite (1.2.2. Le choix des stimuli).

Le choix d'étudier deux intensités différentes de la saillance de mortalité se justifie par le fait qu'il s'agit de deux manipulations principalement utilisées dans la littérature relative à la TMT. Cette dernière, nous l'avons vu, recommande en effet de manipuler l'intensité des rappels liés à la mort d'une façon directe et d'une façon plus subtile. Ainsi, Greenberg et *al.* (1994) montrent que, sous certaines conditions, la défense du modèle culturel est plus forte dans une situation de rappels de la mortalité plus subtile, plutôt que face à des rappels plus flagrants. Nous nous sommes cependant interrogés sur la possibilité de mettre en place trois conditions expérimentales avec trois niveaux d'intensité des rappels de la mortalité (faible, moyen, fort) afin de tester une éventuelle relation curvilinéaire entre la saillance de mortalité et la variable dépendante. Cependant, à la différence d'autres stimuli tel que les stimuli sonores et musicaux par exemple (qui peuvent jouer sur le rythme), il est difficile de trouver un stimulus lié à cette thématique de recherche qui soit réellement perçu comme étant d'intensité moyenne, relativement aux stimuli faible et fort. L'abondance des recherches sur la TMT qui n'utilisent que deux intensités a également permis de confirmer ce choix.

Enfin, les recherches antérieures montrent que la saillance de mortalité n'a d'effet sur les mécanismes de défense distale qu'après un délai de distraction, lorsque les pensées liées à la mort sont en dehors de la conscience, mais peuvent lui être accessibles (Arndt, Greenberg et Cook, 2002). Lorsque l'idée de mort reste dans l'attention focale ou la conscience, la saillance de mortalité ne suscite pas de défense distale. Alors que toutes les études existantes utilisent donc un délai de distraction, il nous a paru surprenant de voir qu'aucune étude n'a manipulé ce délai, en comparant les effets avec et sans délai de distraction (Burke et *al.*, 2010). Nous avons donc cherché à combler ce manque en mettant en place des échantillons

avec et sans outil de distraction afin de mettre en évidence des réponses proximales et distales potentiellement distinctes.

Le plan de l'expérimentation de l'enquête finale est présenté dans le tableau 5.1.1. Les différences de perception des deux intensités ont été vérifiées via les *manipulation checks* (lors du pré-test et lors de l'enquête finale). Ces éléments de contrôle (notamment la vérification de la manipulation des conditions expérimentales, ainsi que les effets de confusion) seront précisés dans la suite.

Tableau 5.1.1. Le plan de l'expérimentation

Degré de saillance de mortalité	Saillance de mortalité forte		Saillance de mortalité faible		Groupe de contrôle	
	Avec distraction	Sans distraction	Avec distraction	Sans distraction	Avec distraction	Sans distraction
40-59 ans	C1A ₁	C1B ₁	C2A ₁	C2B ₁	C2A ₁	C2A ₁
60-79 ans	C1A ₂	C1B ₂	C2A ₂	C2B ₂	C2A ₂	C2B ₂

1.2. L'exposition aux situations de saillance de mortalité

Compte tenu de la nature taboue du sujet étudié, nous avons fait le choix de nous focaliser sur deux échantillons de tranches d'âge différentes, 40-59 ans et 60-79 ans. Nous avons donc cherché à adapter le contexte d'exposition aux situations de saillance de mortalité à ces deux populations. De plus, comme nous l'avons précisé, nous n'avons pas opté pour un contexte de persuasion publicitaire, ce qui nous a amené à nous interroger sur la façon la plus pertinente et crédible de créer des situations de saillance de mortalité, au regard de notre problématique. Nous présentons ici successivement le choix de la nature des stimuli envisagés (visuel *vs.* textuel) et le choix des visuels finalement mobilisés.

1.2.1. Le choix de la nature des stimuli : visuel *vs.* textuel

Dès lors qu'il s'agit d'une expérimentation, il est indispensable de s'interroger sur le contexte d'exposition des différents groupes expérimentaux. Derbaix (1995) souligne d'ailleurs l'importance du réalisme des conditions d'exposition afin d'assurer une généralisation des résultats. Dans cette recherche, nous supposons que n'importe quel individu est susceptible d'être exposé au quotidien à une multitude de rappels de l'idée de sa

propre mort. Cela peut être par exemple dans les journaux télévisés, la presse (articles et visuels), les films, les séries, ou même tout simplement dans son entourage.

La question relative à la façon de créer une situation de saillance de mortalité s'est donc posée dès la conception de l'expérimentation. Les recherches mettent en évidence l'existence de plusieurs protocoles expérimentaux permettant de générer des situations de saillance de mortalité. Toutefois, deux protocoles sont régulièrement utilisés dans la littérature sur la TMT :

- l'utilisation de deux questions ouvertes sur le thème de la mort (Rosenblatt et *alii.*, 1989 ; Greenberg et *alii.*, 1994) ;

Le chercheur demande aux répondants de répondre aux deux questions suivantes : Décrivez brièvement les émotions que les pensées liées à votre mort éveillent en vous ; Que va-t-il vous arriver lorsque vous mourrez et une fois que vous serez physiquement mort ? Ces questions ouvertes amènent le répondant à s'exprimer librement sur la thématique de la mort, ce qui suscite des rappels de la condition d'être mortel.

- l'utilisation d'une échelle de mesure sur le thème de la mort (Greenberg et *alii.*, 1990 ; Mandel et Heine, 1999).

Dans ce cas, le chercheur demande aux répondants de compléter une échelle de mesure sur le thème de la mort, comme par exemple, l'anxiété à l'égard de la mort.

D'autres méthodes sont utilisées dans certaines expérimentations : le visionnage d'un film de télévision tragique et/ou sanglant (Taubman Ben-Ari, 2000), le fait d'interroger les sujets devant un funérarium, ou encore l'utilisation de stimuli subliminaux (exposition du mot mort sur un écran d'ordinateur dont le temps d'apparition est inférieur au seuil de la conscience).

Dans le cadre d'un premier pré-test, nous avons utilisé la démarche classique des deux **questions ouvertes** posées aux répondants (Rosenblatt et *al.*, 1989). Cependant, nous nous sommes très vite heurtés à des rejets successifs de la part des répondants, trouvant les questions trop dures et déplacées. Suite à cette première difficulté, nous nous sommes tournés vers une autre méthodologie : celle de proposer au répondant des **citations** sur la thématique de la mort et lui demander, sous la forme d'une question ouverte, à quoi cela lui faisait penser (émotions, idées, situations etc.). Dans ce cas, en revanche, nous nous sommes rendus compte que ce stimulus n'était pas assez fort et peinait à susciter des pensées liées à la mort suffisamment présentes dans l'esprit des individus. A la suite de ces échecs, nous

avons donc opté pour une autre méthodologie : celle de proposer **des visuels** sur le thème de la mort.

Plusieurs éléments nous amènent à penser qu'il s'agit de la méthode la plus adaptée au regard de notre problématique.

- Tout d'abord, l'approche anthroposociale présentée dans le chapitre 1 apporte des informations quant aux diverses représentations récentes de la mort dans les medias. Hanusch (2010) précisent par exemple que les nouveaux medias se tournent vers la proximité, de sorte que la mort représentée n'est plus seulement celle de l'autre, mais c'est une mort à laquelle nous sommes tous susceptibles de nous identifier. Frédéric Antoine souligne d'ailleurs l'omniprésence de la mort à la télévision. Ainsi, utiliser des visuels pour créer une condition de saillance de mortalité permettrait de créer des conditions d'exposition plus réalistes.
- De plus, la forme visuelle est susceptible d'être plus percutante et donc plus efficace dans son rôle qu'est de susciter des pensées liées à la mort et donc de réactiver la conscience de sa propre mort. La mise en scène via les images contribue à une éventuelle identification du répondant et est donc cohérente avec notre objectif de recherche.
- Enfin, les stimuli visuels invitent, si les résultats le permettent, à de nombreuses contributions managériales, dans le domaine de la communication publicitaire notamment.

Terminons ces précisions sur la nature des stimuli par un point essentiel. Selon Baldwin et Wesley (1996), l'utilisation classique d'un stimulus est d'interroger les répondants sur un sujet d'intérêt particulier en leur demandant leur opinion. Cependant, il est possible que ce soit difficile pour le répondant de s'exprimer sur des sujets parfois délicats et ainsi, que cette manipulation soit inefficace. Il s'agit d'ailleurs de la première difficulté que nous avons rencontrée en posant les deux questions ouvertes développées précédemment. Ainsi, comme beaucoup d'auteurs existentialistes l'ont montré, une méthode plus efficace consiste à accéder à des considérations d'intérêt via l'utilisation de passages narratifs ou de reports phénoménologiques d'autres individus extérieurs au répondant. D'ailleurs, les éléments anthropologiques suggèrent le fait que l'idée de sa propre mort (qui est donc l'objet de la saillance de mortalité) s'apprivoise via celle de l'autre. Ce dernier élément justifie là encore notre choix de créer des situations de saillance de mortalité à l'aide de visuels présentant des mises en scène réelles.

1.2.2. Le choix des visuels

1.2.2.1. Les visuels du groupe de contrôle

La TMT postule que la mort est une menace psychologique unique qui active les deux mécanismes considérés : la défense du modèle culturel et la valorisation de l'estime de soi. Reste à comprendre cependant si la thématique de la mort est différente d'autres menaces sur un plan qualitatif (*i.e.* parce qu'il s'agit de la mort) ou quantitatif (*i.e.* parce que la mort suscite plus de réactions négatives). Pour préciser, il se peut que la mort suscite une défense de soi simplement du fait qu'il s'agit d'une thématique plus négative que les autres thèmes utilisés comme groupes de contrôle. En ce sens, une distinction théorique apparaît dans la littérature mettant en évidence deux catégories de groupes de contrôle (Burke, Martens et Faucher, 2010):

- un groupe de contrôle manipulant une thématique susceptible de susciter un affect négatif (pour 62,1% des études relatives à la TMT): par exemple, la douleur physique, la douleur dentaire, l'exclusion sociale, l'incertitude, le risque lié à l'avenir, la paralysie etc.
- un groupe de contrôle manipulant une thématique neutre (ni positive ni négative) (pour 33,6% des études relatives à la TMT): par exemple, le fait de regarder la télévision, les préférences alimentaires, le fait d'écouter de la musique, voire même aucun groupe de contrôle (pour 4,3% des études relatives à la TMT).

Cette analyse nous donne des informations concernant la spécificité de la saillance de mortalité à susciter des défenses distales. En effet, si les thématiques menaçantes (telles que la douleur ou la paralysie) qui servent de groupe de contrôle ont des effets plus faibles que des thématiques moins menaçantes (telle que le fait de regarder la télévision), cela suggère que la particularité de la mort est principalement d'ordre quantitatif (*i.e.* elle suscite de plus fortes réactions émotionnelles négatives) plutôt que d'ordre qualitatif (*i.e.* liée à la nature spécifique du thème abordé). A l'inverse, si le niveau de menace de la thématique manipulée dans le groupe de contrôle ne suscite aucune différence, cela suggérerait le caractère qualitatif spécifique propre à la thématique de la mort et à son impact sur la vie des individus en comparaison à d'autres pensées négatives. Dans un souci de cohérence avec les recherches existantes et de pertinence dans la comparaison des résultats, nous avons utilisé un visuel susceptible de susciter un affect négatif comme groupe de contrôle.

1.2.2.2. Les visuels des groupes de saillance de mortalité

Le choix de la nature des situations de saillance de mortalité créées, ainsi que de leur intensité (faible ou forte) a fait l'objet d'une attention particulière dans cette recherche. En effet, la thématique de la mort étant évidemment une thématique universelle, mais taboue, nous avons tenu à être rigoureux dans ce choix. L'objectif était bien sur de susciter des rappels de la condition humaine d'être mortel, et non de choquer ni de heurter le répondant. La principale difficulté résidait en ce point particulier.

Le visuel retenu pour la condition de saillance de mortalité, qu'elle soit faible ou forte, devait donc répondre aux critères suivants:

- être adapté aux deux tranches d'âge étudiées ;
- pouvoir susciter des rappels de l'inévitabilité de sa propre mort, de façon plus ou moins explicite, et donc réactiver momentanément la conscience de sa propre mort, sans pour autant choquer ni provoquer un rejet immédiat (le rejet est d'ailleurs un élément de contrôle lié aux potentiels effets de confusion) ;
- attirer l'attention du répondant sur des visuels de mise en situation réelle par souci de crédibilité et de réalisme.

Sur la base de ces trois critères, nous avons donc dans un premier temps **sélectionné des visuels selon deux niveaux d'intensité (faible et fort)**. Les deux visuels ont été trouvés sur internet et les deux intensités diffèrent selon un critère principal : le niveau fort propose explicitement aux individus de penser à l'idée de mort ; le niveau faible suggère ces mêmes pensées avec un visuel susceptible de faire référence à d'autres notions proches de la thématique de la mort. Notons à ce stade un point essentiel pour notre expérimentation : la manipulation liée à l'intensité du visuel ne réside certainement pas dans sa capacité à susciter ou non une anxiété à l'égard de la mort ; mais, dans sa capacité à susciter des pensées liées à la mort de façon plus ou moins forte ou plus ou moins explicite. Ainsi, le concept d'anxiété à l'égard de la mort est abordé dans cette recherche comme un construit relativement stable de la personnalité, et non comme une conséquence émotionnelle de l'exposition au visuel. D'ailleurs, selon les éléments théoriques, les mécanismes de défense proximale mis en œuvre après exposition au visuel permettent de réduire immédiatement les émotions négatives ressenties.

Alors que de nombreux visuels ont été sélectionnés, il nous a fallu opérer un choix important pour les deux conditions expérimentales. Pour ce faire, la distinction entre les deux niveaux d'intensité s'est faite sur la base des éléments physiques contenus dans le visuel. Cela correspond bien à la définition donnée de la saillance de mortalité qui correspond à une situation de rappels de l'idée de fin de vie selon deux dimensions : la dimension physique (*i.e.* l'ensemble des éléments appartenant à la scène représentée) et la dimension cognitive (*i.e.* la façon dont est perçu le visuel par le répondant). Ainsi, la condition de saillance de mortalité forte a été créée sur la base d'un visuel proposant une mise en scène qui se voulait extrêmement explicite et crédible. La condition de saillance de mortalité faible a été créée sur la base d'un visuel qui suggère des pensées liées à la mort, sans pour autant être explicites. Il s'agit de la condition plus « subtile », comme recommandée par la TMT. Enfin, la condition de groupe de contrôle a été créée sur la base d'un visuel sur la thématique de la douleur dentaire. Les pré-tests menés pour la sélection des visuels sont présentés dans la suite.

1.3. L'élément de distraction après exposition

Nous avons vu que les recherches existantes recommandent de mettre en place un délai après exposition à une situation de saillance de mortalité afin de placer les pensées liées à la mort en dehors de l'attention focale, tout en restant accessibles à la conscience (Greenberg, Pyszczynski, Solomon, Simon et Breus, 1994). Selon les éléments théoriques, lorsque les pensées liées à la mort sont encore dans la conscience ou l'attention focale, la saillance de mortalité ne suscite pas de défenses distales. En revanche, la saillance de mortalité exerce des effets sur ces mêmes types de défenses après un délai, lorsque les pensées liées à la mort ne sont plus dans l'attention focale mais restent pour autant fortement accessibles (Arndt, Greenberg et Cook, 2002 ; Greenberg et *al.*, 2000).

La principale difficulté ici réside dans la durée de la distraction. La TMT suggère un effet curvilinéaire, de sorte que dans un premier temps, le délai renforce initialement l'importance des effets de la saillance de mortalité en permettant l'estompement des pensées liées à la mort en dessous de la conscience; mais dans un second temps, si le délai est trop long, il risque de réduire les effets de la saillance de mortalité de sorte que les pensées liées à la mort disparaissent et ne soient plus du tout accessibles (Burke, Martens et Faucher, 2010). Reste donc à savoir quelle peut être la distraction optimale qui permette de rendre compte des effets de la saillance de mortalité sur les comportements.

La grande majorité des expérimentations utilisent un délai ou une tâche de distraction entre la manipulation de la saillance de mortalité et les variables dépendantes : 67,7% utilisent une seule tâche de distraction, 22,4% en utilisent deux et 2,7% en utilisent trois (Burke, Martens et Faucher, 2010). La tâche la plus utilisée est le fait de demander aux répondants de compléter l'échelle de mesure PANAS (*Positive and Negative Affective Schedule* ; Watson, Clark et Tellegen, 1988). Cette échelle permet de la même manière d'évaluer l'humeur du répondant via des items positifs et des items négatifs. D'autres tâches de distraction ont été utilisées, telles que les mots-croisés ou d'autres échelles de mesure de l'humeur (*Multiple Adjective Checklist* ; Zuckerman et Lubin, 1965).

Dans notre expérimentation, nous avons fait le choix d'utiliser deux éléments de distraction : un jeu de mots croisés et l'échelle PANAS. Ce choix s'explique par notre cible d'étude : s'intéressant aux individus de plus de 40 ans et, entre autres, à des individus seniors de plus de 60 ans, il nous semblait que l'utilisation de PANAS seule était insuffisante pour créer une distraction auprès d'individus plus souvent confrontés à l'idée de fin de vie. Cet élément a d'ailleurs été confirmé lors du premier pré-test.

1.4. Le choix de l'échantillon

La plupart des études relatives à la TMT ont été menées auprès d'étudiants et de jeunes adultes individus. Seules quelques unes portent sur des individus d'âge moyen (Rosenblatt et al., 1989), des adolescents (Florian et Mikulincer, 1998) ou des échantillons d'âges divers (Pyszczynski et al., 1996). A ce jour, très peu d'études se sont intéressées à l'influence de la saillance de mortalité sur les comportements des individus seniors (Maxfield et al., 2007). L'âge du répondant s'est avéré être la variable centrale dans la constitution de notre échantillon. Notre échantillon final se compose de 360 individus, soit 30 individus par condition expérimentale. Deux tranches d'âge ont été retenues : 40-59 ans et 60-79 ans, chaque tranche d'âge étant exposée aux six conditions expérimentales. Nous avons tenu à avoir autant d'individus dans les deux tranches d'âge afin d'assurer la pertinence des comparaisons entre les deux. Ces éléments sont synthétisés dans le tableau 5.1.2.

Tableau 5.1.2. Répartition des individus par condition expérimentale

Conditions de saillance de mortalité		40-59 ans	60-79 ans
Saillance de mortalité forte	Avec distraction	30	30
	Sans distraction	30	30
Saillance de mortalité faible	Avec distraction	30	30
	Sans distraction	30	30
Groupe de contrôle	Avec distraction	30	30
	Sans distraction	30	30
Echantillon final		N=360	

2. Les pré-tests des visuels des trois conditions expérimentales

Une attention particulière a été accordée à la vérification des manipulations expérimentales et aux potentiels effets de confusion. Dans cette recherche, seule l'intensité de la saillance de mortalité a été manipulée. Ainsi, deux pré-tests successifs ont été conduits (première et seconde collecte des données) afin de s'assurer de la qualité de ces manipulations. Nous détaillons ces pré-tests avant de présenter les visuels mobilisés pour l'enquête finale.

2.1. Objectifs des pré-tests

Afin de valider le choix de nos visuels, nous avons élaboré deux pré-tests consacrés aux choix définitifs des visuels pour le terrain final. Le second pré-test des visuels s'est avéré nécessaire car les résultats du premier semblaient incomplets et peinaient à correspondre à notre objet de recherche.

Les deux pré-tests avaient donc comme objectifs :

- de faire un choix précis quant à la nature des stimuli considérés : quel type de stimulus doit-on choisir (visuel ou textuel) ? Selon sa nature, quel doit être alors le contenu du stimulus choisi ?
- de vérifier les différences d'intensité perçue entre les deux stimuli faible et fort : il s'agit là des *manipulation checks* qui permettent de vérifier les différences dans le degré de saillance de mortalité perçue ;
- enfin, de vérifier la perception de la thématique de la mort et les différences liées à l'accessibilité des pensées liées à la mort, afin de s'assurer que les stimuli choisis soient bien cohérents avec les objectifs théoriques et managériaux de la recherche. Pour ce dernier point, il est important de rappeler que l'objectif des stimuli est

uniquement de rappeler les pensées liées à la mort et la condition d'être mortel, et non de heurter le répondant ou de susciter une forte anxiété à l'égard de la mort.

2.2. Procédure des pré-tests et synthèse

Nous présentons ici la méthodologie adoptée dans le cadre des deux pré-tests successifs.

2.2.1. Le choix d'un pré-test quantitatif et les précautions liées aux visuels

La question de la nature du pré-test (qualitatif ou quantitatif) s'est évidemment posée lors de son élaboration. Nous avons fait le choix de mettre en place un pré-test quantitatif du fait du caractère tabou de la thématique de la mort et dans le but de compléter les résultats obtenus lors de la phase exploratoire qualitative. Notons également que la question d'utiliser trois groupes expérimentaux s'est posée au début du pré-test afin de tester l'existence éventuelle d'effets non linéaires. Nous avons préféré cependant mettre l'accent sur le choix de la nature de la condition de saillance de mortalité, afin de compléter les recherches existantes sur la TMT, qui mobilisent essentiellement les deux questions ouvertes relatives à l'idée de fin de vie.

Pour les deux pré-tests mis en œuvre, nous avons choisi d'utiliser deux images différentes et non de manipuler une seule et même image. Cette méthodologie utilisée nous a donc imposé de contrôler plusieurs variables externes liées à l'image elle-même et pouvant affecter les résultats de la recherche. Ainsi, deux précautions ont été prises :

- les visuels des trois conditions expérimentales sont tous présentés en noir et blanc ;
- la taille de chacune des images est strictement identique.

Ajoutons cependant que le fait de ne pas avoir utilisé la même image pour les trois conditions expérimentales constitue indubitablement une limite de cette recherche.

2.2.2. Le premier pré-test : la mesure des états affectifs

Le premier pré-test a été réalisé dans le cadre de la première collecte des données (entre juillet et août 2012). Trois visuels ont été sélectionnés pour créer les conditions expérimentales.

2.2.2.1. Le choix des visuels

Les visuels nous donnent la possibilité de jouer sur des éléments de mise en scène pour créer des conditions de saillance de mortalité. Ainsi, pour le premier pré-test, la condition de saillance de mortalité forte présentait une scène d'un enterrement, avec des personnages en pleurs pour susciter également des émotions négatives, voire une identification du répondant à la situation donnée. Dans ce même objectif d'identification, nous avons tenu à avoir de personnages d'un âge avancé dans le visuel. Le second visuel, qui correspond à la condition de saillance de mortalité faible, présentait uniquement les pieds nus d'un individu, allongé, un drap sur son corps. De cette façon, ce visuel visait à suggérer des pensées liées à la mort, en supposant qu'il s'agissait d'un corps mort. Le troisième visuel du groupe de contrôle présente un homme souffrant d'une douleur dentaire. Ainsi, les visuels utilisés dans le cadre de ce pré-test sont présentés dans le tableau 5.1.3.

Tableau 5.1.3. Les visuels des trois conditions expérimentales lors du premier pré-test

Saillance de mortalité forte	Saillance de mortalité faible	Groupe de contrôle
		

2.2.2.2. La mesure des états affectifs

Lors du premier pré-test, nous nous sommes intéressés à la nature des émotions ressenties ainsi qu'au niveau de stimulation suscité par les visuels afin de vérifier les différences d'intensité entre les trois conditions expérimentales. Pour cela, nous avons utilisé une mesure de la perception. Notre réflexion s'appuyait sur deux éléments :

- Les réactions émotionnelles des individus à une condition de saillance de mortalité présentent une forte variance individuelle. Une situation faiblement stimulante et percutante pour l'un peut ne pas être perçue comme telle pour l'autre. Cela peut être

liée à de nombreuses variables individuelles, telles que le vécu, l'expérience, l'âge, l'attitude à l'égard de la mort, la satisfaction de la vie etc.

- L'intensité de la stimulation dépend des caractéristiques qualitatives du visuel. Cela peut être: la mise en scène des personnages, le nombre de personnages, les émotions mises en évidence, les objets liés directement à l'objet d'étude. S'il s'agit d'un texte, cela peut être le nombre de mots liés au champ lexical de l'objet d'étude ou encore les tournures de phrase.

Ainsi, afin de mesurer les réactions affectives qui nous intéressent, nous avons retenu la méthode des rapports verbaux après exposition : les répondants indiquaient l'intensité avec laquelle ils ressentaient les émotions présentées (Batra et Ray, 1986 ; Holbrook et Batra, 1987). Cette méthode est particulièrement adaptée aux mesures de l'expérience subjective d'une émotion (Derbaix et Poncin, 2005). Dans cette perspective, nous avons mesuré les émotions ressenties avant et après exposition aux visuels via l'échelle PAD (Plaisir, Activation, Dominance ; Mehrabian et Russel, 1974). Cette échelle sémantique différentielle se compose de 18 items, avec 6 items pour mesurer chaque dimension. Elle nous permettait ainsi de tester : (1) l'effet de la situation de saillance de mortalité sur les émotions ressenties, en comparant les émotions avant et après exposition ; (2) les différences d'intensité des émotions ressenties entre les trois conditions (forte, faible et groupe de contrôle).

Lichtlé et Plichon (2005) précisent que grâce à l'échelle PAD, toute réponse affective peut être représentée dans un espace à trois dimensions indépendantes et bipolaires, que sont :

- le plaisir, qui fait référence à un état positif et traduit le degré de bien-être et de satisfaction de l'individu. Elle se mesure par exemple par des paires d'items comme satisfait / insatisfait ou heureux / malheureux ;
- l'activation, qui est une dimension physiologique qui fait référence à l'activité physique ou la vivacité mentale de l'organisme ;
- la dominance, qui fait référence à la sensation de pouvoir, de contrôle ou d'influence sur une situation donnée.

Dans le cadre du premier pré-test, les trois dimensions ont été conservées, car elles nous semblaient pertinentes au regard de l'objet de recherche. Les tableaux suivants présentent les items de l'échelle PAD initiale, ainsi que ceux qui ont été retenus pour le pré-test.

Tableau 5.1.4. Items de l'échelle PAD de Mehrabian et Russell (1974), traduite par Dion (1999) pour les dimensions de plaisir et dominance et Lebrun (1996) pour la dimension activation

Plaisir	Activation	Dominance
- Malheureux / heureux	- Animé / endormi	- Guidé / autonome
- Triste / joyeux	- Excité / non excité	- Dépendant / indépendant
- Désespéré / rempli d'espoir	- Calme / enflammé	- Mené / meneur
- Ennuyé / délassé	- Relaxé / stimulé	- Impuissant / puissant
- Contrarié / content	- Apaisé / agité	- Soumis / maître de soi
- Satisfait / insatisfait	- Survolté / tranquille	- Influencé / influent

Toutefois, après un premier pré-test sur un échantillon restreint d'individus appartenant à la cible, nous nous sommes aperçus que certains items employés étaient mal compris, et que d'autres ne convenaient pas en tant qu'antonymes. Nous avons donc modifié certains items, de façon à obtenir l'échelle suivante. Certains adjectifs ont été remplacés (en gras), d'autres ont été supprimés.

Tableau 5.1.5. Items de l'échelle PAD modifiés sur la base du pré-test

Plaisir	Eveil	Contrôle
- Malheureux / heureux	- Eveillé / endormi	- Guidé / autonome
- Triste / joyeux	- Excité / non excité	- Dépendant / indépendant
- Désespéré / confiant	- Calme / énergique	- Dominé / dominant
- Lassé / divert	- Relaxé / stimulé	- Impuissant / puissant
- abattu / réjoui	- Apaisé / agité	- Contrôlé / maître de soi
- Satisfait / insatisfait	- Paisible / emporté	- Influencé / influent

2.2.2.3. Les résultats du premier pré-test

Le premier pré-test s'est déroulé sur la base d'un échantillon de 195 individus. Il a été réalisé selon deux critères: l'âge des répondants et le degré d'intensité de la situation de saillance de mortalité. La constitution de l'échantillon des pré-tests est présenté dans le tableau 5.1.6.

Tableau 5.1.6. Constitution de l'échantillon du premier pré-test

	Age des répondants	
	40-59 ans	60-79 ans
Saillance de mortalité forte	33	27
Saillance de mortalité faible	31	36
Groupe de contrôle	35	33
Echantillon final	N=195	

Les questionnaires créés pour les trois conditions expérimentales ont été construits selon les mêmes règles. Après exposition au visuel correspondant à la condition expérimentale, nous avons donné la consigne suivante aux répondants :

« Regardez maintenant attentivement l'image ci-dessous ; Puis, après exposition :
A quoi cela vous fait-il penser ? Prenez votre temps et indiquez librement tous les éléments qui vous viennent à l'esprit (opinions, émotions, idées, situations etc.) ».

Chaque répondant était amené à répondre aux items de l'échelle PAD avant et après exposition au visuel. L'épuration de l'échelle PAD via une analyse factorielle a permis de mettre en évidence quatre dimensions, que sont le plaisir, l'agitation, la dominance et l'éveil (avec un α de Cronbach global de 0,765). Après épuration de l'échelle, l'analyse de la variance à un facteur (ANOVA) a permis d'établir des différences de moyennes significatives en termes d'intensité perçue des trois conditions expérimentales pour les deux tranches d'âge étudiées. L'ANOVA permet en effet de déterminer si une ou plusieurs variables explicatives nominales ont une influence significative ou non sur une variable à expliquer (Evrard et *alii.*, 2009). L'analyse de la variance nous a permis de répondre à deux questions successives :

- Y a-t-il un lien entre la situation de saillance de mortalité et les mesures affectives ?
- Quelles sont les modalités de la situation de saillance de mortalité (faible, forte, contrôle) qui rendent le plus compte de cette relation ?

L'ANOVA à un facteur a été menée sur chacune des quatre dimensions, avec comme critère la variable « saillance de mortalité ». Le test de Fisher s'est révélé significatif sur les quatre dimensions. Ainsi, il existe bien une différence de moyenne significative entre les trois conditions expérimentales pour les quatre dimensions de l'échelle PAD. De plus, le test de Tukey et le test de comparaisons multiples de Duncan ont été mobilisés afin de préciser quelles étaient les variables qui étaient supérieures aux autres dans le cas de différences significatives dans les comparaisons par paire (Carricano et *al.*, 2010). Les résultats obtenus lors de ce premier pré-test sont synthétisés dans le tableau 5.1.7.

Tableau 5.1.7. Synthèse des résultats liés l'échelle PAD du premier pré-test

		Dimension Plaisir		Dimension Agitation		Dimension Dominance			Dimension Eveil	
		1	2	1	2	1	2	3	1	2
Tukey	SMForte	-0,518		0,827		-0,600			-0,310	
	SMfaible	0,109		-0,474		0,044			-0,286	
	GC	0,349		-0,262		0,572			0,671	
	Sign	1,000	0,315	0,319	1,000	1,000	1,000	1,000	0,988	1,000
Duncan	SMForte	-0,518		0,827		-0,600			-0,310	
	SMfaible	0,109		-0,474		0,044			-0,286	
	GC	0,349		-0,262		0,572			0,671	
	Sign	1,000	0,147	0,150	1,000	1,000	1,000	1,000	0,881	1,000

Dimension Plaisir. Le test de Tukey montre qu'il existe une différence significative entre la saillance de mortalité forte et les deux autres groupes expérimentaux (saillance de mortalité faible et groupe de contrôle). L'autre test confirme ce résultat et montre que le score plaisir est significativement plus faible en réponse à une condition forte relativement à la condition faible. Les tests suggèrent en revanche qu'il n'y pas de différence significative entre le groupe de contrôle et la condition faible sur la dimension plaisir. Ce dernier résultat est peu étonnant dans la mesure où les visuels du groupe de contrôle et de la condition faible présentent des éléments susceptibles de susciter un affect négatif.

Dimension Agitation. Le test de Tukey montre qu'il existe une différence significative entre la saillance de mortalité forte et les deux autres groupes expérimentaux (saillance de mortalité faible et groupe de contrôle). L'autre test confirme ce résultat et montre que le score d'agitation est significativement plus fort en réponse à une condition forte relativement à la condition faible. Les tests suggèrent en revanche qu'il n'y pas de différence significative entre le groupe de contrôle et la condition faible sur la dimension agitation.

Dimension Dominance. Le test de Tukey montre qu'il existe une différence significative entre les trois groupes expérimentaux (saillance de mortalité forte, faible et groupe de contrôle) sur la dimension dominance. L'autre test confirme ce résultat et montre que le score dominance est significativement plus faible en réponse à une condition forte relativement à la condition faible et qu'il est significativement plus faible en réponse à la condition faible relativement au groupe de contrôle. La dimension dominance est la seule qui suggère une différence significative entre les trois groupes simultanément.

Dimension Eveil. Le test de Tukey montre qu'il existe une différence significative entre la saillance de mortalité forte et les deux autres groupes expérimentaux (saillance de mortalité faible et groupe de contrôle). L'autre test confirme ce résultat et montre que le score éveil est significativement plus fort en réponse à une condition forte relativement à une condition faible. Les tests suggèrent en revanche qu'il n'y pas de différence significative entre le groupe de contrôle et la condition faible sur la dimension éveil.

En conclusion, l'objectif du premier pré-test était de vérifier si les deux intensités des conditions de saillance de mortalité considérées étaient bien différentes en termes de réponses affectives suscitées à l'aide de l'échelle PAD. Nous avons ainsi mis en évidence le fait que la condition forte suscitait bien des sentiments liés au plaisir et à la dominance significativement plus faibles que la condition faible. Le rappel explicite de la mortalité est susceptible de susciter un sentiment lié à une perte de contrôle sur sa vie. De plus, la condition forte suscite une agitation et un éveil significativement plus forts que la condition faible : le rappel explicite de la mortalité suscite une activation de son activité physique et mentale.

2.2.2.4. Les limites du premier pré-test

Après réflexion quant à la pertinence de ce premier pré-test, nous en sommes venus à considérer deux limites principales.

La première concerne la pertinence de l'utilisation de l'échelle PAD dans le cadre de la vérification des manipulations expérimentales. Notre objectif était de vérifier que les manipulations expérimentales étaient bien perçues par les répondants (Perdue et Summers, 1986). Or, en utilisant l'échelle PAD, nous avons considéré que l'intensité de la situation de saillance de mortalité se mesurait uniquement ou principalement via les émotions ressenties (positives ou négatives). Cependant, cela ne correspond pas à la définition donnée de la saillance de mortalité, qui est bien distincte du concept d'anxiété à l'égard de la mort ou de l'attitude à l'égard de l'idée de sa propre mort. En effet, la saillance de mortalité est une situation de rappels de sa condition d'être mortel, selon deux dimensions : la dimension physique et la dimension cognitive. En ce sens, les deux intensités différentes ne se distinguent pas selon l'intensité des émotions suscitées, mais plutôt selon les composantes des situations considérées et les pensées que ces dernières génèrent. Cette première limite a

été corrigée lors du second pré-test via la création d'items correspondant au « degré de saillance de mortalité perçue ».

La seconde limite porte sur la non prise en compte des effets de confusion (*confounding effect*). Ce problème était particulièrement frappant pour le visuel destiné à la condition de saillance de mortalité forte (voir tableau 5.1.3). Comment être sûr que ce sont bien les rappels de l'idée de sa propre mort qui causent les effets observés ? En effet, le visuel présente d'autres dimensions susceptibles de créer un effet de confusion : la douleur visible des proches (avec les personnages en pleur), le sexe, le lieu (le cimetière), le pays considéré, l'âge des personnages etc. Dans le second pré-test, nous avons également cherché à contrôler cela, dans la mesure du possible, en mobilisant un autre visuel pour cette condition.



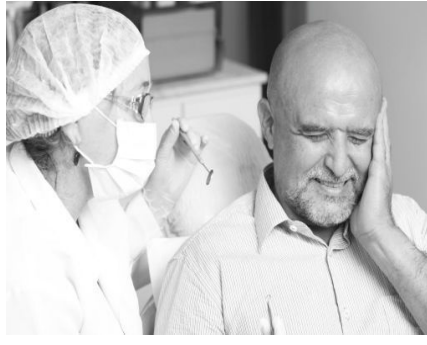
2.2.3. Le second pré-test : mesure du degré de saillance de mortalité perçue

2.2.3.1. Le choix des visuels

Sur la base des limites reconnues lors du premier pré-test, nous avons sélectionné un nouveau visuel pour la condition de saillance de mortalité forte. Les visuels relatifs aux conditions de saillance de mortalité faible et de contrôle n'ont pas été modifiés, car ils nous semblaient pertinents au regard de l'objectif de la recherche. En particulier, le visuel lié à la condition faible ne semblait pas poser de problème en termes d'effet de confusion. De la même manière, le visuel lié à la condition forte dans le cadre de ce second pré-test a été trouvé sur internet. Il présente une situation de rappel de mortalité via la mise en scène d'un enterrement dans un cimetière. Les personnages mis en scène sont présentés de dos, pour éviter au mieux d'éventuels effets de confusion.

Le tableau 5.1.8 présente alors les trois visuels de chacune des conditions expérimentales lors du second pré-test.

Tableau 5.1.8. Les visuels des trois conditions expérimentales lors du second pré-test

Saillance de mortalité forte	Saillance de mortalité faible	Groupe de contrôle
		

2.2.3.2. La mesure du degré de saillance de mortalité perçue

Afin de répondre à la première limite du premier pré-test, nous avons également modifié la mesure des manipulations expérimentales. Plutôt que d'utiliser une mesure des réponses affectives (via l'échelle PAD), nous nous sommes intéressés au **degré de saillance de mortalité perçue**. Avant de définir cette notion, plusieurs éléments sont à préciser afin de clarifier la suite de notre développement méthodologique :

- Rappelons que la saillance de mortalité est définie comme une situation suscitée par des rappels de la perspective de fin de vie. La manipulation considérée n'a donc pas pour but de susciter plus ou moins d'anxiété à l'égard de la mort ; mais de susciter des rappels de la perspective de fin de vie de façon plus ou moins forte. Il nous a fallu donc créer une mesure du degré de saillance de mortalité perçue, afin de mesurer l'intensité des pensées suscitées par la situation de saillance de mortalité. La question de savoir si la saillance de mortalité suscite une anxiété à l'égard de sa propre mort, de la douleur des proches, du devenir du corps mort etc. n'est donc pas ce qui nous intéresse ici.
- Ainsi, la dimension émotionnelle correspondant à l'anxiété à l'égard de la mort est appréhendée ici comme une variable stable de la personnalité. Elle est donc envisagée comme un modérateur. Nous pensons en effet que la situation de saillance de mortalité a certes, un pouvoir anxiogène, mais elle ne suscite pas nécessairement une anxiété à l'égard de la mort parmi les individus de plus de 40 ans. De plus, les recherches antérieures montrent, nous l'avons vu, que la saillance de mortalité ne

suscite pas nécessairement une anxiété face à la mort, du fait des mécanismes de défense proximale, immédiatement mis en œuvre après exposition.

Précisons maintenant ce que nous entendons par **degré de saillance de mortalité perçue**. La section 3 du chapitre 2 nous a permis de définir clairement le concept de saillance de mortalité. Ainsi, Landragin (2004) définit la saillance (ou prégnance) comme l'émergence d'une figure sur un fond. Elle permet de comprendre pourquoi certains éléments sont plus compris et retenus que d'autres. La saillance dirige l'attention de l'exposant et oriente le processus d'interprétation. L'auteur fait la distinction entre :

- la saillance physique, liée à la trace physique du message : ce qui ressort en premier de la perception d'un message, compte tenu de ses composants physiques ;
- la saillance cognitive, liée aux processus cognitifs et aux spécificités du sujet : ce qui ressort en premier de la perception d'une scène, compte tenu des représentations mentales de l'utilisateur, de ses intentions de perception, de son attention visuelle, de sa mémoire, de ses expériences, etc.

Sur la base de ces éléments, nous avons rédigé des items nous permettant de mesurer le degré de saillance de mortalité perçue, afin de vérifier que les deux situations (faible et forte) étaient bien perçues différemment par les répondants. En ce sens, nous avons défini le degré de saillance de mortalité perçue comme ayant deux dimensions :

- **le degré de saillance de mortalité physique perçue**, correspondant au degré auquel les rappels de la mortalité sont des éléments qui ressortent en premier de la perception du visuel, compte tenu de ses composantes ;
- **le degré de saillance de mortalité cognitive perçue**, correspondant au degré auquel les rappels de la mortalité sont des éléments qui ressortent en premier de la mise en scène du visuel, compte tenu des représentations mentales de l'individu, de ses intentions de perception, de son attention visuelle, de sa mémoire, de ses expériences.

Nous avons ainsi défini les items présentés dans le tableau 5.1.9. Ils ont été formulés de telle sorte qu'ils permettent véritablement de discriminer les deux visuels mobilisés, avec des adverbes tels que « fortement » ou « particulièrement ». Cette mesure correspond aux vérifications des manipulations expérimentales.

Tableau 5.1.9. Items de la mesure du degré de saillance de mortalité perçue lors du second pré-test

Degré de saillance de mortalité perçue	
Degré de saillance de mortalité physique perçue	Degré de saillance de mortalité cognitive perçue
1. Le visuel qui m'a été présenté précédemment montre de façon fortement explicite l'idée de sa propre mort. 2. Le visuel qui m'a été présenté précédemment met en évidence de façon fortement explicite la thématique de la mort. 3. Pour moi, ce qui ressort en tout premier du visuel est la perspective de la mort. 4. Le visuel présenté me rappelle fortement l'idée de ma propre mort.	5. Dans le visuel présenté, les rappels liés à la mort ont particulièrement attiré mon attention. 6. Pour moi, le visuel présente une forte connotation émotionnelle.

Les items présentés dans le tableau 5.1.9 ont été légèrement modifiés pour le terrain final. En particulier, l'item 6 a été précisé, de sorte à créer deux items : « *Pour moi, le visuel présente une forte connotation émotionnelle positive* », et « *Pour moi, le visuel présente une forte connotation émotionnelle négative* ». Le tableau 5.1.10 présente les items finalement retenus pour le terrain final.

Tableau 5.1.10. Items de la mesure du degré de saillance de mortalité perçue lors de l'enquête finale

Degré de saillance de mortalité perçue	
Degré de saillance de mortalité physique perçue	Degré de saillance de mortalité cognitive perçue
1. Le visuel qui m'a été présenté précédemment montre de façon fortement explicite l'idée de sa propre mort. 2. Le visuel qui m'a été présenté précédemment met en évidence de façon fortement explicite la thématique de la mort. 3. Pour moi, ce qui ressort en tout premier du visuel est la perspective de la mort. 4. Le visuel présenté me rappelle fortement l'idée de ma propre mort.	5. Dans le visuel présenté, les rappels liés à la mort ont particulièrement attiré mon attention. 6. Pour moi, le visuel présente une forte connotation émotionnelle positive. 7. Pour moi, le visuel présente une forte connotation émotionnelle négative.

Cette mesure a donc été insérée à la fin du questionnaire lors du second pré-test (seconde collecte des données) et lors de l'enquête finale, afin de vérifier les manipulations de l'intensité de la saillance de mortalité, quand bien même les pré-tests s'avéraient concluants.

2.2.3.3. Les résultats du second pré-test

Le second pré-test s'est déroulé sur la base d'un échantillon de 238 individus entre février et avril 2013. Il a été également réalisé selon deux critères distincts : l'âge et le degré de saillance de mortalité. La constitution de l'échantillon du second pré-test est présentée dans le tableau 5.1.11.

Tableau 5.1.11. Constitution de l'échantillon du second pré-test

	Age des répondants	
	40-59 ans	60-79 ans
Saillance de mortalité forte	37	50
Saillance de mortalité faible	38	33
Groupe de contrôle	42	38
Echantillon final	N=238	

Les questionnaires créés pour les trois conditions expérimentales ont été construits selon les mêmes règles. Après exposition au visuel, nous avons conservé la question ouverte, destinée à laisser le répondant s'exprimer sur la façon dont il perçoit le visuel. Puis, à la toute fin du questionnaire, nous avons mobilisé l'échelle de mesure du degré de saillance de mortalité perçue. L'analyse factorielle exploratoire menée sur cette échelle rend compte d'une seule dimension. L'ANOVA à un facteur a été menée sur le degré de saillance de mortalité perçue, avec comme critère la variable « saillance de mortalité ». Le test de Fisher s'est révélé significatif ($F=180,87$; $p=0,000$) : il existe bien une différence de moyenne significative entre les trois conditions expérimentales pour la mesure du degré de saillance de mortalité perçue. De plus, le test de Tukey a été mobilisé afin de préciser quelles étaient les variables qui étaient supérieures aux autres dans le cas de différences significatives. Les résultats obtenus sont synthétisés dans le tableau 5.1.12.

Tableau 5.1.12. Résultats du test de Tukey sur la mesure du degré de saillance de mortalité perçue lors du second pré-test

		N	Saillance de mortalité perçue		
			1	2	3
Tukey	GC	80	-1,0868	0,2972	0,7568
	SMfaible	71			
	SMForte	87			
Sign			1,000	1,000	1,000

Ces résultats montrent donc que les trois degrés de saillance de mortalité perçue ont bien été discriminés par les répondants lors du second pré-test, de sorte que le visuel fort a

été défini comme présentant un degré de saillance de mortalité perçue plus fort que le visuel faible et que le visuel du groupe de contrôle. Ces résultats nous ont permis de conserver ces mêmes visuels pour l'enquête finale.

2.2.4. Synthèse des pré-tests : les visuels de l'enquête finale

Pour conclure, les deux pré-tests quantitatifs successifs nous ont permis de sélectionner les visuels pour créer des conditions de saillance de mortalité. Les visuels retenus pour l'enquête finale sont ceux du second pré-test et sont rappelés dans le tableau 5.1.13. Les histogrammes (tableau 5.1.14) montrent également que les populations pour les trois conditions expérimentales semblent bien distribuées.

Tableau 5.1.13. Les visuels des trois conditions expérimentales lors de l'enquête finale



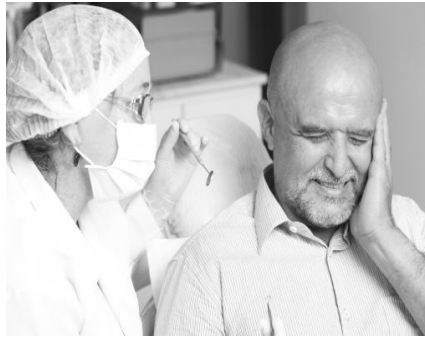
Saillance de mortalité forte	Saillance de mortalité faible	Groupe de contrôle
		

Tableau 5.1.14. Les statistiques descriptives relatives aux trois degrés de saillance de mortalité perçue lors de l'enquête finale

<p>Saillance de mortalité forte</p>	<p>Moyenne = 4,52 Variance= 1,341 Ecart type= 1,158 Asymétrie= -0,65 Aplatissement= 0,886</p>	
<p>Saillance de mortalité faible</p>	<p>Moyenne = 3,9817 Variance= 1,954 Ecart type= 1,398 Asymétrie= -0,543 Aplatissement=-0,362</p>	
<p>Groupe de contrôle</p>	<p>Moyenne = 2,935 Variance= 2,348 Ecart type= 1,532 Asymétrie= -0,543 Aplatissement= -0,362</p>	

3. Le déroulement de l'expérimentation et sa validité

3.1. Le déroulement de l'expérimentation

L'enquête finale a été réalisée entre juillet et août 2013 et dans le cadre d'une société d'études. Notre échantillon s'est composé là encore d'individus de deux tranches d'âge, à savoir les 40-59 ans et les 60-79 ans. Ce choix se justifie notamment par le fait que l'attitude à l'égard de la mort est en élément potentiellement discriminant entre ces individus. Erikson (1978) montre d'ailleurs qu'à un âge avancé, l'individu atteint une forme de sagesse et d'acceptation qui le pousse à aborder l'idée de mort de façon plus sereine. La collecte des données s'est faite sur la base d'un questionnaire en ligne auto-administré, sans la présence de l'enquêteur. Ce choix s'explique notamment par le caractère tabou ou délicat de la thématique abordée. Il a été de plus demandé aux répondants de veiller à compléter le questionnaire seul.

3.2. La présentation du questionnaire

Churchill (1998, p. 343) souligne que « *le questionnaire doit susciter et maintenir l'intérêt du répondant* ». En ce sens, notre questionnaire respecte les recommandations de Lambin (1990) liées à l'organisation. La première question doit venir intéresser et stimuler la curiosité du répondant. La fiche signalétique est mise à la fin du questionnaire afin de ne pas faire douter les répondants de l'anonymat de l'étude. De plus, le pré-test nous a permis de remarquer qu'augmenter le nombre d'instructions pour chacune des questions permet de conserver l'attention du répondant et l'aide à répondre avec assiduité. Cela permet également de le guider et de faciliter l'administration. Il en va de même pour l'alternance de deux couleurs pour les items d'un même tableau ce qui simplifie l'administration. Nous avons également pu vérifier la clarté de la formulation des questions, leur neutralité afin de ne pas induire des réponses, la simplicité du vocabulaire utilisé, la formulation subjective ou objective selon les besoins et enfin, la formulation négative ou positive des questions.

Le questionnaire est présenté avec une page de couverture, présentant de façon volontairement vague l'objet de la recherche, le titre du chercheur (étudiante) et le logo de l'université, afin de mettre en confiance le répondant. De même, dans cette introduction, nous insistons sur le fait que le questionnaire est strictement anonyme et confidentiel, qu'il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse (afin d'éviter tout risque de désirabilité sociale), et que le

répondant doit répondre aux questions dans l'ordre afin de vérifier que les réponses soient bien liées au visuel. Il est également précisé que les résultats ne sont exploités qu'à des fins académiques.

Le questionnaire s'organise en six parties :

- La première partie se concentre sur la mesure des **variables modératrices et de l'humeur pré-exposition**. Nous avons choisi d'effectuer cette mesure en tout début de questionnaire, avant le visuel, afin d'éviter des biais possibles liés à la situation de saillance de mortalité.
- La seconde partie est centrée sur le visuel de **saillance de mortalité** utilisé. Il est demandé au répondant de regarder attentivement le visuel, puis de répondre à une question ouverte : « *Décrivez précisément quels éléments vous viennent à l'esprit (pensées, sentiments, émotions, situations, expériences, souvenirs etc.)* ». Pour les conditions expérimentales « avec distraction », la question ouverte est suivie de l'élément de distraction, à savoir le jeu de mots et l'échelle PANAS.
- La troisième partie concerne la mesure des variables **dépendantes** susceptibles d'être influencées par la saillance de mortalité (cadre situationnel et préférences produits).
- La quatrième partie est composée uniquement de l'échelle de **mesure de l'anxiété à l'égard de la mort**. Bien que mobilisée en tant que variable modératrice, son utilisation en début de questionnaire aurait biaisé les effets propres au groupe de contrôle et à la condition de saillance de mortalité faible.
- La cinquième se compose des deux **éléments de contrôle**, que sont les variables de contrôle, l'évaluation des attributs des produits présentés en tant qu'attributs orientés prévention vs. promotion (pour vérification de la définition des attributs), la mesure du degré de saillance de mortalité perçue et le contrôle des effets de confusion.
- Enfin, la sixième et dernière partie du questionnaire est relative à la **fiche signalétique** du répondant (âge, sexe, CSP, situation familiale, statut de retraité etc.).

Notons enfin que le questionnaire est imprimé en recto/verso et il est présenté en format portrait, police 12 Times New Roman. Ces deux précautions avaient pour but de limiter la longueur perçue du questionnaire par les répondants. Terminons en précisant à nouveau que le questionnaire comporte une question ouverte immédiatement après exposition au visuel. Pour cela, nous avons donc créé un espace libre de taille suffisamment conséquente afin

d'encourager au maximum la libre expression de l'individu sur la question posée. L'annexe 3 présente le questionnaire de l'enquête finale.

3.3. La validité de l'expérimentation

Selon Cook et Shadish (1994), l'expérimentation privilégie la validité interne au détriment de la validité externe. Toutefois, d'autres chercheurs soulignent bien l'importance des deux pour assurer sa scientificité (Campbell et Stanley, 1966 ; Giannelloni et Vernet, 2001 ; Thiétart et *al.*, 2007). Nous allons dans cette partie évoquer les conditions qui permettent d'assurer une validité externe et interne satisfaisante.

3.3.1. La validité externe de l'expérimentation

Elle repose sur « *la généralisation des résultats à des situations autres que celles qui ont été employées au cours de l'expérimentation* » (Enis et Cox, 1975). Selon les mêmes auteurs, les résultats sont généralisables si l'on peut étendre les résultats :

- (1) de notre échantillon étudié à la population en général,
- (2) des éléments particuliers employés dans l'expérimentation à d'autres éléments (autres individus, autres contextes d'investigation, autres moments ; Gavard-Perret et *al.*, 2008)

Dans cette perspective, nous avons cherché à mobiliser une population hétérogène en termes de sexe notamment et d'origine géographique. Cependant, notre recherche est propre à la situation de saillance de mortalité et nos résultats ne peuvent donc s'étendre à d'autres types de situations. De la même manière, les recherches antérieures sur la TMT démontrent que les résultats sont propres à l'idée de fin de vie : la douleur physique, l'exclusion sociale, la perte d'un proche, l'expérience d'un échec sont des stimuli qui ne produisent pas les mêmes mécanismes de défense que la saillance de mortalité (Baldwin et Wesley, 1996 ; Greenberg, Pyszczynski, Solomon, Simon, et Breus, 1994 ; Greenberg et *al.*, 1995 ; Rosenblatt et *al.*, 1989).

Enfin, nous nous sommes interrogés sur la nécessité d'insérer les visuels dans un **contexte d'exposition particulier**. Derbaix (1995) souligne sur ce point la réelle nécessité d'inscrire davantage les recherches dans des conditions d'exposition réelles afin d'accroître la généralisation des résultats, et donc *in fine* la validité externe. S'agissant du contexte d'exposition, nous suggérons que, du fait de la multitude d'images liées à la mort dans la vie

quotidienne, notre méthodologie se rapproche d'une exposition en situation réelle, et ce, d'autant plus lorsqu'il s'agit de visuels. L'utilisation de deux conditions expérimentales (saillance de mortalité faible et saillance de mortalité forte) permet également de contribuer à la validité externe. Seule l'instruction pré-exposition, incitant les individus à se concentrer sur le visuel proposé, est un élément de manipulation artificielle de notre expérimentation. Globalement, nous pensons que la thématique choisie dans cette recherche, présente dans de nombreuses situations (Enis et Cox, 1975), nous permet d'assurer une validité externe acceptable.

3.3.2. La validité interne de l'expérimentation

La validité interne est assurée lorsque « *les variations de la variable dépendante (ou à expliquer) sont causées uniquement par les variations de la variable indépendante (ou explicative)* » (Evrard et alii., 2003). Cela suggère qu'aucune autre variable ne doit venir biaiser les liens principaux du modèle : de telles variables sont donc à contrôler. Plusieurs éléments permettent d'assurer une validité interne satisfaisante : un plan d'expérience étudié et un contrôle des biais potentiels minutieusement respecté.

3.3.2.1. La vérification du plan d'expérience

Le plan d'expérience a été soigneusement élaboré afin d'assurer une validité interne satisfaisante. Selon Howell (1998), la vérification de la validité du plan d'expérience comprend cinq étapes principales : le contrôle des variables exogènes, l'égalité des traitements, la normalité des données, l'indépendance des observations et l'orthogonalité des variables manipulées.

Avant d'aborder les étapes préconisées, notons que la validité interne dépend avant tout du choix des variables mobilisées. Celles-ci doivent être en cohérence avec les éléments théoriques et la problématique de recherche. Dans cette recherche, la saillance de mortalité est mobilisée et manipulée au regard de la question de recherche, elle-même fondée sur des éléments théoriques issus de la littérature. De plus, les hypothèses ont été rédigées sur la base d'une justification théorique et des résultats de l'étude exploratoire qualitative. Les variables mobilisées se veulent donc pertinentes au regard de la revue de littérature et des résultats du terrain.

Le contrôle des variables exogènes

Cette étape consiste à s'assurer, dans la mesure du possible, qu'aucune variable exogène, autre que celles considérées dans la recherche, ne vient influencer les variables dépendantes (Cook et Campbell, 1979 ; Thiétart et *al.*, 2007). Pour cela, plusieurs précautions ont été prises : l'affectation aléatoire des individus de l'échantillon, la prise en compte des effets de confusion potentiels et la prise en compte de variables de contrôle.

Dans un premier temps, les individus sont affectés aléatoirement aux différents groupes expérimentaux (Cook et Shadish, 1994) ce qui assure un premier contrôle, tout en respectant la répartition en termes d'âge. Cela permet d'obtenir au mieux des groupes d'individus équivalents et comparables du point de vue de leurs caractéristiques individuelles (Malhotra et *al.*, 2007 ; Evrard et *al.*, 2009). Cela permet également de s'assurer que les variations des réponses aux conditions expérimentales sont effectivement imputables au plan d'expérience et non à des explications alternatives (telles que d'éventuelles caractéristiques des répondants ou des biais d'échantillonnage ; Cook et Campbell, 1979). Notons cependant que cette précaution n'est efficace que dans la mesure où la taille de l'échantillon est suffisante (Malhotra et *al.*, 2007).

De plus, des items permettant de contrôler d'éventuels effets de confusion ont été insérés à la fin du questionnaire, et cela pour les trois conditions expérimentales. Les items créés, présentés dans le tableau 5.1.14, portent à la fois :

- Sur le visuel lui-même : l'idée est de s'assurer que ce sont bien les rappels de la mortalité (et non d'autres éléments du visuel) qui influencent les variables dépendantes ;
- Sur l'attitude globale du répondant à l'égard du visuel : l'objectif est de vérifier que l'effet potentiel sur la variable dépendante n'est pas lié à une attitude négative à l'égard du visuel, voire à un éventuel rejet immédiat.

Enfin, certaines variables notamment individuelles ont été insérées dans le questionnaire comme co-variables : l'orientation régulatrice chronique, l'humeur, l'état de santé perçu, la perte récente d'un proche, la satisfaction de la vie et la religiosité. Notons à ce stade qu'une co-variable est une variable qui est susceptible d'être corrélée avec la variable dépendante, tout en étant pas d'un intérêt premier pour la recherche considérée (Kinnear et Gray, 2005). Elles se distinguent donc bien des variables modératrices qui peuvent influencer le lien entre les variables principales mais dont le rôle est d'un enjeu majeur pour l'objet de recherche. Il nous a paru donc essentiel de prendre en considération ces variables exogènes afin de

s'assurer qu'elles ne viennent pas biaiser nos résultats. Cependant, comme les questionnaires ont été administrés en ligne, nous n'avons pu contrôler le lieu de l'expérimentation.

Tableau 5.1.15. Les items créés pour contrôler les effets de confusion pour les trois conditions expérimentales

Saillance de mortalité forte	Saillance de mortalité faible	Groupe de contrôle
1. Pour moi, ce qui ressort en premier du visuel est l'idée de mon enterrement.	1. Pour moi, ce qui ressort en premier du visuel est l'idée du dénuement du corps.	1. Je trouve que le visuel présenté est particulièrement désagréable.
2. Pour moi, ce qui ressort en premier du visuel est davantage l'idée de mon enterrement que la représentation de la mort.	2. Pour moi, ce qui ressort en premier du visuel est davantage la représentation d'un cadavre que la représentation de la mort.	2. Je trouve que le visuel présenté est particulièrement repoussant.
3. Je trouve que le visuel présenté est particulièrement désagréable.	3. Je trouve que le visuel présenté est particulièrement désagréable.	3. Je trouve que le visuel présenté est particulièrement choquant.
4. Je trouve que le visuel présenté est particulièrement repoussant.	4. Je trouve que le visuel présenté est particulièrement repoussant.	4. Je rejette le visuel.
5. Je trouve que le visuel présenté est particulièrement choquant.	5. Je trouve que le visuel présenté est particulièrement choquant.	
6. Je rejette le visuel.	6. Je rejette le visuel.	

L'égalité des traitements

Le nombre d'individus interrogés est le même par condition expérimentale (Evrard et *alii.*, 2000), à savoir 30 individus par cellule expérimentale.

La normalité des données

L'examen indispensable de la normalité des variables (médiatrices, modératrices et indépendantes) se fait grâce aux indices d'asymétrie (Skewness) et d'aplatissement (Kurtosis) et à l'histogramme des distributions sur l'échantillon. La valeur absolue de ces coefficients doit être inférieure à 1 (Evrard et *alii.*, 2003). Dans cette recherche, les valeurs des coefficients pour les variables médiatrices et modératrices montrent que la condition de normalité des données semble respectée.

Tableau 5.1.16. La normalité des variables de la recherche

		Asymétrie	Aplatissement
Variables médiatrices	Stratégie d'évitement	-0,155	-0,238
	Stratégie d'approche	-0,371	-0,173
Variables modératrices	Age chronologique	-0,174	-0,870
	Age subjectif	0,086	-0,396
	Estime de soi positive	-0,270	0,193
	Estime de soi négative	0,654	-0,492
	Lieu de contrôle - Externalité	-0,275	-0,262
	Anxiété face à la mort	0,046	-0,984
	Horizon temporel perçu long	-0,315	-0,151
	Horizon temporel perçu court	-0,351	0,061

L'indépendance des observations

Bien que l'affectation des individus soit aléatoire, cette étape consiste à vérifier que les différences liées aux conditions expérimentales ne sont pas biaisées par des différences liées à la répartition des individus dans l'échantillon. Il s'agit donc de montrer que les douze échantillons sont bien identiques sur l'ensemble des variables modératrices, à savoir : l'âge chronologique, la tendance d'âge subjectif, l'estime de soi positive et négative, l'externalité, l'anxiété face à la mort et l'horizon temporel perçu. Pour vérifier cela, des tests de comparaison de moyennes (pour comparer les groupes avec et sans distraction) et des analyses de variance (pour comparer les trois conditions expérimentales) ont été effectuées sur l'échantillon total. Les résultats montrent que les échantillons sont comparables sur l'ensemble des variables modératrices à l'exception d'une seule. Malgré l'affectation aléatoire en amont, il existe en effet une différence significative au seuil de 5% entre les groupes expérimentaux (avec et sans distraction d'une part, et entre les trois conditions expérimentales d'autre part) sur les deux dimensions de la variable horizon temporel perçu. Les échantillons ne sont donc pas comparables sur ce modérateur. Il nous semble que ces différences dans la répartition des individus peuvent être attribuées à la méthode d'échantillonnage : alors que certains répondants provenant de clubs ou d'associations semblaient très investis dans de multiples projets dans leur vie, d'autres provenant de l'entourage du chercheur semblaient en revanche moins actifs et sereins quant au nombre d'années restant à vivre. Du fait de telles différences, nous préférons retirer cette variable de notre modèle.

Tableau 5.1.17. Comparaison des moyennes liées à la répartition des modérateurs sur les échantillons avec et sans distraction

	Avec distraction	Sans distraction	t	Sign.
Age chronologique	57,51	56,07	1,453	0,147
Age subjectif	43,1389	41,3931	1,795	0,074
Estime de soi positive	5,0978	5,1133	-0,172	0,864
Estime de soi négative	2,5611	2,6704	-0,747	0,456
Externalité	3,15	3,2143	-0,498	0,619
Anxiété face à la mort	3,9122	3,5867	1,807	0,072
Horizon temporel perçu long	4,4341	4,11	2,755	0,006
Horizon temporel perçu court	4,7833	4,3944	2,892	0,004

Tableau 5.1.18. Analyse de variance liée à la répartition des modérateurs sur les échantillons des trois conditions expérimentales

	SMForte	SMfaible	GC	F	Sign.
Age chronologique	57,19	57,13	56,03	0,576	0,563
Age subjectif	43,3875	40,6475	42,7729	2,949	0,054
Estime de soi positive	5,145	5,05	5,1217	0,398	0,672
Estime de soi négative	2,5889	2,5667	2,6917	0,276	0,759
Externalité	3,07	3,122	3,369	2,863	0,06
Anxiété face à la mort	3,8133	3,59	3,845	0,787	0,456
Horizon temporel perçu long	4,19	4,7048	3,9143	16,053	0,001
Horizon temporel perçu court	4,9583	4,1917	4,6167	11,270	0,001

De la même manière, il nous semble indispensable de tester l'indépendance des observations en terme d'humeur pré-exposition. Dans cette recherche, cette mesure de l'humeur souhaite répondre à deux objectifs : vérifier qu'il n'existe pas en amont des différences liées à l'humeur entre les trois conditions expérimentales et insérer l'humeur comme co-variable pour contrôler ses effets potentiels lors du test des hypothèses. Ainsi, une analyse de variance a été effectuée, afin de vérifier qu'il n'existait pas des différences liées à l'humeur entre les trois groupes, avant même le test des hypothèses relatives aux conditions de saillance de mortalité. Les résultats montrent bien qu'il n'existe pas de différence significative entre les trois groupes expérimentaux sur les trois dimensions de l'échelle de l'humeur pré-exposition (humeur énergique, humeur agitée et humeur affectueuse). Ce résultat montre que les échantillons sont comparables en terme d'humeur et nous permet

d'écarter l'hypothèse selon laquelle les résultats obtenus dans le cadre du test des hypothèses puissent être liés à l'humeur pré-exposition du répondant.

Tableau 5.1.19. Résultats de l'ANOVA pour la vérification des différences liées à l'humeur pré-exposition entre les trois conditions expérimentales

Variable dépendante	(I) Groupe	(J) Groupe	Différence de moyennes (I-J)	Erreur standard	Signification
Humeur énergétique	SMForte	SMfaible	,01851732	,18348089	,994
		GC	,08464112		,889
	SMfaible	SMForte	-,01851732		,994
		GC	,06612380		,931
	GC	SMForte	-,08464112		,889
		SMfaible	-,06612380		,931
Humeur agitation	SMForte	SMfaible	,13453092	,18330187	,744
		GC	,10016735		,848
	SMfaible	SMForte	-,13453092		,744
		GC	-,03436358		,981
	GC	SMForte	-,10016735		,848
		SMfaible	,03436358		,981
Humeur affectueuse	SMForte	SMfaible	,11833136	,18311563	,795
		GC	-,05578575		,950
	SMfaible	SMForte	-,11833136		,795
		GC	-,17411711		,609
	GC	SMForte	,05578575		,950
		SMfaible	,17411711		,609

L'orthogonalité des variables manipulées

Un plan d'expérience suppose l'orthogonalité des facteurs manipulés. Dans cette recherche, deux facteurs sont manipulés : la présence ou non d'une distraction après exposition au visuel et l'intensité de la saillance de mortalité (forte, faible et groupe de contrôle). La mesure de l'association entre ces deux variables nominales montrent que les deux facteurs manipulés sont bien indépendants : le test de Khi deux n'est pas significatif et la valeur du V de Cramer est extrêmement proche de 0.

3.3.2.2. L'examen des biais

La vérification de la validité interne nécessite l'examen des biais qui peuvent affecter la collecte (Campbell et Stanley, 1966 ; Lambin, 1990). Evrard et *alii.* (2000) en distinguent

huit possibles. Nous avons donc cherché à anticiper ces biais potentiels ainsi que les moyens à mettre en œuvre pour y pallier.

- **L'effet d'histoire** : il fait référence à des événements extérieurs à l'étude qui surviendraient pendant la période de l'étude et seraient en ce sens susceptibles de fausser les résultats. Dans notre recherche, des événements extérieurs tels que la maladie d'un proche susceptible de rappeler des pensées liées à la mort ou tout simplement la perte d'un proche pendant la période de l'étude sont des éléments que nous ne pouvons maîtriser et contrôler du fait notamment de considérations éthiques. Cet effet risque, dans notre cas, de biaiser les résultats. Toutefois, nous avons veillé à ce que notre étude se déroule sur une période relativement courte, de sorte à limiter cet effet.
- **L'effet de maturation** : il décrit une situation dans laquelle les objets d'analyse changent pendant le cours de l'étude. Nous avons veillé à ce que les questionnaires ne soient pas trop longs à compléter, soit vingt minutes maximum, afin de limiter tout changement propre aux répondants. De plus, notre recherche étant menée, entre autres, auprès d'individus seniors, nous avons veillé à ce que le questionnaire ne soit pas trop fatiguant ni lassant.
- **L'effet de test** : il s'agit d'une situation dans laquelle les individus interrogés subissent plusieurs fois le même test à intervalles relativement rapprochés lors d'une étude longitudinale. Pour notre part, la méthodologie utilisée a été mise en place de telle sorte que chaque répondant ne remplisse le questionnaire qu'une seule fois à un instant t. Ce problème ne se pose donc pas.
- **L'effet d'instrumentation** : il concerne l'instrument de collecte d'informations. Avant le terrain final, le questionnaire final a bien été pré-testé auprès d'individus appartenant à la cible afin de s'assurer de sa lisibilité et de sa compréhension. De même, la présentation a été minutieusement étudiée de sorte que le questionnaire soit facile et plaisant à compléter. Notons également que le questionnaire est principalement composé de questions fermées et qu'une seule et même personne a été chargée de la collecte des données. L'ensemble de ces éléments est susceptible de limiter l'effet d'instrumentation.

- **L'effet de régression statistique** : cet effet introduit l'existence de biais lorsque les individus sélectionnés l'ont été sur la base de scores extrêmes. Cet effet ne concerne pas notre design de recherche.

- **L'effet de sélection** : l'échantillon étudié doit être représentatif de la population de départ pertinente au regard de l'étude. Afin de s'assurer de la représentativité de notre échantillon, nous avons veillé à avoir, sur les deux tranches d'âge considérées, des individus des deux sexes, issus de préférence de différentes zones géographiques (région parisienne et province) et retraités ou toujours en activité.

- **L'effet de mortalité expérimentale** : il concerne la disparition de certains individus pendant l'étude, notamment dans le cadre d'étude longitudinale. Cet effet ne concerne pas notre design de recherche.

- **L'effet de contamination** : cet effet concerne des situations dans lesquelles les individus communiquent sur l'objet d'étude. Afin de limiter cela, dans le cas où les répondants se connaissaient, nous avons veillé à donner comme instruction, lors de la distribution du questionnaire, de ne pas divulguer son contenu, ni même de partager des impressions ou des informations liées à l'étude.

Conclusion de la section 1

Cette première section avait comme objectif de présenter le protocole expérimental de la recherche, ainsi que les éléments qui assurent une validité satisfaisante. Dans cette expérimentation, deux facteurs sont manipulés : l'intensité de la situation de saillance de mortalité et la présence ou non d'une distraction. Une attention particulière a d'ailleurs été accordée aux visuels mobilisés pour les trois conditions expérimentales. L'étude étant réalisée parmi deux tranches d'âge (40-59 ans et 60-79 ans), nous obtenons au total douze groupes expérimentaux.

Notre échantillon final se compose de 360 individus, répartis de façon aléatoire dans les différentes cellules expérimentales. Cependant, deux éléments semblent nuire à la validité de l'expérimentation : l'expérimentation est propre à la situation de saillance de mortalité, sur les modèles des recherches antérieures relatives à la TMT, ce qui peut nuire à la validité externe ; l'utilisation de visuels différents peut nuire à la validité interne de la recherche.

Section 2. L'opérationnalisation, les outils de mesure et la fiabilité des construits mobilisés

Cette recherche doctorale s'appuie sur une expérimentation, manipulant deux facteurs, la saillance de mortalité et la présence ou non d'une distraction. Les construits relatifs aux variables indépendantes, dépendantes et modératrices, ont été sélectionnés avec soin, selon plusieurs critères :

- les échelles de mesure devaient être adaptées aux deux tranches d'âge étudiées ;
- les échelles de mesure devaient présenter de bonnes qualités psychométriques, la majorité des échelles ont d'ailleurs été pré-testées lors de la seconde collecte des données ;
- les échelles de mesure ne devaient pas être trop longues pour éviter un questionnaire lourd à administrer, d'autant plus lorsqu'il s'agit d'étudier des individus seniors.

Cette seconde section a pour objectif de présenter les construits mobilisés dans cette recherche, ainsi que les échelles qui permettent de les mesurer. Tous les outils de mesure sont issus de la littérature existante. La fiabilité et la validité de chacun des construits mobilisés ont fait l'objet d'une analyse lors de la seconde collecte des données (second pré-test) puis lors du terrain final. Ainsi, une mesure est dite **fiable** si elle mesure avec fidélité le concept, c'est-à-dire si on obtient le même résultat en renouvelant la collecte d'information dans les mêmes conditions et avec la même mesure. Une mesure est dite **valide** si elle mesure bien le concept concerné (Evrard et *alii.*, 2003).

Cette section débute par une présentation de la méthodologie utilisée pour l'épuration et la mesure de la fiabilité de chacune des échelles, puis présente successivement les mesures de la variable dépendante, des variables médiatrices, des variables modératrices, des variables de contrôle, puis des variables liées au profil du répondant. En particulier, seront présentés :

- la structure initiale des échelles mobilisées et, si besoin, la structure modifiée par le chercheur avant et après pré-test ;
- les résultats des pré-tests et les éventuelles difficultés rencontrées ;
- et le choix des outils finalement mobilisés avec les résultats liés à leur structure, fiabilité et validité, lors du pré-test et lors de l'enquête finale.

1. La méthodologie de l'épuration des échelles de mesure

Le travail d'épuration et de mesure de la fiabilité de chacun des construits s'est fait en deux étapes successives : d'abord lors du second pré-test (seconde collecte des données), puis lors de l'expérimentation finale. Ainsi, pour chacune des échelles, nous présenterons les résultats obtenus sur ces deux collectes.

Dans un premier temps, et dans le cadre d'une phase exploratoire, chacune des échelles a été épurée via des analyses factorielles afin d'assurer la fiabilité des résultats. Les analyses factorielles exploratoires se sont déroulées en plusieurs étapes :

- **Analyse de l'adéquation des données** afin de s'assurer que les données obtenues pour chacune des échelles étaient factorisables. Elles doivent former un ensemble cohérent afin d'y déceler des dimensions communes (Evrard et *al.*, 2009). Dans ce cadre, il est généralement recommandé d'utiliser l'Analyse en Composantes Principales (ACP) afin d'épurer et de tester l'homogénéité des échelles de mesure (Churchill, 1979). Pour cela, deux indicateurs ont été analysés : le test de sphéricité de Bartlett (qui doit être significatif pour pouvoir rejeter l'hypothèse nulle d'absence de corrélations) et la mesure de précision KMO (qui doit être supérieur à 0,7). Ces deux indicateurs mesurent l'adéquation de l'échantillon pour l'analyse factorielle (Malhotra, 1993).

- **Analyse de la qualité de représentation de chaque item.** Les communalités représentent la part de variance des composantes expliquées par l'item. Au regard des standards statistiques, les items ayant une communalité inférieure à 0,5 ont été systématiquement et successivement éliminés (Carricano et *al.*, 2010).

- **Le choix de la rotation.** Afin d'obtenir une structure factorielle plus simple au sens de Thurstone et pertinente, une attention particulière a été donnée au choix de la rotation. Une rotation Oblimin a été privilégiée au départ, avant d'analyser la matrice de corrélation des composantes. Ainsi, si les corrélations entre les dimensions s'avéraient faibles, alors la rotation Varimax fut privilégiée. A l'inverse, si les corrélations semblaient élevées (supérieures à 0,5), la rotation Oblimin fut conservée. Cette procédure avait comme objectif de ne pas forcer de façon artificielle l'orthogonalité des facteurs.

- **Puis après rotation, analyse de la matrice des composantes ou de la matrice des types.** Deux critères ont été considérés. Les items présents sur une seule dimension et dont les coefficients structurels (ou contributions) étaient inférieurs à 0,5 étaient éliminés. Cela permet de s'assurer que les items conservés sont bien liés à un facteur. De plus, les items qui

saturaient sur plusieurs dimensions en même temps étaient éliminés si la différence de saturation entre les axes était inférieure à 0,3 en valeur absolue (Amine et Forgues, 1993).

- Enfin, après chaque suppression d'item, une lecture attentive a été faite de l'évolution du **pourcentage de variance expliquée**, afin de voir si la suppression de l'item améliorait bien la qualité d'explication des facteurs retenus. Un seuil minimal de 60% a été retenu (Malhotra, 1993 ; Hair et *al.*, 2006).

- Une dernière étape a consisté à calculer la valeur de **l'alpha de Cronbach** par dimension retenue et à analyser la valeur obtenue. Ainsi, l'alpha de Cronbach doit être supérieure à 0,6 (Evrard et *al.*, 1993 ; Malhotra, 1993). Enfin, chaque dimension obtenue a fait l'objet d'une analyse sémantique pour en vérifier la pertinence.

Enfin, dans le cadre d'une analyse factorielle confirmatoire, nous avons souhaité confirmer les dimensions obtenues des échelles de mesure et tester la validité des relations causales entre des variables latentes et des variables observées. Pour cela, à l'aide du logiciel AMOS, nous avons calculé la valeur du ρ de Jöreskog, indicateur de fiabilité, et du ρ de validité convergente, dont la valeur doit être supérieure à 0,5 (Fornell et Larcker, 1981) pour attester d'une bonne validité. Une fois les échelles épurées, nous utilisons les **scores factoriels**, ces derniers étant des estimations de position des participants sur les variables latentes supposées qui ont émergé de l'analyse factorielle (Kinnear et Gray, 2007).

Afin d'éviter les redondances, nous présenterons les résultats obtenus à l'issue des analyses factorielles menées sur chaque échelle de mesure. Pour chaque échelle de mesure, les analyses factorielles ont été menées sur les deux échantillons correspondant aux deux tranches d'âge étudiées, afin de s'assurer de la pertinence de la structure des échelles, pour les 40-59 ans d'une part, et pour les 60-79 ans d'autre part. Pour la majorité des échelles, les épurations effectuées lors du pré-test ont permis d'obtenir une structure identique chez les 40-59 ans et chez les 60-79 ans lors du terrain final. Dans ce cas, par souci de clarté, nous présentons les résultats des analyses factorielles obtenus sur l'échantillon total. Seules trois variables, à savoir l'orientation régulatrice chronique, l'humeur pré-exposition et l'humeur post-exposition ont présenté des structures distinctes entre les deux tranches d'âge. Dans ce cas, nous présentons les résultats obtenus pour en déduire la structure finalement retenue pour le test des hypothèses.

Notons également que nous avons fait le choix de privilégier des échelles de mesure en 7 points, comme le recommandent certains auteurs (Cox, 1980), afin d'accroître la variance observée et la précision des réponses. Alors qu'un échelon de 5 points nous paraissait insuffisant, un échelon de 9 points risquait en revanche de complexifier la tâche de l'administration parmi des individus seniors.

2. La variable dépendante : les préférences produits axés promotion vs. prévention

Les variables dépendantes ou à expliquer sont les variables de réponses comportementales liées à la consommation. Nous avons fait le choix de mesurer uniquement les préférences produits, pour des produits axés promotion vs. prévention. Cette variable liée à la consommation a été introduite dès la première collecte des données (premier pré-test), et a fait l'objet d'une modification pour la seconde collecte des données (second pré-test). En effet, alors que dans le premier pré-test, nous avons mesuré le choix des produits plaisir vs. prudence, nous nous sommes tournés par la suite vers la mesure des préférences pour des produits promotion vs. prévention pour le second pré-test et l'enquête finale.

La mesure du choix des produits plaisir vs. prudence lors du premier pré-test

Cette variable liée au choix de produits a été mesurée selon la méthode suivante. Nous avons proposé une liste de produits aux répondants et nous les avons invité à en choisir au maximum un certain nombre parmi ceux de la liste. Plusieurs points sont à souligner quant au choix de la rédaction de la question. Le choix d'un nombre minimum n'a pas été défini afin de ne pas forcer le répondant à citer des produits qu'il ne souhaiterait pas choisir s'il n'était pas obligé. Un premier pré-test a permis de mettre en évidence une liste de vingt produits, parmi lesquels figuraient dix produits définis comme « plaisir » et dix produits définis comme « prudence ». Dans le cadre de ce pré-test, 22 chercheurs en marketing et en économie ont été mobilisés, afin de leur demander de classer les produits proposés selon deux axes « prudence » ou « plaisir ». Pour tous les chercheurs interrogés, tous les produits ont été attribués aux mêmes catégories correspondantes, ce qui nous a permis de valider ce protocole de mesure.

De plus, nous avons préféré imposer une liste de produits dans un souci de correspondre à notre objet de recherche et ainsi éviter que les réponses données ne soient la conséquence d'un besoin du moment. Enfin, l'instruction donnée avant le choix de produits dans la liste

indique une mise en situation qui fixe au répondant une temporalité (« à l'issue de vos courses ») et un budget maximum à disposition (« vous gagnez 50 euros à dépenser au sein du magasin »). Cela nous permettait de contrôler les besoins en matière de produits alimentaires (pour ne nous concentrer que sur les préférences en réponse au visuel), ainsi que les moyens financiers à disposition de chaque répondant. Notons enfin que les préférences et habitudes alimentaires devaient à ce stade faire l'objet d'une variable de contrôle. Nous avons ainsi obtenu la question et le scénario présentés dans le tableau 5.2.1.

Tableau 5.2.1. Mesure des préférences produits plaisir versus prudence lors du premier pré-test

Imaginez-vous maintenant dans votre supermarché : à l'issue de vos courses, vous gagnez 50 euros à un jeu concours à dépenser au sein du magasin. Parmi les différents produits ci-dessous, indiquez vos préférences en termes d'achats et de consommation en sélectionnant au maximum 10 articles dans la liste suivante :

<input type="checkbox"/> Eau minérale	<input type="checkbox"/> Biscuits apéritifs	<input type="checkbox"/> Biscottes	<input type="checkbox"/> Viennoiseries
<input type="checkbox"/> Pâte à tartiner	<input type="checkbox"/> Fruits & Légumes	<input type="checkbox"/> Glaces	<input type="checkbox"/> Poisson
<input type="checkbox"/> Yaourts 0%	<input type="checkbox"/> Tablettes chocolat	<input type="checkbox"/> Plats cuisinés 0%	<input type="checkbox"/> Crèmes desserts
<input type="checkbox"/> Bonbons	<input type="checkbox"/> Soda	<input type="checkbox"/> Compotes bio	<input type="checkbox"/> Viande
<input type="checkbox"/> Salade verte	<input type="checkbox"/> Margarine anti-cholestérol	<input type="checkbox"/> Chewing-gum	<input type="checkbox"/> Gâteaux chocolat

Une fois les données collectées lors du premier pré-test, nous avons calculé un score de produits plaisir et un score de produits prudence en faisant la somme des produits plaisir et prudence choisis par les répondants. Notre objectif était de percevoir quel choix était majoritaire (score maximal). Les données collectées ont montré que les répondants choisissaient explicitement une majorité de produits plaisir ou prudence, sans égalité de moyennes entre les deux catégories de produits.

Pour autant, plusieurs limites ont orienté notre réflexion vers une autre méthodologie.

- Parmi les dix produits choisis, un individu était donc susceptible de choisir un mix de produits plaisir et prudence. Dans ce cas, l'idée de privilégier le score maximal pour juger d'une préférence à l'égard d'une catégorie de produit donnée ne semblait pas réellement pertinente.
- De plus, notre objectif est moins de cerner le choix d'un produit plutôt qu'un autre, mais plutôt de cerner quels sont, pour un même produit donné, les attributs les plus attractifs pour l'individu, selon leur définition.
- Plus encore, dans le cas où un individu choisirait plus de produits « prudence », comment savoir si ses choix ne révèlent pas une volonté de se faire plaisir par

l'autosatisfaction ou le contrôle de soi par exemple ? Ainsi, prenant comme base la définition des attributs d'un même produit, la dichotomie promotion vs. prévention semblait, d'un point de vue conceptuel, beaucoup plus pertinente et intéressante. Elle implique non pas la nature du produit, mais la façon dont il est présenté au consommateur, et donc la formulation de ses attributs.

- Enfin, le choix d'étudier les préférences produits promotion vs. prévention pourrait apporter des contributions managériales intéressantes, notamment en termes de communication en situation de saillance de mortalité.

La mesure des préférences produits axés promotion vs. prévention lors du second pré-test et de l'expérimentation finale

Cette réflexion nous a amené à élaborer l'échelle de mesure des préférences produits mobilisée dans la seconde collecte des données qui a fait l'objet donc du second pré-test. L'outil de mesure mobilisé a été utilisé par Mishra et *alii.* (2010) dans leur travail sur l'influence de la réception du salaire sur les motivations régulatrices et les préférences produit du consommateur. Nous avons présenté aux répondants différentes catégories de produits, avec pour chacune, deux marques différentes notées A et B qui proposent leur propre produit. Un même produit est présenté selon des attributs axés promotion ou des attributs axés prévention pour les deux marques A et B. Les répondants devaient indiquer leur préférence, pour chaque catégorie de produit, entre les marques A et B sur une échelle en 6 points : (1) = forte préférence pour la marque A ; (6) = forte préférence pour la marque B. Le tableau 5.2.2 présente l'outil de mesure mobilisé. Précisons deux éléments méthodologiques :

- il ne s'agit pas d'une échelle sémantique différentielle présentant deux formulations opposées, mais deux formulations qui diffèrent par la caractéristique principale du produit mise en évidence ;
- la préférence étant définie par Derbaix et Pham (1989) comme « *un type de réaction affective* », elle mesure un degré d'attrait relatif vis à vis d'un objet. Les auteurs soulignent que face à un stimulus donné, il n'existe pas de contenu émotionnel « nul ». Ce point justifie l'utilisation d'une échelle en nombre pair (6 points et non 7).

Les attributs de chaque produit ont été rédigés avec soin, afin de correspondre de façon claire aux deux orientations promotion et prévention et afin d'inciter le répondant à prendre partie pour l'un ou l'autre. Ainsi, certains adverbes tels que « essentiellement », « surtout » ou « avant tout » ont été utilisés pour renforcer l'orientation du message. De plus, le choix de l'échelle en 6 points s'explique également par notre volonté d'inciter le répondant à choisir l'un ou l'autre. Le tableau suivant présente l'échelle des préférences produits utilisée lors du second pré-test.

Tableau 5.2.2. Mesure des préférences produits axés promotion versus prévention lors du second pré-test

Pour chacune des catégories de produit suivantes, indiquez votre préférence pour le produit de la marque A ou celui de la marque B selon leurs principales caractéristiques (1 : forte préférence pour le produit de la marque A ; 6 : forte préférence pour le produit de la marque B). Pour chaque catégorie, les 2 produits A et B ont exactement le même prix.

	PRODUIT DE LA MARQUE A	1	2	3	4	5	6	PRODUIT DE LA MARQUE B
<u>Eau minérale</u>	« Elle aide essentiellement à prévenir les risques de maladies cardiaques »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Elle est essentiellement source d'énergie et très agréable à boire »
<u>Céréales</u>	« Offrez-vous un petit déjeuner capable de prévenir tout risque d'apports insuffisants »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Offrez-vous un petit déjeuner parfumé, délicieux et appétissant »
<u>Bain de bouche</u>	« Il protège surtout vos dents contre le tartre »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Il vous apporte surtout une haleine fraîche »
<u>Savon</u>	« A base d'agents antibactériens afin d'éviter toute infection »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« A base de beurre de karité pour une peau plus douce »
<u>Lessive</u>	« Protège avant tout vos vêtements contre la perte de forme et la décoloration »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Apporte avant tout douceur et senteur à vos vêtements »
<u>Crème solaire</u>	« Protège surtout votre peau des rayons ultraviolets »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Donne surtout à votre peau un teint lisse et éclatant »
<u>Lampe de bureau</u>	« Elle offre une lumière qui protège vos yeux avant tout »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Elle offre un look esthétique qui décore la pièce avant tout »
<u>Vernis de voiture</u>	« Permet essentiellement d'éviter que la peinture ne s'écaille »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Apporte essentiellement de la brillance à votre voiture »
<u>Voyage en Europe</u>	« Offrez-vous des vacances sans ennui et sans vous faire arnaquer ! »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Offrez-vous des vacances mémorables aux meilleurs prix ! »

Afin de s'assurer du bon choix des produits et de la rédaction des différents attributs (promotion vs. prévention), nous avons pré-testé cette mesure lors de la seconde collecte des données (N=238). Ce pré-test avait donc deux objectifs :

- (1) vérifier que les catégories de produits mobilisées étaient bien des catégories de consommation courante, susceptibles d'être connues et accessibles à tous ;
- (2) vérifier que la formulation des attributs des produits correspondait de façon claire et suffisamment discriminante à la dichotomie promotion vs. prévention, toute chose égale par ailleurs (même prix et même volume pour les deux produits promotion et prévention).

Ce pré-test a consisté à insérer à la fin du questionnaire, un tableau demandant aux répondants d'indiquer si les différents attributs présentés étaient selon eux axés « promotion », axés « prévention » ou axés « ni promotion ni prévention ». Pour cela, une définition d'un « attribut axé promotion vs. prévention » a été présentée dans le paragraphe relatif aux instructions. Notons également que, dans les consignes à destination des répondants, nous avons préféré utiliser les termes de « caractéristiques des produits » pour désigner les attributs, afin d'assurer une meilleure compréhension et accessibilité. En termes de présentation, nous avons également inversé l'ordre des attributs promotion et prévention pour chacune des catégories de produit afin d'éviter toute forme de contamination (*i.e.* que l'une des marques ne soit pas assimilé à une orientation prudence et inversement). De plus, comme dit précédemment, nous avons précisé que la quantité et le prix deux produits présentés étaient identiques afin de s'assurer que les résultats obtenus soient bien la conséquence de la manipulation prévention vs. promotion. Enfin, par souci de validité, nous avons fait le choix de conserver cette mesure de vérification dans le questionnaire final.

En conséquence, après le second pré-test et avant d'aborder l'enquête finale, des modifications ont été apportées à cette mesure :

- Les instructions ont été légèrement modifiées, en les complétant par la phrase suivante : « *Pour chaque produit, il vous est demandé d'indiquer la marque qui se rapprocherait le plus de votre préférence réelle* ». L'objectif était d'inviter le répondant à s'interroger au mieux sur ses préférences, quand bien même les deux attributs ne correspondraient pas totalement à leur préférence.
- Une nouvelle catégorie de produit a été insérée, à savoir le service de location de voitures.
- L'intitulé d'une catégorie de produit a été modifié : « bain de bouche » est devenu « dentifrice ».

- La formulation des attributs de la catégorie de produit « lampe de bureau » a été modifiée, afin d'avoir des attributs portant sur le même objet, à savoir la lumière dégagée par la lampe.

Finalement, l'échelle de mesure mobilisée dans l'enquête finale est présentée dans le tableau 5.2.3. Les mêmes règles de présentation et d'inversion des attributs ont été respectées pour éviter des biais de contamination.

Tableau 5.2.3. Mesure des préférences produits axés promotion vs. prévention lors de l'enquête finale

Pour chacune des catégories de produit suivantes, indiquez votre préférence pour le produit de la marque A ou celui de la marque B selon leurs principales caractéristiques. Ainsi, 1 indiquerait une forte préférence pour le produit de la marque A et 6 indiquerait une forte préférence pour le produit de la marque B. Pour chaque produit, il vous est demandé d'indiquer la marque qui se rapprocherait le plus de votre préférence réelle. Pour chaque catégorie, les 2 produits A et B ont exactement le même prix.

	PRODUIT DE LA MARQUE A	1	2	3	4	5	6	PRODUIT DE LA MARQUE B
<u>Eau minérale</u>	« Elle aide essentiellement à prévenir les risques de maladies cardiaques »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Elle est essentiellement source d'énergie et très agréable à boire »
<u>Céréales</u>	« Offrez-vous un petit déjeuner capable de prévenir tout risque d'apports insuffisants »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Offrez-vous un petit déjeuner parfumé, délicieux et appétissant »
<u>Dentifrice</u>	« Il protège surtout vos dents contre le tartre »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Il vous apporte surtout une blancheur éclatante »
<u>Savon</u>	« A base d'agents antibactériens afin d'éviter toute infection »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« A base de beurre de karité pour une peau plus douce »
<u>Lessive</u>	« Protège avant tout vos vêtements contre la perte de forme et la décoloration »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Apporte avant tout douceur et senteur à vos vêtements »
<u>Crème solaire</u>	« Protège surtout votre peau des rayons ultraviolets »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Donne surtout à votre peau un teint lisse et éclatant »
<u>Lampe de bureau</u>	« Elle offre une lumière qui protège vos yeux avant tout et réduit la fatigue »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Elle offre une lumière naturelle qui éclaire au mieux »
<u>Vernis de voiture</u>	« Permet essentiellement d'éviter que la peinture ne s'écaille »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Apporte essentiellement de la brillance à votre voiture »
<u>Société de location de voitures</u>	« Choisissez des modèles de voiture sans trop dépenser »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Choisissez ce qu'il y a de mieux grâce à des modèles de voiture derniers cris »
<u>Voyage en Europe</u>	« Offrez-vous des vacances sans ennui et sans vous faire arnaquer ! »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Offrez-vous des vacances mémorables aux meilleurs prix ! »

De la même manière que pour le second pré-test, une mesure de contrôle de la formulation des attributs promotion vs. prévention a été insérée à la fin du questionnaire lors de l'enquête finale. Cette mesure est présentée dans le tableau 5.2.4.

Tableau 5.2.4. Mesure de contrôle des catégories de produits mobilisées et des attributs formulés promotion versus prévention

Revenons sur la liste des produits présentés précédemment : Pour toutes les caractéristiques présentées, indiquez si elles sont selon vous orientées promotion ou prévention.

Une caractéristique orientée **promotion** est définie comme une caractéristique indiquant la possibilité d'atteindre des résultats positifs (plaisir, satisfaction, stimulation, bien-être etc.).

Une caractéristique orientée **prévention** est définie comme une caractéristique indiquant la possibilité d'éviter des résultats négatifs (éviter les erreurs, les déceptions, l'incompétence, la culpabilité etc.).

		PROMOTION	PREVENTION	NI PROMOTION NI PREVENTION
Eau minérale	« Elle aide essentiellement à prévenir les risques de maladies cardiaques »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Elle est essentiellement source d'énergie et très agréable à boire »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Céréales	« Offrez-vous un petit déjeuner capable de prévenir tout risque d'apports insuffisants »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Offrez-vous un petit déjeuner parfumé, délicieux et appétissant »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dentifrice	« Il protège surtout vos dents contre le tartre »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Il vous apporte surtout une blancheur éclatante »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Savon	« A base de beurre de karité pour une peau plus douce »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« A base d'agents antibactériens afin d'éviter toute infection »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lessive	« Protège avant tout vos vêtements contre la perte de forme et la décoloration »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Apporte avant tout douceur et senteur à vos vêtements »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Crème solaire	« Protège surtout votre peau des rayons ultraviolets »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Donne surtout à votre peau un teint lisse et éclatant »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lampe de bureau	« Elle offre une lumière naturelle qui éclaire au mieux »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Elle offre une lumière qui protège vos yeux avant tout et réduit la fatigue »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vernis de voiture	« Apporte essentiellement de la brillance à votre voiture »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Permet essentiellement d'éviter que la peinture ne s'écaille »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Société de location de voitures	« Choisissez ce qu'il y a de mieux grâce à des modèles de voiture derniers cris »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Choisissez des modèles de voiture sans trop dépenser »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Voyage en Europe	« Offrez-vous des vacances sans ennui et sans vous faire arnaquer ! »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Offrez-vous des vacances mémorables aux meilleurs prix ! »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ainsi, pour chaque catégorie de produit, nous avons pu évaluer si les attributs étaient définis correctement par les répondants. La troisième colonne « ni promotion, ni prévention » donnait l'occasion aux répondants de ne pas se positionner en cas de doute quant à la définition. Nous avons ainsi obtenu les résultats présentés dans le tableau 5.2.5.

Tableau 5.2.5. Résultats liés à la mesure de contrôle de la définition des attributs promotion versus prévention (pré-test et enquête finale)

		PRE-TEST		ENQUETE FINALE	
		Individus le définissant comme "promotion"	Individus le définissant comme "prévention"	Individus le définissant comme "promotion"	Individus le définissant comme "prévention"
Eau aromatisée	« Elle aide essentiellement à prévenir les risques de maladies cardiaques »	22,3%	77,7%	12,8%	81,7%
	« Elle est essentiellement source d'énergie et très agréable à boire »	85,3%	14,7%	75,3%	18,6%
Céréales	« Offrez-vous un petit déjeuner capable de prévenir tout risque d'apports insuffisants »	20,6%	79,4%	22,5%	62,5%
	« Offrez-vous un petit déjeuner parfumé, délicieux et appétissant »	89,5%	10,5%	68,6%	13,3%
Bain de bouche	« Il protège surtout vos dents contre le tartre »	12,6%	87,4%	-	-

	« Il vous apporte surtout une haleine fraîche »	84,5%	15,5%	-	-
Dentifrice	« Il protège surtout vos dents contre le tartre »	-	-	16,9%	78,3%
	« Il vous apporte surtout une blancheur éclatante »	-	-	81,7%	15,8%
Savon	« A base de beurre de karité pour une peau plus douce »	84,5%	15,5%	84,7%	14,7%
	« A base d'agents antibactériens afin d'éviter toute infection »	17,7%	82,8%	17,5%	76,7%
Lessive	« Protège avant tout vos vêtements contre la perte de forme et la décoloration »	23,1%	76,9%	25%	61,9%
	« Apporte avant tout douceur et senteur à vos vêtements »	85,7%	14,3%	68,6%	20,3%
Crème solaire	« Protège surtout votre peau des rayons ultraviolets »	13,4%	86,6%	13,9%	81,1%
	« Donne surtout à votre peau un teint lisse et éclatant »	85,3%	14,7%	80,8%	18,1%
Lampe de bureau	« Elle offre un look esthétique qui décore la pièce avant tout »	90,8%	9,2%	-	-
	« Elle offre une lumière qui protège vos yeux avant tout »	13,4%	86,6%	-	-
Lampe de bureau	« Elle offre une lumière naturelle qui éclaire au mieux »	-	-	83,1%	9,4%
	« Elle offre une lumière qui protège vos yeux avant tout et réduit la fatigue »	-	-	19,2%	70,8%
Vernis de voiture	« Apporte essentiellement de la brillance à votre voiture »	88,7%	11,3%	65%	16,9%
	« Permet essentiellement d'éviter que la peinture ne s'écaille »	15,1%	84,9%	20,6%	65,8%
Service de location de voitures	« Choisissez ce qu'il y a de mieux grâce à des modèles de voiture derniers cris »	-	-	15,6%	60,6%
	« Choisissez des modèles de voiture sans trop dépenser »	-	-	43,3%	34,2%
Voyage en Europe	« Offrez-vous des vacances sans ennui et sans vous faire arnaquer ! »	33,6%	66,4%	9,2%	85,8%
	« Offrez-vous des vacances mémorables aux meilleurs prix ! »	84,5%	15,5%	88,6%	9,4%

Dans le cadre du pré-test, la majorité des attributs semblaient être définis correctement par les répondants. Pour huit catégories de produit considérées, entre 76,9% et 90,8% des répondants définissaient correctement les attributs formulés. Cependant, seulement 66,4% des répondants ont défini l'attribut « *Offrez-vous des vacances sans ennui et sans vous faire arnaquer* » comme étant un attribut prévention, ce qui nous a paru relativement faible. Nous avons cependant fait le choix de la conserver, étant donné qu'elle était définie correctement par la majorité des répondants.

Dans le cadre de l'enquête finale, les résultats montrent que nous ne pouvons conserver la catégorie de produit « service de location de voiture » car les attributs ont été mal définis par les répondants, certainement du fait d'un manque de clarté dans leur formulation. En revanche, les attributs promotion et prévention des catégories de produit « eau aromatisée », « dentifrice », « savon », « crème solaire », « lampe de bureau » et « voyage en Europe » ont bien été définis par les répondants, ce qui nous amène à les conserver pour la mesure des préférences produits. Enfin, le choix de conserver les catégories de produit « céréales », « lessive » et « vernis de voiture » s'est posé, du fait de pourcentage compris entre 62% et 68%. Nous avons ainsi fait le choix de conserver uniquement la catégorie de produit « vernis de voiture », car la part de bonnes réponses (65%) pour les deux attributs se rapproche des deux tiers de l'échantillon total. Le tableau 5.2.6 présente les catégories de produits retenues pour la mesure des préférences produits.

Tableau 5.2.6. Les catégories de produits retenues pour la mesure des préférences produits promotion versus prévention pour l'enquête finale

	Attribut promotion	Attribut prévention
Eau aromatisée	« Elle est essentiellement source d'énergie et très agréable à boire »	« Elle aide essentiellement à prévenir les risques de maladies cardiaques »
Dentifrice	« Il vous apporte surtout une blancheur éclatante »	« Il protège surtout vos dents contre le tartre »
Savon	« A base de beurre de karité pour une peau plus douce »	« A base d'agents antibactériens afin d'éviter toute infection »
Crème solaire	« Donne surtout à votre peau un teint lisse et éclatant »	« Protège surtout votre peau des rayons ultraviolets »
Lampe de bureau	« Elle offre un look esthétique qui décore la pièce avant tout »	« Elle offre une lumière qui protège vos yeux avant tout et réduit la fatigue »
Vernis de voiture	« Apporte essentiellement de la brillance à votre voiture »	« Permet essentiellement d'éviter que la peinture ne s'écaille »
Voyage en Europe	« Offrez-vous des vacances mémorables aux meilleurs prix ! »	« Offrez-vous des vacances sans ennui et sans vous faire arnaquer ! »

Enfin, en prévision du test des hypothèses, nous avons calculé la moyenne des scores obtenus sur chacune des catégories de produit. Un score faible indiquait une préférence pour des produits orientés prévention, alors qu'un score élevé indiquait une préférence pour des produits orientés promotion.

3. Les variables médiatrices : les stratégies d'approche versus d'évitement

La distinction entre approche et évitement a été étudiée dans la littérature en tant que variable de personnalité et variable situationnelle. Dans notre cas, nous l'étudions en tant que variable situationnelle, activée par la situation de saillance de mortalité. Rappelons que la théorie du focus régulateur souligne que les individus peuvent atteindre une certaine forme de satisfaction en adoptant soit une stratégie orientée vers l'accomplissement et la promotion (stratégie d'approche), soit une stratégie orientée vers la sécurité et la prévention (stratégie d'évitement) (Higgins, 1997, 1998 ; Pham et Higgins, 2005). Dans ce cadre, certaines recherches montrent que les deux approches peuvent être suscitées dans un cadre situationnel dans des contextes différents. Ainsi, Friedman et Förster (2001) cherchent à créer une situation d'approche et d'évitement en utilisant des tâches qui activent soit le fait de « rechercher une gratification », soit le fait « d'éviter des punitions ».

Notre approche ici est de considérer l'utilisation d'une stratégie d'approche ou d'évitement dans un contexte situationnel, *i.e.* en réponse à une situation de saillance de mortalité. Nous supposons en effet que les deux stratégies sont indépendantes et que, dans un contexte situationnel, l'une des deux stratégies prédomine, ce qui n'implique pas pour autant l'absence de l'autre.

Afin d'évaluer ces stratégies, plusieurs méthodologies sont proposées dans la littérature (Higgins et *al.*, 1994 ; Emmons, 1986 ; Elliot et Sheldon, 1998 ; Cunningham, Raye et Johnson, 2005). En particulier, Elliot et Sheldon (1998) proposent une question ouverte qui vise à demander aux participants de citer une liste d'objectifs personnels qu'ils aimeraient poursuivre et atteindre pour les mois à venir. Ces objectifs sont décrits dans l'intitulé de la question comme « *les choses que vous essayez typiquement de faire dans votre vie quotidienne* » (p. 1287). Puis, les concepts d'approche et d'évitement étaient présentés aux participants afin de leur demander de préciser si les objectifs cités étaient considérés selon eux comme une stratégie d'approche ou d'évitement.

Cependant, pour éviter les difficultés liées au codage des réponses données par les participants, nous avons opté pour une échelle de mesure des stratégies utilisées par les

individus en situation de saillance de mortalité. Les pré-tests ont été l'occasion de sélectionner l'échelle la plus pertinente pour mesurer ces stratégies. Dans le cadre du premier pré-test, nous avons mobilisé une échelle à 50 items, la *Achievement Goal Questionnaire*, développée par Elliot et Sheldon (1997) qui évalue l'importance pour le répondant de 50 objectifs dans sa vie quotidienne. Parmi ces objectifs, 29 sont formulés selon une orientation d'approche (développer toutes ses capacités, être efficace), 21 sont formulés selon une orientation d'évitement (éviter de perdre du temps, éviter d'être pessimiste). L'évaluation se fait sur la base d'une prise de position du répondant sur une échelle de 1 à 7 (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord) par rapport à la pertinence de chaque but dans sa vie quotidienne à compter du jour de l'administration du questionnaire. Les instructions et les items sont présentés dans le tableau 5.2.7.

Tableau 5.2.7. L'échelle de mesure *Achievement Goal Questionnaire* de Elliot et Sheldon (1997)

« Indiquez maintenant dans quelle mesure chacune des propositions ci-dessous correspond aux buts que vous souhaitez vous fixer à compter de ce jour dans votre vie ».

1. Essayer des activités nouvelles. (App1)
2. Essayer des activités de défi. (App2)
3. Eviter de remettre les choses au lendemain. (Evit1)
4. Développer toutes mes capacités. (App3)
5. Eviter de faire ou dire des choses maladroites. (Evit2)
6. Eviter de perdre du temps. (Evit3)
7. Impressionner les autres par mes réussites. (App4)
8. Eviter de m'inquiéter pour mon travail. (Evit4)
9. Rendre mon entourage fier(e) de moi. (App5)
10. Etre efficace. (App6)
11. Eviter de faire des erreurs irréparables. (Evit5)
12. Ne pas affliger mes parents et/ou mes proches. (Evit6)
13. Bien écrire et parler. (App7)
14. Eviter les situations stressantes. (Evit7)
15. Agir mieux que les autres. (App8)
16. Assumer toutes mes responsabilités. (App9)
17. Eviter d'avoir de mauvais résultats. (Evit8)
18. Etre ponctuel aux rendez-vous. (App10)
19. Eviter d'être perfectionniste. (Evit9)
20. Faire les choses de mon mieux. (App11)
21. Avoir de bons résultats. (App12)
22. Apprendre de nouvelles choses. (App13)
23. Finir mon travail à temps. (App14)
24. Me motiver pour les buts que je me suis fixés. (App15)
25. Travailler dur. (App16)
26. Accomplir quelque chose chaque jour. (App17)
27. Eviter d'être débordée(e) par tout ce que j'ai à faire. (Evit10)

28. Eviter de douter de mon travail. (Evit11)
29. Améliorer mes talents particuliers. (App18)
30. Etre créatif(ve). (App19)
31. Eviter de faire des choses pour lesquelles je ne suis pas fait(e). (Evit12)
32. Ne pas me fixer des buts trop ambitieux. (Evit13)
33. Eviter de rester dans la médiocrité. (Evit14)
34. Etre une bonne personne. (App20)
35. Ne pas prendre de retard dans mon travail. (Evit15)
36. Finir ce que j'ai commencé. (App21)
37. Me distinguer dans certaines activités. (App22)
38. Surmonter les obstacles. (App23)
39. Eviter les échecs. (Evit16)
40. Ne pas être en retard à mes rendez-vous. (Evit17)
41. Avoir des objectifs clairs pour mon avenir. (App24)
42. Aborder des tâches avec optimisme. (App25)
43. Corriger mes faiblesses. (App26)
44. Eviter les situations où mes compétences sont limitées. (Evit18)
45. Me concentrer sur les tâches présentes. (App27)
46. Eviter de paraître inférieur(e) aux autres. (Evit19)
47. Prendre de l'avance dans mon travail. (App28)
48. Eviter de me contenter de peu. (Evit20)
49. Ne pas être paresseux(se). (Evit21)
50. Atteindre mes buts. (App29)

Nous avons cependant fait le choix de ne pas la conserver pour la seconde collecte des données. En effet, d'une part, la longueur de cette échelle a très certainement portée atteinte à la qualité des réponses données par les répondants en alourdissant grandement le questionnaire. De plus, les analyses factorielles du premier pré-test ont donné lieu à une structure particulière après suppression de 21 items. Les 29 items restant présentaient une structure à 4 dimensions avec une variance expliquée de 63,7%. Nous nous sommes donc intéressés aux sens des items qui constituent chacune des dimensions et nous avons obtenu une structure extrêmement proche de l'échelle développée par Elliot et McGregor en 2001 (*Achievement Goal*). Nous présentons dans le tableau 5.2.8 la structure que nous avons obtenu, les intitulés des dimensions au regard de la littérature, ainsi que la valeur des alpha de Cronbach pour chacune des dimensions.

Tableau 5.2.8. Structure de l'échelle *Achievement Goal Questionnaire* à l'issue du premier pré-test

Intitulé des dimensions	Items correspondant	Alpha de Cronbach
Maîtrise – Approche Objectif : comprendre et maîtriser ce que l'on entreprend	App3, App6, App7, App9, App11, App12, App13, App15, App18, App19, App21, App22, App24, App25, App26, App27, App28, App29	0,963
Performance – Approche Objectif : Démontrer ses compétences	App2, App4, App8	0,765
Maîtrise – Evitement Objectif : Eviter la non maîtrise de ce que l'on entreprend	Evit5, Evit7, Evit8, Evit16, Evit17, Evit21	0,842
Performance – Evitement Objectif : Eviter de montrer ses incompétences.	Evit4, Evit9	0,486

A l'issue du premier pré-test, nous avons ainsi retrouvé la même structure que l'échelle de Elliot et McGregor (2001), elle-même constituée de 12 items. De plus, à la suite d'une étude (2010), les auteurs précisent que cet outil présente une bonne validité interne, chacune des dimensions représentant un construit distinct et avec des alphas de Cronbach compris entre 0,83 et 0,94 (Elliot et McGregor, 2001). Nous avons donc fait le choix d'abandonner l'échelle initialement mobilisée dans le premier pré-test (*Achievement Goal Questionnaire*) et de mobiliser l'échelle citée précédemment pour le second pré-test et l'enquête finale. Le tableau 5.2.9 présente donc la structure initiale de l'échelle de Elliot et McGregor (2001) de mesure des stratégies d'approche et d'évitement.

Cette échelle élaborée dans un contexte académique a été adaptée pour les besoins de cette recherche. Ainsi, le contexte de cours a été remplacé par la vie quotidienne, les résultats par les réussites dans sa vie, le contenu du cours par les opportunités à saisir. Nous obtenons ainsi l'échelle présentée dans le tableau 5.2.10 qui a été utilisée pour le second pré-test et le terrain final.

Tableau 5.2.9. Echelle de mesure initiale des stratégies d'approche et d'évitement de Elliot et McGregor (2001) – Achievement Goal Framework

1. Il est important pour moi de réussir mieux que les autres élèves. (<i>performance/approche</i>)
2. Il est important pour moi de bien réussir, comparativement aux autres dans ce cours. (<i>performance/approche</i>)
3. Mon objectif dans ce cours est d'obtenir de meilleures notes que la plupart des autres élèves. (<i>performance/approche</i>)
4. Je me soucie de ne pas apprendre autant de choses que je le pourrais dans ce cours. (<i>maîtrise/évitement</i>)
5. J'ai parfois peur de ne pas comprendre le contenu de ce cours de façon aussi approfondie que je le voudrais. (<i>maîtrise/évitement</i>)
6. Je m'inquiète souvent de ne pas apprendre tout ce qu'il y a à apprendre dans ce cours. (<i>maîtrise/évitement</i>)
7. J'aimerais apprendre autant que possible dans ce cours. (<i>maîtrise/approche</i>)
8. Il est important pour moi de comprendre le contenu de ce cours aussi minutieusement que possible. (<i>maîtrise/approche</i>)
9. Je souhaite maîtriser complètement le contenu de ce cours. (<i>maîtrise/approche</i>)
10. Je veux juste éviter de mal me débrouiller dans ce cours. (<i>performance/évitement</i>)
11. Mon objectif dans ce cours est d'éviter d'échouer. (<i>performance/évitement</i>)
12. Ma peur d'échouer dans ce cours est souvent ce qui me motive. (<i>performance/évitement</i>)

Tableau 5.2.10. Echelle de mesure des stratégies d'approche et d'évitement (Elliot et McGregor, 2001), adaptée au contexte de la recherche

1. Dans ma vie quotidienne, il est important pour moi de mieux réussir que les autres. (<i>performance/approche</i>)
2. Dans ma vie quotidienne, il est important pour moi de bien réussir comparativement aux autres. (<i>performance/approche</i>)
3. Mon but dans ma vie est d'être compétent(e). (<i>performance/approche</i>)
4. Je me soucie de ne pas vivre ma vie aussi intensément que je le pourrais. (<i>maîtrise/évitement</i>)
5. J'ai parfois peur du fait que je pourrais ne pas saisir toutes les opportunités dans ma vie. (<i>maîtrise/évitement</i>)
6. Je m'inquiète souvent de ne pas saisir autant d'opportunités que je le pourrais dans ma vie. (<i>maîtrise/évitement</i>)
7. J'aimerais vivre ma vie aussi intensément que possible. (<i>maîtrise/approche</i>)
8. Il est important pour moi de tirer profit de ce que j'entreprends dans ma vie. (<i>maîtrise/approche</i>)
9. Je veux profiter autant que possible dans ma vie. (<i>maîtrise/approche</i>)
10. Mon objectif dans ma vie est d'éviter de mal me débrouiller dans ma vie. (<i>performance/évitement</i>)
11. Je veux éviter d'échouer dans ma vie. (<i>performance/évitement</i>)
12. Ma peur d'échouer dans ma vie est souvent ce qui me motive. (<i>performance/évitement</i>)

Une analyse factorielle avec rotation Varimax a été menée sur les données du second pré-test et de l'échantillon final. A l'issue du pré-test, 4 items ont été successivement supprimés (items 3, 12, 10 et 11) soit du fait d'une communalité trop faible, soit parce qu'ils

saturaient sur plusieurs axes en même temps. Grâce au pré-test, nous avons obtenu une structure en trois facteurs restituant 78 % de la variance totale. Le tableau 5.2.11 présente les trois dimensions.

Cependant, après analyse sémantique de chaque item, la troisième dimension composée des items 1 et 2 nous semblait peu pertinente, du fait des deux items assez redondants. Nous avons donc fait le choix de les supprimer. La structure finalement retenue à l'issue du pré-test présente donc deux dimensions, appelées stratégie d'approche et stratégie d'évitement. Cette structure explique 73,8% de la variance totale. Les items retenus présentent une communalité satisfaisante (toutes supérieures à 0,6) et semblent bien représentés sur leur axe respectif avec des composantes comprises entre 0,78 et 0,9. Enfin, la structure présente une bonne fiabilité et une validité convergente satisfaisante. La structure reste inchangée après épuration de la mesure sur les résultats de l'enquête finale et ce, pour les deux tranches d'âge étudiées : on retrouve les deux dimensions citées (stratégie d'évitement et stratégie d'approche) qui expliquent 72% de la variance totale (70,6% pour les 40-59 ans ; 71,9% pour les 60-79 ans). Enfin, la fiabilité et la validité convergente de la mesure sont bien vérifiées sur l'échantillon final.

Tableau 5.2.11. Structure obtenue à l'issue de l'épuration de l'échelle des stratégies mobilisées lors du pré-test

Intitulé des dimensions	Items correspondant
Stratégie d'évitement	<p>Item 4: <i>“Je me soucie de ne pas vivre ma vie aussi intensément que je le pourrais.”</i></p> <p>Item 5: <i>“J'ai parfois peur du fait que je pourrais ne pas saisir toutes les opportunités dans ma vie.”</i></p> <p>Item 6: <i>“Je m'inquiète de ne pas saisir autant d'opportunités que je le pourrais dans ma vie.”</i></p>
Stratégie d'approche - Maitrise	<p>Item 7: <i>“J'aimerais vivre ma vie aussi intensément que possible.”</i></p> <p>Item 8: <i>“Il est important pour moi de tirer profit de ce que j'entreprends dans ma vie.”</i></p> <p>Item 9: <i>“Je veux profiter autant que possible dans ma vie.”</i></p>
Stratégie d'approche - Performance	<p>Item 1 : <i>« Dans ma vie quotidienne, il est important pour moi de mieux réussir que les autres. »</i></p> <p>Item 2 : <i>« Dans ma vie quotidienne, il est important pour moi de bien réussir comparativement aux autres. »</i></p>

Tableau 5.2.12. Echelle de mesure des stratégies évitement et approche retenue pour l'enquête finale

Intitulé des dimensions	Items correspondant
Stratégie d'évitement	<p>Item 4: "Je me soucie de ne pas vivre ma vie aussi intensément que je le pourrais."</p> <p>Item 5: "J'ai parfois peur du fait que je pourrais ne pas saisir toutes les opportunités dans ma vie."</p> <p>Item 6: "Je m'inquiète de ne pas saisir autant d'opportunités que je le pourrais dans ma vie."</p>
Stratégie d'approche	<p>Item 7: "J'aimerais vivre ma vie aussi intensément que possible."</p> <p>Item 8: "Il est important pour moi de tirer profit de ce que j'entreprends dans ma vie."</p> <p>Item 9: "Je veux profiter autant que possible dans ma vie."</p>

Tableau 5.2.13. Structure, fiabilité et validité de l'échelle des stratégies mobilisées lors du pré-test

	Items	Contribution factorielle (loading)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rh \hat{o} de Jöreskog	Rh \hat{o} de validité convergente
Evitement	Item 4	0,787	0,621	2,650	44,161%	0,813	0,825	0,616
	Item 5	0,866	0,780					
	Item 6	0,897	0,805					
Approche	Item 7	0,838	0,745	1,780	29,669%	0,814	0,822	0,608
	Item 8	0,821	0,678					
	Item 9	0,895	0,801					

Tableau 5.2.14. Structure, fiabilité et validité de l'échelle des stratégies mobilisées lors de l'enquête finale

	Items	Contribution factorielle (loading)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rh \hat{o} de Jöreskog	Rh \hat{o} de validité convergente
Evitement	Item 4	0,794	0,636	1,368	22,801	0,784	0,792	0,562
	Item 5	0,842	0,741					
	Item 6	0,829	0,735					
Approche	Item 7	0,831	0,730	2,957	49,278	0,822	0,823	0,608
	Item 8	0,832	0,710					
	Item 9	0,868	0,773					

4. Les variables modératrices

Nous présentons maintenant les outils de mesure des variables modératrices, à savoir : l'âge chronologique, la tendance d'âge subjectif, l'estime de soi, le *locus of control* et l'anxiété face à la mort.

4.1. L'âge chronologique

Pour mesurer l'âge chronologique, nous avons le choix entre le fait de demander au répondant son âge exact, son année de naissance ou son appartenance à une catégorie d'âge. Dans cette recherche, comme nous travaillons en partie sur des individus seniors de plus de 60 ans, nous avons préféré leur demander leur année de naissance, afin d'éviter de froisser le répondant et d'éviter un éventuel biais déclaratif. Il s'agissait donc d'une simple question ouverte.

Tableau 5.2.15. Mesure de l'âge chronologique

Quelle est votre année de naissance ?

4.2. L'âge subjectif et la tendance d'âge subjectif

L'âge subjectif représente l'ensemble des représentations cognitives et affectives associées à l'âge et au vieillissement (Guiot, 2001). Il s'agit de l'âge que l'individu pense avoir en termes de sentiments, d'apparence physique, d'activités et de centres d'intérêt (Barak, 1987 ; Barak et Schiffman, 1981). Pour mesurer ce construit, l'échelle la plus couramment utilisée en marketing (Chevalier, 2000 ; Boulbry, 2003) est celle de Barak et Schiffman (1981). On retrouve alors dans cette échelle les quatre composantes citées dans la définition : l'âge associé à son apparence physique, l'âge relatif à ses actes, l'âge relatif à ses centres d'intérêt et l'âge ressenti (Boulbry, 2003). Cette échelle a été traduite et adaptée au contexte français par Guiot (1999) qui a modifié le format de mesure. De nombreuses recherches l'ayant utilisé ont précisé qu'elle présentait une fiabilité et une validité satisfaisante (Guiot, 2001 ; Chevalier, 2000 ; Boulbry, 2003).

Tableau 5.2.16. L'échelle de mesure de l'âge subjectif (Guiot, 2001)

1. En termes d'apparence physique, je me donne ... ans.
2. De manière générale, je fais la plupart des choses comme si j'avais ... ans.
3. J'ai les mêmes centres d'intérêts qu'une personne de ... ans.
4. Au fond de moi-même, j'ai le sentiment d'avoir ... ans.

Cette structure a donc fait l'objet d'une analyse lors du pré-test et de l'enquête finale. Ces deux étapes nous ont permis de retrouver une structure unidimensionnelle à 4 items, et ce pour les deux tranches d'âge étudiées, qui expliquent 67,3% de la variance d'après les résultats de l'enquête finale. La variance totale expliquée est également proche de 67% après

analyse factorielle sur l'échantillon des 40-59 ans et sur l'échantillon des 60-79 ans. Cette structure présente une bonne fiabilité (avec un ρ de Jöreskog supérieur à 0,8) et une validité satisfaisante sur les deux échantillons étudiés.

Tableau 5.2.17. Structure, fiabilité et validité de l'échelle d'âge subjectif lors du pré-test

	Items	Contribution factorielle (<i>loading</i>)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rhô de Jöreskog	Rhô de validité convergente
Age subjectif	Item 1	0,829	0,688	2,890	72,239%	0,870	0,873	0,633
	Item 2	0,899	0,809					
	Item 3	0,836	0,699					
	Item 4	0,833	0,694					

Tableau 5.2.18. Structure, fiabilité et validité de l'échelle d'âge subjectif lors de l'enquête finale

	Items	Contribution factorielle (<i>loading</i>)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rhô de Jöreskog	Rhô de validité convergente
Age subjectif	Item 1	0,771	0,595	2,693	67,318%	0,837	0,839	0,567
	Item 2	0,855	0,731					
	Item 3	0,818	0,668					
	Item 4	0,836	0,699					

A la différence des autres échelles, nous n'avons pas calculé le score factoriel associé aux quatre items, mais la moyenne des écarts entre l'âge chronologique et chacun des quatre énoncés de l'âge perçu afin de mesurer la tendance d'âge subjectif (Guiot, 2001).

4.3. L'estime de soi

Selon Harter (1998), l'estime de soi se définit comme « *l'évaluation globale de la valeur de soi en tant que personne. Il s'agit de l'évaluation qu'un individu fait de sa propre valeur, c'est-à-dire de son degré de satisfaction de lui-même* ». Dans cette étude, nous retenons la mesure établie par Rosenberg (1965) de l'estime de soi qui permet de mesurer la perception globale de valeur qu'un individu a de lui-même. Cette échelle a l'avantage d'avoir été traduite en français par L'Ecuyer (1978). Il s'agit d'une échelle unidimensionnelle composée de 10 items, 5 items négatifs et 5 items positifs.

Tableau 5.2.19. Echelle de mesure initiale de l'estime de soi (Rosenberg, 1965), traduite par L'Ecuyer (1978)

1. J'ai le sentiment d'être une personne valable au moins autant que les autres. (<i>positif</i>)
2. Je pense avoir un certain nombre de qualités. (<i>positif</i>)
3. Tout compte fait, j'ai tendance à penser que je suis un(e) raté(e). (<i>négatif</i>)
4. Je suis capable de faire des choses au moins aussi bien que la plupart des gens. (<i>positif</i>)
5. Je pense que je n'ai pas beaucoup de quoi être fier(e). (<i>négatif</i>)
6. J'ai une attitude positive vis-à-vis de moi-même. (<i>positif</i>)
7. Dans l'ensemble, je suis satisfait(e) de moi-même. (<i>positif</i>)
8. Je souhaiterais avoir plus de respect pour moi-même. (<i>négatif</i>)
9. Par moment, j'ai vraiment l'impression de me sentir inutile. (<i>négatif</i>)
10. Je pense parfois que je suis vraiment bon(ne) à rien. (<i>négatif</i>)

Avant la seconde collecte des données, cette échelle a été modifiée pour une meilleure compréhension des items. Ainsi, le terme « valable » dans l'item 1 a été remplacé par « de valeur » ; le terme « raté » dans l'item 3, fortement connoté négativement, a été également remplacé par le terme « incapable ».

Tableau 5.2.20. Echelle de mesure modifiée de l'estime de soi (Rosenberg, 1965), traduite par L'Ecuyer (1978) – avant pré-test

1. J'ai le sentiment d'être une personne de valeur, au moins autant que les autres. (<i>positif</i>)
2. Je pense avoir un certain nombre de qualités. (<i>positif</i>)
3. Tout compte fait, j'ai tendance à penser que je suis un(e) incapable. (<i>négatif</i>)
4. Je suis capable de faire des choses au moins aussi bien que la plupart des gens. (<i>positif</i>)
5. Je pense que je n'ai pas beaucoup de quoi être fier(e). (<i>négatif</i>)
6. J'ai une attitude positive vis-à-vis de moi-même. (<i>positif</i>)
7. Dans l'ensemble, je suis satisfait(e) de moi-même. (<i>positif</i>)
8. Je souhaiterais avoir plus de respect pour moi-même. (<i>négatif</i>)
9. Par moment, j'ai vraiment l'impression de me sentir inutile. (<i>négatif</i>)
10. Je pense parfois que je suis vraiment bon(ne) à rien. (<i>négatif</i>)

L'item 5 a été retiré lors du pré-test du fait d'une communalité inférieure à 0,5. Puis, une analyse factorielle avec rotation Oblimin a été menée sur les données du second pré-test et de l'échantillon final. Ce choix s'explique par une corrélation entre les deux facteurs obtenus de 0,408. Grâce au pré-test, nous avons obtenu une structure en deux facteurs restituant 63,7 % de la variance totale. Le tableau suivant présente les deux dimensions, appelées estime de soi positive et estime de soi négative. Les items retenus présentent une communalité satisfaisante (toutes supérieures à 0,5) et semblent bien représentés sur leur axe respectif avec des composantes comprises entre 0,63 et 0,91. Enfin, la structure présente une bonne fiabilité et une validité convergente satisfaisante.

Lors des ACP sur les résultats de l'enquête finale (sur les 40-59 ans d'une part, et sur les 60-79 ans d'autre part), l'item 8 (« *Je souhaiterais avoir plus de respect pour moi-même* ») a été retiré car il présentait une communalité trop faible (inférieure à 0,5). La structure obtenue pour les deux tranches d'âge, après rotation Varimax, est constituée là encore de deux dimensions, expliquant à elles deux près de 71% de la variance totale. Les items finalement retenus présentent une communalité supérieure à 0,5 et sont bien représentés sur leur axe respectif, avec des composantes comprises entre 0,675 et 0,921. Enfin, la structure présente une bonne fiabilité et une validité convergente satisfaisante, avec un rhô de validité convergente supérieur à 0,5.

Tableau 5.2.21. Echelle de mesure de l'estime de soi retenue

Intitulé des dimensions	Items correspondant
Estime de soi positive (ES)	<p>Item 1 : « <i>J'ai le sentiment d'être une personne de valeur, au moins autant que les autres.</i> »</p> <p>Item 2 : « <i>Je pense avoir un certain nombre de qualités.</i> »</p> <p>Item 4 : « <i>Je suis capable de faire des choses au moins aussi bien que la plupart des gens.</i> »</p> <p>Item 6 : « <i>J'ai une attitude positive vis-à-vis de moi-même.</i> »</p> <p>Item 7 : « <i>Dans l'ensemble, je suis satisfait(e) de moi-même.</i> »</p>
Estime de soi négative (ES)	<p>Item 3 : « <i>Tout compte fait, j'ai tendance à penser que je suis un(e) incapable.</i> »</p> <p>Item 8 : « <i>Je souhaiterais avoir plus de respect pour moi-même.</i> »</p> <p>Item 9 : « <i>Par moment, j'ai vraiment l'impression de me sentir inutile.</i> »</p> <p>Item 10 : « <i>Je pense parfois que je suis vraiment bon(ne) à rien.</i> »</p>

Tableau 5.2.22. Structure, fiabilité et validité de l'échelle d'estime de soi lors du pré-test

	Items	Contribution factorielle (loading)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rhô de Jöreskog	Rhô de validité convergente
ES positive	Item 1	0,904	0,739	4,107	45,635%	0,835	0,838	0,514
	Item 2	0,916	0,757					
	Item 4	0,681	0,515					
	Item 6	0,631	0,567					
	Item 7	0,645	0,596					
ES négative	Item 3	0,780	0,640	1,625	18,053%	0,814	0,822	0,543
	Item 8	0,726	0,509					
	Item 9	0,804	0,679					
	Item 10	0,860	0,730					

Tableau 5.2.23. Structure, fiabilité et validité de l'échelle d'estime de soi lors de l'enquête finale

	Items	Contribution factorielle (loading)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rh \hat{o} de Jöreskog	Rh \hat{o} de validité convergente
ES positive	Item 1	0,830	0,716	4,033	50,407%	0,865	0,869	0,571
	Item 2	0,826	0,690					
	Item 4	0,833	0,697					
	Item 6	0,784	0,695					
	Item 7	0,675	0,517					
ES négative	Item 3	0,896	0,851	1,710	21,374%	0,873	0,891	0,734
	Item 9	0,827	0,707					
	Item 10	0,921	0,870					

4.4. Le lieu de contrôle (*locus of control*)

La notion de contrôle est l'une des variables les plus étudiées (Rotter, 1990). Dans cette recherche sur la saillance de mortalité, la mobilisation du contrôle semble indispensable, la conscience de la perspective de fin de vie s'accompagnant de la conscience d'un manque de contrôle sur sa propre vie. Il est difficile cependant de percevoir clairement la distinction entre les différentes terminologies liées à la notion de contrôle telles que le lieu de contrôle, le contrôle perçu, l'attribution, le sentiment d'efficacité personnelle (Skinner, 1996). Dans ce cadre de cette recherche, nous avons fait le choix de mobiliser la notion de lieu de contrôle ou *locus of control*, concept développé par Rotter (1966, cité par Dubois, 1987) dans le cadre de la théorie de l'apprentissage social. Le lieu de contrôle explique la façon dont les individus pensent contrôler les événements de leur vie (Lunardo, 2007). De nature cognitive, il désigne la croyance selon laquelle les événements dépendent de soi ou de la fatalité. Il permet de distinguer deux sortes d'origine du pouvoir d'action :

- les événements peuvent être expliqués par des causes internes au sujet, telles que son comportement, ses caractéristiques personnelles : on parle alors de contrôle interne ;
- les événements peuvent être expliqués par des causes externes indépendantes du sujet, telles que la chance, le hasard, le destin ou d'autres forces indéfinissables autour de l'individu : on parle alors de contrôle externe.

Dans la réalité, la plupart des individus oscillent entre ces deux extrêmes, formant ainsi une distribution continue du lieu de contrôle (Lunardo, 2007). Il existe plusieurs types d'échelles pour mesurer les différences individuelles qui se distinguent selon deux critères :

- (1) les échelles générales ou spécifiques à une population (échelle de Dubois sur les adolescents, 1985 ; échelle pour les personnes âgées de Alaphilippe et Chasseigne,

1993) ou à un domaine particulier, comme la santé par exemple (*Health Locus of Control* de Wallston et Wallston, 1981) ;

- (2) les échelles unidimensionnelles ou multidimensionnelles, telles que celle de Levenson (1974) qui comprend trois dimensions : la croyance en la chance, le sentiment d'être contrôlé par d'autres individus détenteurs de pouvoir et le degré de maîtrise par le sujet de sa propre vie.

Dans cette recherche, nous n'avons pas choisi d'échelles spécifiques à une population (car nous nous intéressons aux plus de 40 ans), ni à un domaine particulier. Nous avons préféré une échelle de mesure générale unidimensionnelle. Ainsi, nous avons mobilisé l'échelle de James (*Internal – External Locus of Control Scale*, 1957) qui est constituée de onze items. Cette échelle est tirée des travaux de Robinson et Shaver (1973) sur les mesures des attitudes psychosociales. L'échelle de James a été choisie car elle a l'avantage d'être courte, simple à administrer et adaptée à notre recherche. Elle possède également une bonne fiabilité (*split half-reliabilities* compris entre 0,84 et 0,96 ; *test-retest reliabilities* compris entre 0,71 et 0,86 ; Srinivasan et Tikoo, 1992). Nous avons cependant supprimé un item qui concerne le contrôle par les pouvoirs publics car inadapté à notre recherche (« *Il est difficile d'avoir un contrôle sur les décisions des pouvoirs publics* »). Tous les items sont formulés de telle sorte à donner un score lié à l'internalité de l'individu : un score élevé signifie une internalité forte, alors qu'un score faible correspond à une externalité forte. L'échelle de mesure est présentée dans le tableau 5.2.24.

Tableau 5.2.24. Echelle de mesure initiale, traduite en français, du *Locus of Control* de James (1957)

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Plusieurs fois, j'ai le sentiment qu'il faudrait prendre des décisions en jouant à pile ou face. 2. Rencontrer de bonnes opportunités est une question de chance, pour être au bon endroit au bon moment. 3. Il n'est pas bon de prévoir les événements car beaucoup dépendent de la chance. 4. Lorsque les événements de la vie me sont favorables, je pense que c'est parce que j'ai de la chance. 5. Je pense souvent que ce qui doit arriver arrivera, peu importe mes actions. 6. Avoir du succès n'est qu'une question de chance. 7. Il n'y a pas de réelle raison de s'inquiéter : ce qui doit arriver arrivera. 8. Avoir un bon relationnel dépend des humeurs d'autrui plutôt que de ses propres actions. 9. D'une façon générale, je pense que la vie est risquée. 10. De nombreuses fois, j'ai le sentiment que j'ai peu d'influence sur ce qui m'arrive. |
|--|

Une analyse factorielle avec rotation Oblimin a été menée sur les données du second pré-test. Ce choix s'explique par une corrélation entre les trois facteurs obtenus de 0,3 et 0,4. Après rotation, seul l'item 1 a été supprimé du fait d'une communalité trop faible (0,450). Grâce au pré-test, nous avons obtenu une structure en trois facteurs restituant 69 % de la variance totale. Le tableau 5.2.25 présente les trois dimensions obtenues.

Tableau 5.2.25. Echelle de mesure du LOC à l'issue du pré-test

Intitulé des dimensions	Items correspondant
Externalité	<p>Item 5 : « <i>Je pense souvent que ce qui doit arriver arrivera, peu importe mes actions.</i> »</p> <p>Item 6 : « <i>Avoir du succès n'est qu'une question de chance.</i> »</p> <p>Item 7 : « <i>Il n'y a pas de réelle raison de s'inquiéter : ce qui doit arriver arrivera.</i> »</p> <p>Item 8 : « <i>Avoir un bon relationnel dépend des humeurs d'autrui plutôt que de ses propres actions.</i> »</p>
	<p>Item 9 : « <i>D'une façon générale, je pense que la vie est risquée.</i> »</p> <p>Item 10 : « <i>De nombreuses fois, j'ai le sentiment que j'ai peu d'influence sur ce qui m'arrive.</i> »</p>
Attribution à la chance	<p>Item 2 : « <i>Rencontrer de bonnes opportunités est une question de chance, pour être au bon endroit au bon moment.</i> »</p> <p>Item 3 : « <i>Il n'est pas bon de prévoir les événements car beaucoup dépendent de la chance.</i> »</p> <p>Item 4 : « <i>Lorsque les événements de la vie me sont favorables, je pense que c'est parce que j'ai de la chance.</i> »</p>

Les items 9 et 10 qui constituent la seconde dimension paraissent éloignés en terme de sens. Ainsi, nous nous sommes interrogés sur l'utilité de conserver ou non le second facteur. Deux éléments nous ont finalement poussé à le supprimer : cette dimension présente une faible corrélation entre les deux items (0,59) et il ne semble pas y avoir de cohérence sémantique entre les deux items. Ainsi, la structure retenue à l'issue du pré-test présente donc deux dimensions : externalité et attribution à la chance. Cette structure explique 66% de la variance totale. Les items retenus présentent une communalité satisfaisante (toutes supérieures à 0,53) et semblent bien représentés sur leur axe respectif avec des composantes comprises entre 0,7 et 0,9. Enfin, la structure présente une bonne fiabilité et une validité convergente satisfaisante.

Les ACP effectuées sur les résultats de l'enquête finale sur les deux tranches d'âge présentent toutes deux une nouvelle structure unidimensionnelle appelée « externalité », composée des mêmes items retenus, qui explique près de 69% de la variance totale (67% de la variance sur l'échantillon total). Les items retenus présentent une communalité supérieure

à 0,5 et des contributions factorielles comprises entre 0,728 et 0,860. Enfin, la structure présente une bonne fiabilité et une validité satisfaisante.

Tableau 5.2.26. Structure, fiabilité et validité de l'échelle du lieu de contrôle lors du pré-test

	Items	Contribution factorielle (loading)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rhô de Jöreskog	Rhô de validité convergente
Externalité	Item 5	0,775	0,710	3,570	51%	0,82	0,824	0,544
	Item 6	0,707	0,636					
	Item 7	0,907	0,756					
	Item 8	0,757	0,529					
Attribution à la chance	Item 2	0,703	0,562	1,069	15,278%	0,75	0,764	0,522
	Item 3	0,835	0,752					
	Item 4	0,873	0,694					

Tableau 5.2.27. Structure, fiabilité et validité de l'échelle du lieu de contrôle lors de l'enquête finale

	Items	Contribution factorielle (loading)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rhô de Jöreskog	Rhô de validité convergente
Externalité	Item 2	0,854	0,729	4,688	66,968	0,918	0,918	0,615
	Item 3	0,827	0,685					
	Item 4	0,805	0,648					
	Item 5	0,838	0,702					
	Item 6	0,808	0,653					
	Item 7	0,860	0,740					
	Item 8	0,728	0,530					

4.5. L'anxiété face à la mort

Comme vu précédemment, l'anxiété face à la mort est définie comme « l'ensemble des réactions affectives négatives, d'intensité variable, provoqué par des idées conscientes et non conscientes relatives à la disparition de soi » (Urien, 2003). De nombreux travaux, en psychologie notamment, ont cherché à mesurer les différences individuelles liées à ce concept. L'intérêt porté à ce concept durant ces dernières années a de plus permis la multiplication des échelles de mesure. Toutefois, Neimeyer (1994) apporte une présentation détaillée de chacune des échelles existantes et souligne deux difficultés liées à ces mesures : les définitions du concept sont parfois non concordantes ; et il existe un manque de soubassement théorique.

Parmi les échelles existantes, nous retenons en particulier : la *Death Anxiety Scale* (Templer, 1970), La *Revised Death Anxiety Scale* (Thorson et Powel, 1994), le *Threat Index*

(Krieger, Epting et Leitner, 1974 ; Moore et Neimeyer, 1991), la *Fear of Personal Death Scale* (Florian et Kravetz, 1983 ; Florian et Snowden, 1989), la *Multidimensional Fear of Death Scale* (Hoelter, 1979) et enfin, la *Death Concern Scale* (Dickstein, 1972). Notons que toutes ces échelles présentent plusieurs facteurs, tout en se référant à des définitions du concept parfois différentes. De plus, seules les deux échelles de mesure que sont *Threat Index* et *Death Concern Scale* présentent une fiabilité et une validité satisfaisantes.

Nous retenons ici l'échelle de Dickstein (1972), la *Death Concern Scale*, qui a fait l'objet d'une traduction française et d'une analyse confirmatoire dans un contexte français (Urien, 2001). Elle se compose de trente items et Urien (2001) en confirme la structure bidimensionnelle selon deux facteurs : la méditation consciente de la mort ; et l'évaluation négative de la mort. Cette seconde dimension fait référence à l'anxiété face à la mort. Nous retenons donc dans notre recherche les items référents à cette dimension afin de mesurer ce concept. Les items sont présentés dans le tableau 5.2.28.

Tableau 5.2.28. Echelle de mesure initiale de l'anxiété face à la mort (Dickstein, 1972)

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. La perspective de ma propre mort fait naître en moi un sentiment d'anxiété. 2. La perspective de ma propre mort me déprime. 3. J'envisage ma propre mort comme une expérience douloureuse et cauchemardesque. 4. J'ai peur de mourir. 5. Le fait d'être mort me fait peur. |
|---|

Notons que cette échelle a été légèrement modifiée avant le second pré-test. Le terme « cauchemardesque » a été supprimé de l'item 2 car il apporte une idée supplémentaire et le terme « douloureux » suffit à rendre compte du construit mesuré. Notons enfin que cette échelle a été insérée à la fin du questionnaire afin de ne pas biaiser les réponses comportementales pour les différents groupes expérimentaux (saillance de mortalité faible versus forte et groupe de contrôle).

La structure obtenue à l'issue du pré-test et à l'issue des ACP sur les résultats de l'enquête finale correspond à celle de la littérature, à savoir une structure unidimensionnelle composée de 5 items. Celle-ci restitue 77% de la variance totale sur le pré-test et 81,7% de la variance sur l'enquête finale (près de 78% pour les deux échantillons étudiés, 40-59 ans et 60-79 ans). Tous les items retenus présentent des communalités satisfaisantes (supérieures à 0,73) et sont bien représentés sur l'axe, avec des composantes supérieures à 0,86. Enfin, la structure retenue lors du pré-test présente une bonne fiabilité et une validité convergente satisfaisante, confirmées lors de l'enquête finale.

Tableau 5.2.29. Echelle de mesure de l'anxiété face à la mort à l'issue du pré-test

Intitulé des dimensions	Items correspondant
Anxiété face à la mort	<p>Item 1 : « <i>La perspective de ma propre mort fait naître en moi un sentiment d'anxiété.</i> »</p> <p>Item 2 : « <i>La perspective de ma propre mort me déprime.</i> »</p> <p>Item 3 : « <i>J'envisage ma propre mort comme une expérience douloureuse et cauchemardesque.</i> »</p> <p>Item 4 : « <i>J'ai peur de mourir</i> »</p> <p>Item 5 : « <i>Le fait d'être mort me fait peur.</i> »</p>

Tableau 5.2.30. Structure, fiabilité et validité de l'échelle d'anxiété face à la mort lors du pré-test

	Items	Contribution factorielle (loading)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rh \hat{o} de Jöreskog	Rh \hat{o} de validité convergente
Anxiété face à la mort	Item 1	0,890	0,792	3,843	76,85%	0,924	0,925	0,710
	Item 2	0,891	0,794					
	Item 3	0,853	0,728					
	Item 4	0,886	0,785					
	Item 5	0,862	0,743					

Tableau 5.2.31. Structure, fiabilité et validité de l'échelle d'anxiété face à la mort lors de l'enquête finale

	Items	Contribution factorielle (loading)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rh \hat{o} de Jöreskog	Rh \hat{o} de validité convergente
Anxiété face à la mort	Item 1	0,901	0,811	4,087	81,740%	0,944	0,944	0,772
	Item 2	0,914	0,836					
	Item 3	0,898	0,807					
	Item 4	0,918	0,842					
	Item 5	0,889	0,791					

5. Les co-variables

Les co-variables correspondent aux variables qui, bien que n'étant pas d'un intérêt premier dans la recherche, pourraient être supposées corrélées avec la ou les variable(s) dépendante(s) (Kinnear et Gray, 2005). Leur prise en compte permet également de limiter les effets de confusion (ou *confounding effect*). En effet, l'enjeu de l'expérimentation est de neutraliser les sources de variation autres que celles que l'on souhaite mesurer (Thiétard et al., 2007). Spector (1981) recommande pour cela de maintenir constantes (et donc de contrôler) les variables non manipulées dans l'expérience. Dans cette recherche, il nous semble essentiel de considérer les co-variables suivantes: l'orientation régulatrice chronique,

l'humeur pré-exposition du répondant, l'humeur post-exposition, l'état de santé perçu, la perte récente d'un proche, la satisfaction de la vie et la religiosité. Les items liés aux effets de confusion potentiels, présentés dans la section 1 du chapitre 5, sont également traités comme des co-variables.

5.1. L'orientation régulatrice chronique ou focus régulateur : promotion vs. prévention

Nous avons vu dans la partie théorique que l'orientation régulatrice est un construit qui peut être appréhendé de deux manières : d'un point de vue chronique, lorsqu'il s'agit d'une variable individuelle relativement stable ; d'un point de vue situationnel : on parle alors de cadrage situationnel. Dans cette partie, nous nous intéressons à la variable modératrice liée à l'orientation régulatrice des individus, à savoir l'orientation promotion versus prévention (Higgins, 1997, 1998). La prise en compte de cette variable en tant que variable de contrôle est indispensable afin de considérer l'influence potentielle de la situation de saillance de mortalité sur le cadrage situationnel. De nombreuses études récentes en comportement du consommateur ont utilisé ce concept d'orientation régulatrice chronique (Aaker et Lee, 2001 ; Avnet et Higgins, 2006 ; Herzstein, Posavac et Brakus, 2007 ; Pham et Avnet, 2004) mobilisant ainsi au moins cinq différents outils de mesure de ce concept. Ces éléments de mesure présentent toutefois des contenus différents. Parmi les outils de mesure, nous en retenons les principales :

- le *Regulatory Focus Questionnaire* (Higgins et al., 2001)

Cette échelle a été validée dans différents contextes et dans différentes langues, mais elle n'a jamais été testée dans un contexte culturel français. Elle est composée de onze items, dont six items évaluent la dimension promotion et cinq évaluent la dimension prévention. Les deux dimensions présentent une faible corrélation indiquant leur indépendance.

- la *BIS/BAS Scale* (Carver et White, 1994)

Elle permet d'évaluer les systèmes de régulation tels que présentés par Gray (1990). Ils impliquent le système d'inhibition comportemental (BIS), sensible aux résultats négatifs et le système d'activation comportemental (BAS), sensible aux résultats positifs. Sept items sont relatifs au facteur BIS qui représente l'orientation prévention et concerne la sensibilité des individus aux événements négatifs. Cinq items sont relatifs au facteur BAS qui représente l'orientation promotion et concerne les tendances à l'excitation et à l'éveil relatifs aux expériences positives.

- Le *Selves Questionnaire* (Higgins et al., 1986)

Cette mesure évalue le degré de congruence entre le soi actuel, le soi idéal et le soi dû de l'individu. Ces trois aspects du soi représentent respectivement les attributs que l'individu croit posséder, les attributs qu'il aspire à posséder et les attributs qu'ils pensent devoir posséder (Pham et Avnet, 2004). Un focus promotion reflète le degré de congruence entre le soi actuel et le soi idéal, alors qu'un focus prévention reflète la convergence entre le soi actuel et le soi dû (Brockner et Higgins, 2002).

- *Lockwood, Jordan et Kunda's Scale* (2002)

Cette échelle a été développée pour étudier la motivation engagée dans les modèles. Les dix-huit items contiennent des termes propres au focus régulateur et considèrent les notions de succès et d'échec dans la poursuite des objectifs. Elle contient neuf items pour chacune des dimensions promotion et prévention. Tout autant que l'échelle de Higgins et alii. (2001), cet outil de mesure présente une très faible corrélation entre les deux dimensions promotion et prévention.

Après un pré-test uniquement qualitatif mobilisant l'échelle de mesure de Higgins et alii. (2001), nous nous sommes aperçus que cet outil n'était pas approprié pour notre recherche (tableau 5.2.32):

- certains items liés à la jeunesse n'étaient pas adaptés à notre cible d'individus de plus de 40 ans. C'est le cas par exemple d'items tels que « *étant jeune, j'ai déjà dépassé les limites que mes parents ne toléraient pas* », ou encore « *étant jeune, j'ai souvent exaspéré mes parents* ». Les répondants indiquaient que cela faisait référence à des souvenirs trop lointains et donnaient sans réflexion des réponses très favorables à chacune des affirmations.
- certains items font référence aux rapports aux autres alors que de nombreux répondants indiquaient lors du pré-test que l'essentiel pour eux était avant tout de se fixer des objectifs pour et par rapport à eux-mêmes.

Nous nous sommes donc tournés vers l'échelle de Lockwood et al. (2002) (tableau 5.2.33) que nous avons traduite en français selon la méthode de rétro-translation (Werner et Cambell, 1970). Cette technique consiste à traduire une échelle par un traducteur natif de la langue cible, puis de retraduire cette version par un traducteur natif de la langue source (Urien, 2002). Les deux traducteurs étaient également chercheurs. Selon Usunier (1992), il s'agit de la méthode de traduction la plus fiable. L'échelle de Lockwood apparaît comme une bonne alternative à l'échelle de l'orientation régulatrice de Higgins. Elle a également

l'avantage de mobiliser des items à la fois cognitifs, affectifs et comportementaux, centrés sur le présent et le futur. La dimension promotion implique les notions de succès, espoirs, souhaits, aspirations et idéal, alors que la dimension prévention implique les notions de devoirs, d'évitement, de prévention, de responsabilités et d'obligations.

L'échelle de départ comportait dix-huit items : quatre ont été retirés car ils concernaient des étudiants et leurs succès universitaires et académiques. De plus, notre choix s'appuie sur le fait que les items proposés évoquent clairement les deux dimensions mesurées, à savoir l'orientation promotion et l'orientation prévention. Le tableau suivant présente les items de cette échelle.

Tableau 5.2.32. Echelle de l'orientation régulatrice chronique d'Higgins et al. (2001)

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Comparé(e) aux autres, je suis incapable d'avoir ce que j'attends de la vie. 2. Les succès que j'ai eus m'ont souvent amené à travailler encore plus dur. 3. La plupart du temps, je réussis ce que j'entreprends. 4. Lorsque je dois accomplir un projet, je ne suis pas aussi bon(ne) que je l'aurais souhaité dans l'idéal. 5. J'ai le sentiment d'avoir progressé vers le succès au cours de ma vie. 6. Je n'ai pas trouvé de nombreuses passions ou activités au cours de ma vie qui m'ont intéressé ou motivé au point de m'y investir. 7. Etant jeune, j'ai dépassé les limites que mes parents ne toléraient pas. 8. Etant jeune, j'obéissais souvent aux règles établies par mes parents. 9. Etant jeune, j'ai déjà eu des comportements que mes parents jugeaient inacceptables. 10. En n'étant pas assez prudent(e), je me suis mis(e) parfois dans le pétrin. |
|---|

Tableau 5.2.33. Echelle de mesure initiale de l'orientation régulatrice de Lockwood, Jordan et Kunda (2002)

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. En général, je cherche à éviter les événements négatifs dans ma vie. 2. J'ai peur de faillir à mes responsabilités et mes obligations. 3. Je pense souvent à la façon dont je vais accomplir mes espoirs et mes aspirations. 4. Je pense souvent à la personne que je crains de devenir à l'avenir. 5. Je pense souvent à la personne que j'aimerais être idéalement dans le futur. 6. Je me concentre sur le succès que j'espère atteindre dans le futur. 7. Je m'imagine souvent vivre des mauvaises choses dont je crains la réalisation. 8. Je pense fréquemment à la façon dont je peux éviter les échecs dans ma vie. 9. Je cherche plus à éviter les pertes qu'à obtenir des gains. 10. Je me vois comme quelqu'un qui s'efforce avant tout d'atteindre son « soi idéal » et d'accomplir ses souhaits et aspirations. 11. Je me vois comme quelqu'un qui s'efforce avant tout de devenir la personne que je dois être, d'assumer mes responsabilités, devoirs et obligations. 12. En général, je cherche à avoir des résultats positifs dans ma vie. 13. Je m'imagine souvent vivre de belles choses qui, je l'espère, m'arriveront dans le futur. 14. En général, je cherche plus à atteindre le succès qu'à éviter l'échec. |
|--|

Cette échelle, telle que présentée dans le tableau, est adaptée au contexte de notre recherche. Pour autant, certains items ont été modifiés avant de pré-tester cette échelle lors de la seconde collecte des données :

- Les items 2, 3, 10 et 11 ont été allégés car ils présentaient deux idées simultanément.
- La formulation des items 4, 7 et 13 a été modifiée pour une meilleure compréhension au regard du construit mesuré.

Tableau 5.2.34. Echelle de mesure modifiée de l'orientation régulatrice de Lockwood, Jordan et Kunda (2002)

1. En général, je cherche à éviter les événements négatifs dans ma vie. (<i>prévention</i>)
2. J'ai peur de faillir à mes responsabilités. (<i>prévention</i>)
3. Je pense souvent à la façon dont je vais atteindre mes objectifs espérés. (<i>promotion</i>)
4. Je pense souvent à ce que je crains de devenir à l'avenir. (<i>prévention</i>)
5. Je pense souvent à la personne que j'aimerais être idéalement dans le futur. (<i>promotion</i>)
6. Je me concentre sur le succès que j'espère atteindre dans le futur. (<i>promotion</i>)
7. Je m'imagine souvent vivre les mauvaises choses que j'appréhende. (<i>prévention</i>)
8. Je pense fréquemment à la façon dont je peux éviter les échecs dans ma vie. (<i>prévention</i>)
9. Je cherche plus à éviter les pertes qu'à obtenir des gains. (<i>prévention</i>)
10. Je me vois comme quelqu'un qui s'efforce avant tout d'atteindre son « soi idéal ». (<i>promotion</i>)
11. Je me vois comme quelqu'un qui s'efforce avant tout d'assumer ses devoirs et obligations. (<i>prévention</i>)
12. En général, je cherche à avoir des résultats positifs dans ma vie. (<i>promotion</i>)
13. Je m'imagine souvent vivre de belles choses qui pourraient m'arriver dans le futur. (<i>promotion</i>)
14. En général, je cherche plus à atteindre le succès qu'à éviter l'échec. (<i>promotion</i>)

Une analyse factorielle avec rotation Varimax a été menée sur les données du second pré-test et de l'échantillon final. Ce choix s'explique par très faible corrélation entre les facteurs obtenus. Après rotation sur les données du pré-test, les items 1, 2, 10, 8, 12 et 5 ont été successivement supprimés, soit du fait de communalités trop faibles, soit parce qu'ils saturaient sur plusieurs dimensions en même temps avec un écart de saturation inférieur à 0,3. Grâce au pré-test, nous avons obtenu une structure en trois facteurs restituant 67,5 % de la variance totale. Or, la troisième dimension était composée des items 9 (« Je cherche plus à éviter les pertes qu'à obtenir des gains ») et 11 (« Je me vois comme quelqu'un qui s'efforce avant tout d'assumer ses devoirs et obligations. »). Deux éléments nous ont amené à éliminer cette dimension : il existait une très faible corrélation entre les deux items (0,3) et il ne semblait pas y avoir de lien sémantique entre les deux, à la différence des autres dimensions.

La structure finalement retenue à l'issue du pré-test possède deux facteurs qui permettent d'expliquer 66% de la variance totale. Les deux facteurs correspondent à la littérature, à savoir l'orientation promotion et l'orientation prévention. Tous les items présentent des communalités satisfaisantes (supérieures à 0,5) et semblent bien représentés sur leur axe respectif avec des composantes comprises entre 0,72 et 0,86. Enfin, la structure présente une bonne fiabilité, mais une validité convergente peu satisfaisante, avec un ρ de validité convergente inférieur à 0,5.

Les ACP menées sur l'enquête finale sur les deux tranches d'âge étudiées confirme la structure bidimensionnelle obtenue (orientation promotion et orientation prévention), sans présenter pour autant strictement la même structure. Parmi les 40-59 ans, l'ACP nous amène à conserver les 6 items de l'échelle (4 items promotion et 2 items prévention), avec une structure qui explique 72,6% de la variance totale. En revanche, parmi les 60-79 ans, l'item 13 (« *Je m'imagine souvent vivre de belles choses qui pourraient m'arriver dans le futur.* ») a été éliminé du fait d'une faible qualité de représentation (égale à 0,426). Par souci de cohérence pour le test des hypothèses, cet item est donc supprimé. Finalement, sur l'échantillon total, les 5 items retenus présentent bien une structure bidimensionnelle expliquant 75% de la variance totale. Tous les items présentent des communalités supérieures à 0,5 et semblent bien représentés sur leur axe respectif avec des composantes comprises entre 0,765 et 0,867. Enfin, la structure présente une meilleure fiabilité et une meilleure validité convergente comparativement aux résultats du pré-test. Les deux items qui composent la seconde dimension présente également une corrélation satisfaisante, supérieure à 0,5.

Tableau 5.2.35. Echelle de mesure de l'orientation régulatrice chronique à l'issue du pré-test

Intitulé des dimensions	Items correspondant
Promotion	<p>Item 3 : « <i>Je pense souvent à la façon dont je vais atteindre mes objectifs espérés.</i> »</p> <p>Item 6 « <i>Je me concentre sur le succès que j'espère atteindre dans le futur.</i> »</p> <p>Item 13 : « <i>Je m'imagine souvent vivre de belles choses qui pourraient m'arriver dans le futur.</i> »</p> <p>Item 14 : « <i>En général, je cherche plus à atteindre le succès qu'à éviter l'échec.</i> »</p>
Prévention	<p>Item 4 : « <i>Je pense souvent à ce que je crains de devenir à l'avenir.</i> »</p> <p>Item 7 : « <i>Je m'imagine souvent vivre les mauvaises choses que j'appréhende.</i> »</p>

Tableau 5.2.36. Structure, fiabilité et validité de l'échelle de l'orientation régulatrice chronique lors du pré-test

	Items	Contribution factorielle (<i>loading</i>)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rh θ de Jöreskog	Rh θ de validité convergente
Promotion	Item 3	0,765	0,604	2,395	39,922%	0,774	0,776	0,468
	Item 6	0,833	0,694					
	Item 13	0,721	0,541					
	Item 14	0,767	0,662					
Prévention	Item 4	0,843	0,711	1,562	26%	0,66	0,803	0,567
	Item 7	0,861	0,745					

Tableau 5.2.37. Structure, fiabilité et validité de l'échelle de l'orientation régulatrice chronique lors de l'enquête finale

	Items	Contribution factorielle (<i>loading</i>)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rh θ de Jöreskog	Rh θ de validité convergente
Promotion	Item 3	0,765	0,710	2,133	42,658%	0,787	0,8	0,505
	Item 6	0,867	0,772					
	Item 14	0,830	0,689					
Prévention	Item 4	0,849	0,791	1,592	31,83%	corr=0,571	0,765	0,794
	Item 7	0,852	0,762					

5.2. L'humeur du répondant

5.2.1. La mesure avant exposition : la BMIS

Dans les recherches antérieures liées à la TMT, l'humeur du répondant est mesurée immédiatement après exposition via l'échelle de mesure PANAS (*Positive and Negative Affect Schedule*) de Watson, Clark et Tellegen (1988). Cette mesure a en réalité plusieurs fonctions : elle sert de distraction après exposition, permet de contrôler l'humeur du répondant et permet enfin d'évaluer les émotions suscitées par la saillance de mortalité. Dans le cadre de cette expérimentation, nous avons fait le choix de mesurer également l'humeur pré-existante à la situation expérimentale, et ce pour deux raisons principales : écarter les sujets extrêmes (Derbaix et Poncin, 2005) ; et contrôler l'humeur avant exposition qui risquerait d'affecter les réactions à une situation de saillance de mortalité.

Pour autant, l'échelle de mesure PANAS a été conservée dans le but de contribuer à la distraction après exposition.

Il existe plusieurs échelles permettant au répondant d'indiquer son humeur : l'échelle de mesure PANAS, la DES (*Discrete Emotion Scale*) d'Izard (1972), la MAACL (*Multiple Affective Adjectives Checklist – Revised*) de Zuckerman et Lubin (1985), ou encore la BMIS (*Brief Mood Introspection Scale*) de Mayer et Gaschke (1988). Nous avons choisi de mobiliser cette dernière échelle qui permet au répondant d'évaluer lui-même, consciemment, son état d'humeur (Jallais, 2006, p. 163). Elle a été traduite en français par Dalle et Niedenthal (2001). Elle est constituée de huit états émotionnels positifs et de huit états émotionnels négatifs. Alors que seule l'échelle PANAS a été mobilisée lors du pré-test, la BMIS utilisée dans l'enquête finale n'a pas été pré-testée (tableau 5.2.38)

Des modifications ont été apportées à cette échelle, car certains adjectifs semblaient peu adaptés au contexte de la recherche :

- l'adjectif « satisfait » a été remplacé par « de bonne humeur »
- l'adjectif « affectueux » a été remplacé par « d'humeur affectueuse »
- l'adjectif « déprimé(e) » a été ajouté à la liste (item 17).

Nous avons ainsi mobilisé l'échelle de mesure présentée dans le tableau 5.2.39.

Tableau 5.2.38. Echelle de mesure BMIS initiale de Mayer et Gaschke (1988), traduite en français par Jallais (2006)

<p>Vous sentez-vous :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Heureux(se)2. Excédé(e)3. Paisible4. Mélancolique5. Nerveux(se)6. Satisfait(e)7. Plein d'entrain8. Affectueux(se)9. Triste10. Energique11. Bienveillant(e)12. Somnolant(e)13. Agité(e)14. Maussade15. Fatigué(e)16. Actif(ve)
--

Tableau 5.2.39. Echelle de mesure BMIS de Mayer et Gaschke (1988) mobilisée dans la recherche

<p>Vous sentez-vous :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Heureux(se)2. Excédé(e)3. Paisible4. Mélancolique5. Nerveux(se)6. De bonne humeur7. Plein d'entrain8. D'humeur affectueuse9. Triste10. Energique11. Bienveillant(e)12. Somnolant(e)13. Agité(e)14. Maussade15. Fatigué(e)16. Actif(ve)17. Déprimé(e)
--

Deux ACP ont été menées sur les résultats de l'enquête finale sur les deux tranches d'âge. Après rotation Varimax, des items ont été successivement retirés, soit parce qu'ils présentaient une communalité trop faible, soit parce qu'ils saturaient sur plusieurs facteurs en même temps. Pour autant, les analyses factorielles successives n'ont pas abouti à une

structure totalement identique pour les deux tranches d'âge considérées. Le tableau 5.2.40 présente les items retenus pour cette mesure parmi les deux tranches d'âge.

Tableau 5.2.40. Items retenus pour la mesure de l'humeur pré-exposition lors de l'enquête finale pour les deux tranches d'âge

Items correspondant obtenus parmi les 40-59 ans	Items correspondant obtenus parmi les 60-79 ans
Item 1 : « Heureux(se) » Item 6 : « De bonne humeur » Item 7 : « Plein d'entrain » Item 10 : « Energique » Item 16 : « Actif(ve) »	Item 7 : « Plein d'entrain » Item 10 : « Energique » Item 16 : « Actif(ve) »
Item 2 : « Excédé(e) » Item 5 : « Nerveux(se) » Item 13 : « Agité(e) »	Item 2 : « Excédé(e) » Item 5 : « Nerveux(se) » Item 13 : « Agité(e) » Item 15 : « Fatigué(e) »

Par souci de cohérence pour le test des hypothèses, nous avons donc éliminé les items 1 et 15 pour obtenir une structure identique pour les deux tranches d'âge. La structure finalement retenue possède donc deux dimensions expliquant 78,6% de la variance totale sur l'échantillon total. Les items retenus présentent des communalités supérieures à 0,5 et sont bien représentés sur leur axe respectif, avec des contributions factorielles comprises entre 0,804 et 0,920. Les dimensions présentent également une bonne fiabilité et une validité convergente satisfaisante.

Tableau 5.2.41. Structure, fiabilité et validité de l'échelle de l'humeur pré-exposition lors de l'enquête finale

	Items	Contribution factorielle (<i>loading</i>)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rh \hat{o} de Jöreskog	Rh \hat{o} de validité convergente
Humeur énergique	Item 7	0,899	0,855	3,069	51,1%	0,904	0,914	0,769
	Item 10	0,920	0,856					
	Item 16	0,897	0,810					
Humeur agitée	Item 2	0,804	0,709	1,649	27,48%	0,802	0,812	0,586
	Item 5	0,841	0,741					
	Item 13	0,863	0,747					

5.2.2. Mesure après exposition : PANAS

Cette échelle consiste à proposer au répondant plusieurs adjectifs qui décrivent ses émotions et sentiments au cours des derniers mois. Il s'agit d'une échelle de Likert en 7 points selon l'intensité de chacune des émotions ressenties. Dans cette recherche, nous

mobilisons l'échelle PANAS traduite en français par Caci et Baylé (2007) à 20 items, 10 items liés à l'affect positif et 10 items liés à l'affect négatif. Dans la lignée des travaux liés à la TMT, l'échelle PANAS est utilisée principalement ici comme un outil de distraction après la situation de saillance de mortalité, afin que les pensées liées à la mort soient en dehors de l'attention focale.

Tableau 5.2.42. L'échelle de mesure initiale PANAS traduite en français par Caci et Baylé (2007)

Indiquez les adjectifs qui permettent de décrire au mieux vos sentiments et émotions durant les derniers mois :

- | |
|-----------------------|
| 1. Motivé (AP) |
| 2. Angoissé (AN) |
| 3. Excité (AP) |
| 4. Contrarié (AN) |
| 5. Fort (AP) |
| 6. Coupable (AN) |
| 7. Effrayé (AN) |
| 8. Hostile (AN) |
| 9. Enthousiaste (AP) |
| 10. Fier (AP) |
| 11. Irritable (AN) |
| 12. Vigilant (AP) |
| 13. Honteux (AN) |
| 14. Stimulé (AP) |
| 15. Nerveux (AN) |
| 16. Déterminé (AP) |
| 17. Attentif (AP) |
| 18. Peureux(se) (AN) |
| 19. Actif(ve) (AP) |
| 20. Craintif(ve) (AN) |

Lors du second pré-test, la question de conserver certains items jugés inadaptés au contexte de la recherche s'est posée (tels que hostile, fier). Cependant, nous avons fait le choix de les conserver, PANAS étant utilisée ici comme outil de distraction (Goldenberg et al., 2006 ; Jonas et Fischer, 2006 ; See et Petty, 2006 ; Wisman et Goldenberg, 2005). En particulier pour des individus seniors, plus fréquemment exposés à l'idée de fin de vie, nous pensons que la distraction doit être suffisamment longue. Nous avons donc conservé l'échelle PANAS dans son intégralité pour l'enquête finale. Deux ACP ont été menées sur les résultats de l'enquête finale sur les deux tranches d'âge. Après rotation Varimax, des items ont été successivement retirés, soit parce qu'ils présentaient une communalité trop faible, soit parce qu'ils saturaient sur plusieurs facteurs en même temps. Pour les deux tranches d'âge considérées, une structure à deux dimensions a été obtenue, avec deux items supplémentaires pour l'échantillon des 40-59 ans, les items 7 et 18 de la seconde dimension

(émotions négatives). Ces items ont donc été retirés pour la structure finale de l'échelle. Finalement, nous avons obtenu une structure en deux dimensions, expliquant 66,8% de la variance totale (67,9% pour les 40-59 ans ; 65,6% pour les 60-79 ans) : émotions positives et émotions négatives.

Tableau 5.2.43. Echelle de mesure retenue de l'humeur post-exposition (PANAS) lors de l'enquête finale

Intitulé des dimensions	Items correspondant
Emotions positives	Item 1 : « Motivé(e) » Item 5 : « Moralement fort(e) » Item 9 : « Enthousiaste » Item 10 : « Fier(e) » Item 14 : « Stimulé(e) » Item 16 : « Déterminé(e) » Item 19 : « Actif(ve) »
Emotions négatives	Item 4 : « Contrarié(e) » Item 11 : « Irritable » Item 15 : « Nerveux(se) » Item 20 : « Craintif(ve) »

Tableau 5.2.44. Structure, fiabilité et validité de l'échelle PANAS lors de l'enquête finale

	Items	Contribution factorielle (loading)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rh \hat{o} de Jöreskog	Rh \hat{o} de validité convergente
Emotions positives	Item 1	0,828	0,763	5,671	47,26%	0,909	0,910	0,593
	Item 5	0,763	0,698					
	Item 9	0,788	0,696					
	Item 10	0,743	0,553					
	Item 14	0,773	0,608					
	Item 16	0,812	0,660					
	Item 19	0,788	0,664					
Emotions négatives	Item 4	0,804	0,679	2,345	19,54%	0,876	0,886	0,639
	Item 11	0,790	0,638					
	Item 15	0,859	0,743					
	Item 20	0,784	0,666					

5.3. Etat de santé perçu

Pour mesurer cette variable, une seule question ouverte a été posée au répondant.

Tableau 5.2.45. Echelle de mesure de l'état de santé perçu

Sur une échelle de 1 à 10, indiquez comment vous percevez votre état de santé actuel : (1 : très mauvais ; 10 : très bon)

5.4. Perte récente d'un proche

De la même manière, cette variable a été mesurée à l'aide d'une question ouverte posée au répondant.

Tableau 5.2.46. Echelle de mesure de la perte récente d'un proche

Avez-vous perdu un proche durant les 12 derniers moi ? <input type="checkbox"/> Oui ; <input type="checkbox"/> Non
--

5.5. La satisfaction de la vie

Selon Diener et *al.* (1985), la satisfaction de la vie correspond à la composante « cognitive-évaluative » du bien-être subjectif. Elle peut être définie comme une « évaluation globale de la qualité de vie d'une personne selon ses propres critères » (Shin et Johnson, 1978). Cette définition insiste sur l'importance d'une évaluation subjective, fondée sur des standards personnels, et non sur des standards externes imposés à l'individu (Diener, 1984). Dans cette recherche, nous retenons la mesure développée par Diener et ses collègues en 1985, appelée la « *Satisfaction with Life Scale* ». Elle a l'avantage d'être relativement courte et facile à administrer. De plus, elle présente de très bonnes qualités psychométriques, que ce soit auprès d'une cible d'étudiants que d'une cible de personnes âgées, avec des alpha de Cronbach notamment de près de 0,9. Nous utilisons ici la version française traduite et validée auprès de populations canadiennes-françaises, proposée par Blais, Vallerand, Pelletier et Brière (1989).

Tableau 5.2.47. Echelle de mesure de satisfaction de la vie de Diener et *al.* (1985), traduite par Blais et *al.* (1989)

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. En général, ma vie correspond de près à mes idéaux. 2. Mes conditions de vie sont excellentes. 3. Je suis satisfait(e) de ma vie. 4. Jusqu'à maintenant, j'ai obtenu les choses importantes que je voulais de la vie. 5. Si je pouvais recommencer ma vie, je n'y changerais presque rien. |
|---|

L'enquête finale a permis de valider la structure unidimensionnelle de cette échelle proposée dans la littérature, et ce pour les deux tranches d'âge étudiées, les 5 items expliquant 74,8% de la variance totale. Tous les items présentent des communalités supérieures à 0,5 et sont bien représentés sur l'axe, avec des contributions factorielles

comprises entre 0,811 et 0,901. Enfin, l'échelle présente une bonne fiabilité et une bonne validité convergente.

Tableau 5.2.48. Structure, fiabilité et validité de l'échelle de satisfaction de la vie lors de l'enquête finale

	Items	Contribution factorielle (<i>loading</i>)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rh \hat{o} de Jöreskog	Rh \hat{o} de validité convergente
Satisfaction de la vie	Item 1	0,888	0,788	3,739	74,8%	0,912	0,916	0,686
	Item 2	0,859	0,738					
	Item 3	0,901	0,812					
	Item 4	0,861	0,742					
	Item 5	0,811	0,658					

5.6. La religiosité

Rappelons la définition mobilisée de Johnson et *alii.* (2001), pour lesquels la religiosité représente le degré auquel un individu s'engage dans une religion et ses préceptes, tels que ses attitudes et ses comportements reflètent cet engagement. En ce sens, nous mobilisons l'échelle de Dowling et *alii.* (2004) mesurant l'importance des croyances religieuses. Elle se compose de trois items, présentés dans le tableau ci-dessous.

Tableau 5.2.49. Echelle de mesure de la religiosité (Dowling et *alii.*, 2004)

1. La religion est très importante dans ma vie.
2. La religion affecte mes actes.
3. La foi m'aide quand les choses vont mal.

Cette échelle unidimensionnelle n'a pas fait l'objet d'un pré-test. Cependant, étant mobilisée dans les travaux de Zaaraoui-Sabri (2006), elle s'est révélée fiable et valide, avec un alpha de Cronbach de 0,9, un rh \hat{o} de Jöreskog de 0,922 et un rh \hat{o} de validité convergente de 0,7. Les ACP menées lors de l'enquête finale sur les deux tranches d'âge confirment la structure unidimensionnelle qui explique 83,9% de la variance totale sur l'échantillon total (85,3% pour les 40-59 ans et 82,87% pour les 60-79 ans). L'échelle présente une bonne fiabilité et une bonne validité convergente.

Tableau 5.2.50. Structure, fiabilité et validité de l'échelle de religiosité lors de l'enquête finale

	Items	Contribution factorielle (<i>loading</i>)	Communalité	Valeur propre	% de variance expliquée	α de Cronbach	Rh \hat{o} de Jöreskog	Rh \hat{o} de validité convergente
Religiosité	Item 1	0,941	0,885	2,517	83,904%	0,903	0,907	0,767
	Item 2	0,874	0,764					
	Item 3	0,932	0,869					

6. Les variables liées au profil du répondant

Le questionnaire de cette étude se termine par des questions relatives au profil sociodémographique du répondant : le sexe, l'âge, le statut marital, le nombre d'enfants, la catégorie socioprofessionnelle, le fait d'être à la retraite ou en activité.

Tableau 5.2.51. Profil socio-démographique du répondant

<p>Quelle est votre année de naissance ?</p> <p>Vous êtes : <input type="checkbox"/> un homme <input type="checkbox"/> une femme</p> <p>Nombre d'enfants : ...</p> <p>Etes-vous à la retraite ? <input type="checkbox"/> oui <input type="checkbox"/> non</p> <p>Si oui, quelle était votre profession ? ...</p> <p>Si non, quelle est votre profession actuelle ?</p>
--

Conclusion de la section 2

Cette seconde section du chapitre 5 était consacrée à l'opérationnalisation des construits mobilisés dans cette recherche. Nous avons ainsi présenté toutes les échelles de mesure utilisées pour l'expérimentation finale ainsi que la méthodologie utilisée pour l'épuration de chacune d'entre elles. Les échelles retenues ont l'avantage d'être relativement courtes et présentent pour la plupart de bonnes qualités psychométriques qui ont été vérifiées à la fois sur les résultats du pré-test et de l'enquête finale. En particulier, dans le cadre de l'enquête finale, une attention particulière a été accordée à la structure des échelles sur les deux tranches d'âge de l'échantillon (les 40-59 ans d'une part, les 60-79 ans d'autre part), afin d'assurer leur pertinence pour le test des hypothèses.

Conclusion du chapitre 5

Ce chapitre 5 était dédié à la méthodologie de l'étude expérimentale. Il a permis d'appréhender la présentation et la validité du protocole expérimentale, ainsi que les outils de mesure mobilisés et leur opérationnalisation en vue du test des hypothèses.

Cette recherche repose sur une expérimentation dans laquelle deux facteurs sont manipulés : l'intensité de la saillance de mortalité et la présence ou non d'une distraction post-exposition. Réalisée sur deux tranches d'âge distinctes, les 40-59 ans et les 60-79 ans, nous obtenons au total 12 groupes expérimentaux. L'échantillon final se compose de 360 individus, répartis de façon aléatoire dans les différentes cellules expérimentales, et toutes les données ont été collectées en ligne. Enfin, notons que les deux pré-tests successifs ont permis de sélectionner les visuels permettant de créer des situations de saillance de mortalité selon deux intensités, faible et forte. Une attention particulière a été accordée à la vérification des conditions expérimentales et au contrôle des variables exogènes.

De plus, les échelles de mesure retenues pour l'expérimentation ont été sélectionnées avec soin et pré-testées. Elles ont l'avantage d'être relativement courtes et de présenter de bonnes qualités psychométriques.

Chapitre 6. Les résultats de l'étude expérimentale et discussion

Section 3. Les résultats de la recherche

Section 4. La mise en perspective des résultats

PREMIERE PARTIE. LES FONDEMENTS THEORIQUES DE LA RECHERCHE

Chapitre 1 - La mort, perceptions et représentations

Section 1. Le concept de mort : l'approche pluridisciplinaire

Section 2. Le rapport individuel à la mort

Chapitre 2 – De la saillance de mortalité comme événement stressant au déploiement de mécanismes de défense

Section 3. Le concept central de saillance de mortalité

Section 4. Le déploiement de stratégies pour faire face

Section 5. L'exploration de nouvelles pistes de recherche



DEUXIEME PARTIE. L'INFLUENCE DE LA SAILLANCE DE MORTALITE SUR LE CADRAGE SITUATIONNEL EN CONSOMMATION: EXPLORATION, MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 3 – L'étude qualitative exploratoire

Section 1. La méthodologie de l'étude qualitative

Section 2. Les résultats de l'étude qualitative

Chapitre 4 – Le modèle conceptuel et ses hypothèses

Section 3. Proposition du modèle conceptuel

Section 4. Les hypothèses de la recherche



TROISIEME PARTIE. L'ETUDE EXPERIMENTALE: METHODOLOGIE, RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 5 – La méthodologie de l'étude expérimentale

Section 1. Présentation et validité du protocole expérimentale

Section 2. L'opérationnalisation, les outils de mesure et la fiabilité des construits mobilisés

Chapitre 6 – Les résultats de l'étude expérimentale et discussion

Section 3. Les résultats de la recherche

Section 4. La mise en perspective des résultats

Introduction du chapitre 6

Le chapitre 6 est consacré à la présentation des résultats de l'étude expérimentale qui mettent à l'épreuve les hypothèses rédigées dans le chapitre 4. Dans cet objectif, plusieurs outils statistiques ont été mobilisés. Nous présentons maintenant les résultats obtenus grâce à leur utilisation.

Ce chapitre s'articule autour de deux sections. La première (**section 3**) est consacrée à la présentation des résultats de la recherche. La seconde (**section 4**) est consacrée à la mise en perspective des résultats par rapport à la littérature existante à ce jour. La section 4 sera également l'occasion de présenter les principales contributions de la recherche, ses limites et de proposer des voies futures de recherche.

Section 3. Les résultats de la recherche

Cette section est donc consacrée à la présentation des résultats de l'étude expérimentale. Chaque hypothèse présentée lors du chapitre 4 est alors rappelée et testée via les outils statistiques mobilisés. Avant de présenter ces résultats, nous avons tenu à examiner les résultats liés aux vérifications des manipulations des conditions expérimentales (*manipulation checks*). Cette vérification préliminaire est un élément indispensable pour s'assurer de la pertinence des résultats obtenus par la suite (Perdue et Summers, 1986).

1. La vérification des manipulations expérimentales (*manipulation checks*)

Une attention particulière a été attribuée à la vérification des manipulations expérimentales. En particulier, trois éléments participent à cet objectif : la question ouverte posée aux répondants immédiatement après le visuel, la mesure du degré de saillance de mortalité perçue et les items liés aux potentiels effets de confusion. De plus, malgré le fait que l'outil de distraction soit systématiquement utilisé dans toutes les études antérieures liées à la TMT pour démontrer l'effet de la saillance de mortalité sur les comportements, nous avons souhaité vérifier l'importance de cet élément dans la manipulation des conditions expérimentales en créant des groupes avec et sans distraction. Cet aspect méthodologique, rarement utilisé dans les recherches antérieures, constitue selon nous une contribution méthodologique majeure de cette recherche. Nous précisons ici ces quatre éléments.

La question ouverte après exposition au visuel

La question ouverte posée aux répondants après exposition au visuel a fait l'objet d'une analyse de contenu afin de vérifier que les visuels présentés suscitaient bien des pensées liées à la mort initialement souhaitées. Rappelons ici que la condition de saillance de mortalité forte (SMForte) devait susciter de fortes pensées liées à la mort, la condition de saillance de mortalité faible (SMfaible) devait susciter des pensées liées à la mort plus faibles et plus subtiles et enfin, la condition de contrôle (GC) devait susciter des pensées liées à des situations à valence affective négative, non liées à la mort. Ainsi, une analyse de contenu a été menée sur les réponses proposées. Pour la **condition forte**, le visuel suscite bien de fortes pensées liées à la mort pour la grande majorité de l'échantillon, à savoir 86% des individus. On retrouve alors des verbatim tels que *mort, décès, fin de vie, fin naturelle,*

fin du chemin, deuil, séparation, fin du monde, retour à la terre. Beaucoup, à savoir 63%, font référence à des expériences ou à des souvenirs personnels qui laissent place à une réelle identification ou à une projection de l'individu dans l'idée de sa propre finitude (« *ça m'évoque aussi le moment où moi je ne serai plus là* » ; « *je pense à ma propre mort, à l'idée qu'il y aura une fin pour moi aussi* »). Pour la **condition faible**, en revanche, le terme *mort* n'est évoqué que par 10 répondants sur les 120 appartenant à cette condition (avec et sans distraction). 42% des répondants évoquent cependant la « mort légale » via les termes *d'autopsie*, de *cadavre* ou de *morgue*. D'autres, dans 15% des cas, évoquent la maladie, l'opération ou l'hôpital. Cela correspond bien à notre objectif car de ce fait, le visuel suscite bien des pensées liées à la mort mais de façon plus distancée et plus impersonnelle et ainsi, plus faible (« *je pense à un homme, à la morgue, pour une affaire judiciaire* » ; « *cela me fait passer à la mort représentée dans toutes ces séries télévisées !* »). Seulement 3 individus font d'ailleurs référence à des souvenirs antérieurs. Notons enfin que 29% des répondants évoquent la détente et la relaxation après exposition au visuel. Enfin, dans le cas du **groupe de contrôle**, aucun répondant n'évoque la thématique de la mort. Pour autant, le visuel suscite des pensées négatives, telles que la douleur (douleur dentaire notamment) ou encore l'examen médical pour 84% des répondants.

La question ouverte post-exposition permet dans un premier temps d'apprécier l'accessibilité des pensées liées à la mort immédiatement après exposition au visuel. L'analyse de contenu effectuée sur les réponses obtenues montre que notre objectif de susciter des pensées liées à la mort plus ou moins fortes est bien rempli. Cette mesure est complétée par la mesure du degré de saillance de mortalité perçue.

La mesure du degré de saillance de mortalité perçue

Le degré de saillance de mortalité perçue a fait l'objet d'une mesure présentée dans le chapitre 5 qui a été insérée à la fin du questionnaire (lors du pré-test et de l'enquête finale), et ce pour les trois conditions expérimentales. Cette échelle a permis de vérifier que les trois conditions (saillance de mortalité forte, saillance de mortalité faible et groupe de contrôle) ont bien été discriminées par les répondants. Rappelons une nouvelle fois que la condition dite forte n'avait pas comme objectif de susciter plus d'émotions négatives ou plus d'anxiété que la condition faible, mais plutôt de susciter des rappels de sa condition d'être mortel plus forts.

Dans un premier temps, une ACP a été conduite lors de l'enquête finale afin de préciser la structure de l'échelle du degré de saillance de mortalité perçue. Après rotation, la matrice de corrélation des composantes a montré qu'il existait une très faible corrélation entre les deux dimensions égale à 0,087. Ce premier résultat nous a amené à réaliser une rotation Varimax pour l'épuration de cette échelle. L'item 4 (« *le visuel présenté me rappelle fortement l'idée de ma propre mort* ») a été retiré car il saturait sur les deux dimensions en même temps. Nous avons ainsi obtenu une structure à deux dimensions expliquant 75,5% de la variance, avec cependant une deuxième dimension composée uniquement de l'item 6 correspondant à la dimension émotionnelle positive suscitée par le visuel. Ainsi, cet item a été retiré pour générer le score factoriel de la première dimension composée des items 1, 2, 3, 5 et 7 et expliquant alors 68,9% de la variance.

Dans un second temps, une analyse de variance a été réalisée sur les résultats de l'enquête finale afin de vérifier les manipulations expérimentales. Le test de Levene s'est avéré significatif, la statistique de Welch a donc été retenue : les moyennes sont bien significativement différentes parmi les trois conditions expérimentales. Les tests post hoc ont été mobilisés, notamment le test de Bonferroni et le test de Tukey, afin de déterminer quelles étaient les moyennes significativement différentes. Les résultats montrent qu'il existe bien une différence significative entre les trois conditions expérimentales et que le degré de saillance de mortalité perçue est significativement plus fort pour la condition forte que la condition faible et le groupe de contrôle. Les résultats sont présentés dans le tableau 6.3.1.

La même procédure a été menée uniquement sur l'item 6, puis sur l'item 7, afin de voir s'il existait des différences significatives dans les émotions positives et négatives suscitées. L'ANOVA sur l'item 6 (« *Pour moi, le visuel présente une forte connotation émotionnelle positive* ») montre qu'il n'existe pas de différence significative entre les trois conditions expérimentales, qui présentent des moyennes très proches sur cet item, comprises entre 3,35 et 3,56. En revanche, l'ANOVA sur l'item 7 (« *Pour moi, le visuel présente une forte connotation émotionnelle négative* ») montre que la condition forte suscite des émotions négatives plus fortes que la condition faible. Il n'existe cependant pas de différence significative entre la condition faible et le groupe de contrôle. Les résultats sont présentés dans le tableau 6.3.2. Il est important de noter que, s'agissant d'une échelle de mesure insérée à la fin du questionnaire et qui invite le répondant à s'exprimer sur le visuel auquel il a été exposé, les émotions (positives ou négatives) mesurées sont des émotions conscientes. Cependant, comme les mesures des variables dépendantes interviennent après distraction, et donc lorsque les pensées liées à la mort sont inconscientes, de telles émotions (notamment

négatives) ne risquent pas de venir affecter les résultats obtenus, conformément à la TMT (Ferraro, Shiv et Bettman, 2005).

Tableau 6.3.1. Les résultats de l'ANOVA dans le cadre des *manipulation checks* : les tests de Tukey et Bonferroni

	(I) Groupe	Score de SM perçue	(J) Groupe	Différence de moyennes (I-J)	Erreur standard	Sign.	Intervalle de confiance à 95%	
							Borne inférieure	Borne supérieure
Test de Tukey	SMForte	0,4672	SMfaible	,35216174*	,116	,008	,0780707	,6262528*
			GC	1,04960269*	,116	,000	,7755116	1,3236938*
	SMfaible	0,115	SMForte	-,35216174*	,116	,008	-,6262528	-,0780707*
			GC	,69744095*	,116	,000	,4233499	,9715320*
	GC	-0,5823	SMForte	-1,04960269*	,116	,000	-1,32369	-,7755116*
			SMfaible	-,69744095*	,116	,000	-,9715320	-,4233499*
Bonferroni	SMForte	0,4672	SMfaible	,35216174*	,116	,008	,0720399	,6322836*
			GC	1,04960269*	,116	,000	,7694808	1,3297246*
	SMfaible	0,115	SMForte	-,35216174*	,116	,008	-,6322836	-,0720399*
			GC	,69744095*	,116	,000	,4173191	,9775628*
	GC	-0,5823	SMForte	-1,04960269*	,116	,000	-1,32972	-,7694808*
			SMfaible	-,69744095*	,116	,000	-,9775628	-,4173191*

Tableau 6.3.2. Les résultats de l'ANOVA réalisée sur l'item 7 lié aux émotions négatives : les tests de Tukey et Bonferroni

Variable dépendante: Saillance perçue 7

	(I) Groupe	Score de SM7 perçue	(J) Groupe	Différence de moyennes (I-J)	Erreur standard	Sign.	Intervalle de confiance à 95%	
							Borne inférieure	Borne supérieure
Test de Tukey	SMForte	4,41	SMfaible	,508*	,206	,037	,02	,99
			GC	,950*	,206	,000	,47	1,43
	SMfaible	3,90	SMForte	-,508*	,206	,037	-,99	-,02
			GC	,442	,206	,082	-,04	,93
	GC	3,46	SMForte	-,950*	,206	,000	-1,43	-,47
			SMfaible	-,442	,206	,082	-,93	,04
Bonferroni	SMForte	4,41	SMfaible	,508*	,206	,042	,01	1,00
			GC	,950*	,206	,000	,45	1,45
	SMfaible	3,90	SMForte	-,508*	,206	,042	-1,00	-,01
			GC	,442	,206	,098	-,05	,94
	GC	3,46	SMForte	-,950*	,206	,000	-1,45	-,45
			SMfaible	-,442	,206	,098	-,94	,05

Les items liés aux effets de confusion potentiels

Comme cela a été précisé dans la section 1 du chapitre 5, des items ont été créés afin de contrôler les éventuels effets de confusion. Ils ont été insérés à la fin du questionnaire et cela, pour les trois conditions expérimentales. Les items portent sur l'attitude globale du répondant à l'égard du visuel. Après avoir calculé le score factoriel correspondant, cette mesure a été introduite comme co-variable dans le test des hypothèses.

L'effet de l'outil de distraction

Comme nous l'avons précisé dans la présentation des résultats antérieurs liés à la TMT, toutes les études menées mobilisent un outil de distraction (principalement PANAS) immédiatement après la situation de saillance de mortalité, quelle que soit sa forme utilisée (deux questions ouvertes relatives à la mort, visionnage d'un film etc.). Selon Greenberg et *al.* (1994) en effet, les mécanismes de défense (valorisation de l'estime de soi et défense du modèle culturel) en réponse à la saillance de mortalité ne sont mis en évidence qu'après une distraction. De plus, les auteurs montrent que l'accessibilité des pensées liées à la mort est plus forte après une distraction qu'immédiatement après la situation de saillance de mortalité. Ainsi, le délai et la distraction permet de générer une plus grande accessibilité des pensées liées à la mort (Bassili et Smith, 1986 ; Harmon-Jones et *al.*, 1997).

Dans cette recherche, nous avons utilisé la mesure classique d'accessibilité des pensées liées à la mort proposée par Gilbert et Hixon (1988) qui consiste à demander aux répondants de compléter une liste de 25 mots sur la base de lettres existantes. Sur les 25 mots proposés, 5 étaient susceptibles d'être complétés en vue d'appartenir au champ lexical de la mort : DEC(ès), MOR(t), CERC(ueil), TOM(be), DEF(unt). Nous avons donc compté le nombre de mots complétés appartenant à ce champ lexical pour avoir par la suite un score sur 5 points. Ainsi, afin de vérifier la pertinence de l'outil de distraction, nous avons comparé les mesures d'accessibilité obtenues sur les trois conditions expérimentales avec et sans distraction à l'aide d'une analyse de variance.

Les résultats des tests post hoc montrent qu'il existe bien une différence significative entre :

- les groupes de saillance de mortalité forte avec et sans distraction : les pensées liées à la mort sont plus accessibles après distraction que sans distraction ;

- et les groupes de saillance de mortalité faible avec et sans distraction : les pensées liées à la mort sont plus accessibles après distraction que sans distraction.

Les résultats obtenus confirment donc les résultats des recherches antérieures et nous permettent de montrer l'utilité de l'outil de distraction utilisé dans cette recherche. Notons que cette mesure d'accessibilité des pensées permet bien de cerner les pensées inconscientes, alors que la question ouverte permet d'appréhender les pensées conscientes.

Tableau 6.3.3. Les résultats de l'ANOVA pour la vérification de l'accessibilité des pensées liées à la mort avec (AD) et sans distraction (SD)

	(I) Groupe	(J) Groupe	Différence de moyennes (I-J)	Erreur standard	Signification
Accessibilité des pensées liées à la mort	SMForte SD	SMForte AD	-,583*	,148	,001
		SMfaible AD	-,850*	,148	,000
		GC AD	,150	,148	,912
		SMfaible SD	,217	,148	,685
		GC SD	,367	,148	,131
	SMfaible SD	SMForte AD	-,800*	,148	,000
		SMfaible AD	-1,067*	,148	,000
		GC AD	-,067	,148	,998
		SMForte SD	-,217	,148	,685
		GC SD	,150	,148	,912

Concernant l'outil de distraction, nous avons également souhaité vérifier que la situation de saillance de mortalité ne suscite pas plus de réactions affectives que le groupe de contrôle, cette fois-ci au niveau inconscient, comme le montre la majorité des études portant sur la TMT (Ferraro, Shiv et Bettman, 2005). Cela nous permettra alors d'écarter l'idée selon laquelle les effets potentiels sur la variable dépendante sont dus aux émotions suscitées par le visuel, même au niveau inconscient, et non aux rappels de la mortalité. Dans cet objectif, une analyse de variance a été effectuée, avec comme variables dépendantes les deux dimensions de la mesure PANAS, à savoir l'affect positif et l'affect négatif. Alors que les tests de Levene ne sont pas significatifs pour les deux ANOVA, les résultats montrent qu'il n'existe pas de différence significative entre les trois conditions expérimentales dans les émotions positives et les émotions négatives suscitées par les visuels après distraction. Ce résultat nous permet d'écarter l'idée selon laquelle les effets sur les variables dépendantes seraient liés à l'affect provoqué par le visuel et non par les rappels de la condition d'être mortel.

Tableau 6.3.4. Résultats de l'ANOVA pour les différences entre les trois conditions expérimentales liées à la mesure PANAS

	(I) Groupe	(J) Groupe	Différence de moyennes (I-J)	Erreur standard	Signification
Affect positif	SMForte	SMfaible	,02534774	,18340152	,990
		GC	-,08388528	,18340152	,891
	SMfaible	SMForte	-,02534774	,18340152	,990
		GC	-,10923302	,18340152	,823
	GC	SMForte	,08388528	,18340152	,891
		SMfaible	,10923302	,18340152	,823
Affect négatif	SMForte	SMfaible	-,08343323	,18347115	,892
		GC	-,07626196	,18347115	,909
	SMfaible	SMForte	,08343323	,18347115	,892
		GC	,00717127	,18347115	,999
	GC	SMForte	,07626196	,18347115	,909
		SMfaible	-,00717127	,18347115	,999

2. Le test des hypothèses relatives aux médiateurs : les liens directs et indirects entre la saillance de mortalité et les préférences produits

Il s'agit ici de mettre à l'épreuve les hypothèses principales de cette recherche qui portent sur les liens direct et indirect entre la saillance de mortalité et les préférences produits (H1, H2, H3). Les hypothèses sont rappelées ci-dessous :

Liens	Hypothèses
Saillance de mortalité → Préférences produits	H1a. En situation de saillance de mortalité forte , et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés prévention sont plus fortes que les préférences pour les produits axés promotion. H1b. En situation de saillance de mortalité faible , et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés promotion sont plus fortes que les préférences pour les produits axés prévention.
Saillance de mortalité → Cadrage situationnel	H2a. En situation de saillance de mortalité forte , et relativement au groupe de contrôle, l'individu adopte davantage une stratégie d'évitement . H2b. En situation de saillance de mortalité faible , et relativement au groupe de contrôle, l'individu adopte davantage une stratégie d'approche .
Cadrage situationnel → Préférences produits	H3a. En situation de saillance de mortalité, plus l'individu adopte une stratégie d'évitement , plus ses préférences pour des produits axés prévention (vs. promotion) sont fortes. H3b. En situation de saillance de mortalité, plus l'individu adopte une stratégie d'approche , plus ses préférences pour des produits axés promotion (vs. prévention) sont fortes.

Afin de tester l'existence d'un effet médiateur, la méthode habituellement utilisée en sciences sociales, et plus particulièrement en marketing est la procédure des régressions successives proposées par Baron et Kenny (1986). Malgré la popularité incontestable de cette procédure, une littérature récente s'est développée mettant en évidence les failles de la logique de Baron et Kenny (Preacher et Hayes, 2008 ; Zhao, Lynch et Chen, 2010). Sur la base des critiques formulées à l'encontre de cette méthode, nous avons donc fait le choix d'utiliser la procédure recommandée par Preacher et Hayes (2004) pour le test des effets médiateurs.

Selon Baron et Kenny (1986), quatre conditions sont nécessaires pour vérifier un effet médiateur complet :

- (1) Un effet significatif de la variable indépendante X (saillance de mortalité) sur la variable dépendante Y (préférences produits). L'effet de X sur Y est alors appelé **effet total** et doit être significativement différent de 0. Il est noté **c** dans l'équation :

$$Y = i_1 + cX + e_1$$

- (2) Un effet significatif de la variable indépendante X (saillance de mortalité) sur la variable médiatrice M (stratégie d'approche et stratégie d'évitement). Cet effet doit être alors significativement différent de 0 et est noté **a** dans l'équation :

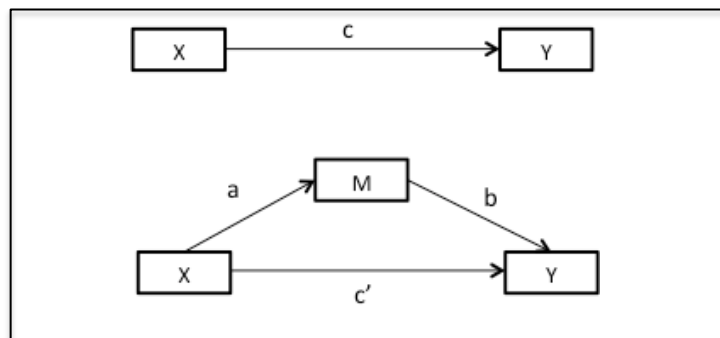
$$M = i_2 + aX + e_2$$

- (3) Un effet significatif de la variable médiatrice M (stratégie d'approche et stratégie d'évitement) sur la variable Y (préférences produits), en contrôlant l'influence de X (saillance de mortalité) sur Y. Cet effet doit être alors significativement différent de 0 et est noté **b** dans l'équation :

$$Y = i_3 + c'X + bM + e_3$$

De ces équations, nous en déduisons $c = c' + ab$, où **c'** représente l'**effet direct de X sur Y** et **ab** représente l'**effet indirect de X sur Y**.

Figure 6.3.1. Illustration des effets directs et indirects dans un modèle de médiation simple



Parmi les principales critiques formulées à l'encontre de la procédure de Baron et Kenny (1986) par Zhao et al. (2011), deux nous paraissent importantes :

- **L'effet total c** mis en évidence dans la première équation n'est pas indispensable pour établir l'existence d'une médiation. En effet, cet effet peut s'avérer parfois à tort non significatif. Cela peut s'expliquer par des coefficients a et c de signes opposés qui peuvent donner lieu à un effet total proche de 0. De plus, un effet total significatif n'indique pas nécessairement une médiation. Ainsi, plusieurs auteurs recommandent de renoncer à l'étude de la significativité de l'effet total (Collins et alii., 1998 ; Kenny, 2003 ; MacKinnon et alii., 2000 ; Shrout et Bolger, 2002). Une seule condition suffit : la significativité du produit ab qui représente l'effet indirect de X sur Y .
- **Le test de Sobel**, recommandé par Baron et Kenny pour évaluer la significativité du chemin indirect ab , a un faible pouvoir comparativement à un test de *bootstrap* (Preacher et Hayes, 2004). Ce dernier présente en effet l'avantage de ne pas imposer l'hypothèse de normalité de la distribution échantillonnée et de générer une distribution échantillonnée empiriquement de a , b et ab . MacKinnon et al. (2002) recommandent d'utiliser cette méthode plutôt que le test de Sobel. En ce sens, une attention particulière sera attribuée à l'intervalle de confiance *bootstrap*. S'il n'inclut pas la valeur 0, l'effet indirect ab est significatif et l'existence de la médiation est établie ; s'il inclut la valeur 0, ab n'est pas significatif et l'hypothèse de médiation est rejetée.

Les équations de Baron et Kenny restent pour autant indispensables, non pas pour valider chacun de leurs tests, mais pour estimer les coefficients a , b et c' permettant d'attester d'un effet indirect et pour permettre de définir plus précisément le type de médiation observé. Afin d'évaluer ces coefficients, nous avons eu recours à la macro **PROCESS** pour SPSS proposée par Hayes (2012, 2013) et compatible avec la méthode de l'expérimentation. Cette méthode s'avère plus robuste que l'analyse de variance, habituellement utilisée dans le cas de variables indépendantes catégorielles, grâce à la méthode du *bootstrap*. A chaque exécution de la macro, nous présentons la valeur des coefficients (a , b , ab , c , c'), leur significativité et l'intervalle de confiance à 95% de l'analyse *bootstrap*.

Dans le cas de notre modèle :

- la variable indépendante **X**, à savoir la saillance de mortalité, est une variable catégorielle à trois modalités (forte, faible, groupe de contrôle) ;
- les variables médiatrices **M**, à savoir la stratégie d'évitement et la stratégie d'approche, sont des variables métriques ;
- la variable dépendante **Y**, à savoir les préférences produits promotion vs. prévention, est une variable métrique.

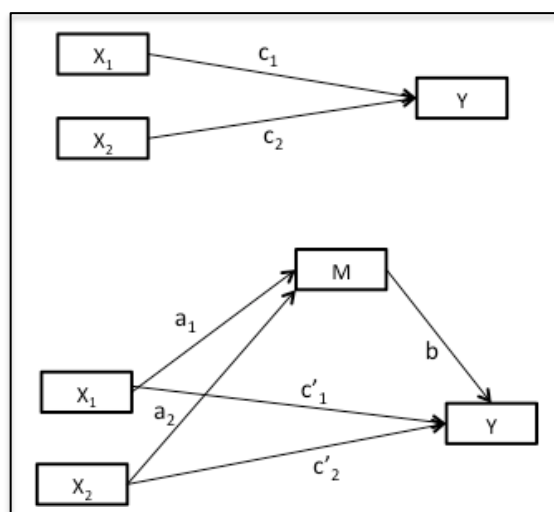
Or, X étant catégorielle à trois modalités, les effets ne peuvent être estimés via les équations présentées précédemment car il n'existe pas de paramètre unique permettant de rendre compte de l'effet de X sur M ou Y. Pour rendre compte de ces effets selon les trois modalités de la variable indépendante, il est donc nécessaire d'avoir deux paramètres à estimer (Cohen, 1968 ; Cohen, Cohen, West et Aiken, 2003 ; Hardy, 1993 ; Suits, 1957) afin de comparer les différences de moyennes entre deux groupes expérimentaux successivement. Ainsi, deux variables muettes ont été créées, X₁ et X₂, chacune reflétant l'appartenance à un groupe expérimental (relativement SMForte et SMfaible), le troisième groupe non codé (le groupe de contrôle) étant le groupe de référence. Les modèles obtenus sont alors estimés par des régressions.

Tableau 6.3.5. Equations relatives au modèle de médiation testé dans la recherche

$M = i_1 + a_1X_1 + a_2X_2 + e_M$
$Y = i_1 + c'_1X_1 + c'_2X_2 + bM + e_Y$
$Y = i_1 + c_1X_1 + c_2X_2 + e_Y$
$c_i = c'_i + a_i b$ (effet total)

Tableau 6.3.6. Codage des variables muettes X₁ et X₂ pour la transformation de la variable indépendante

	SMForte	SMfaible	Groupe de contrôle
X ₁	1	0	0
X ₂	0	1	0

Figure 6.3.2. Illustration des effets directs et indirects testés dans cette recherche

Avant de présenter les résultats obtenus via la macro de Hayes, il est important de préciser que les médiateurs ont été testés dans le cadre de modèles distincts, et non via un seul modèle avec médiateurs multiples (Preacher et Hayes, 2008). Ce choix est cohérent avec les éléments théoriques cités précédemment, selon lesquels les stratégies d'approche et d'évitement peuvent être considérés comme étant deux processus indépendants dans un contexte situationnel. Par précaution, nous avons tenu à vérifier l'absence de colinéarité entre ces deux variables via les indicateurs VIF et Tolérance, quand bien même la taille suffisamment importante de l'échantillon nous permet de minimiser ce problème (Kenny, Kashy et Bolger, 1998). Ainsi, la tolérance, égale à 0,864, est bien supérieure à 0,3 ; le VIF (facteur d'inflation de la variance), égal à 1,157, est bien inférieur à 3. Ces deux indicateurs rendent compte d'un faible degré de colinéarité. Parce que la procédure de Hayes se fonde sur des équations statistiquement modélisées par des régressions, nous avons également vérifié les conditions d'application de la régression linéaire (*cf.* tableau 6.3.7). Ainsi :

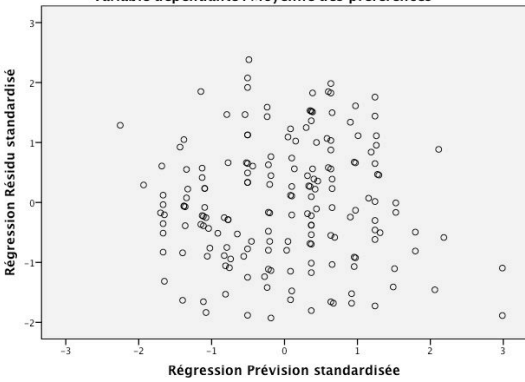
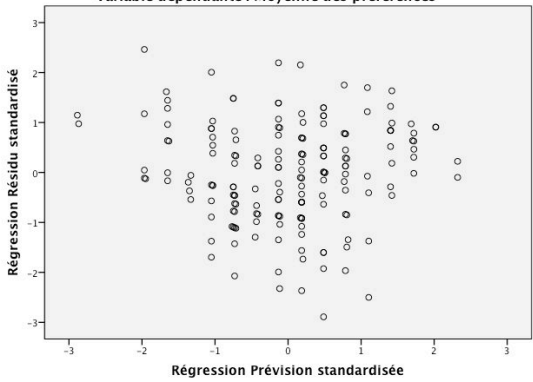
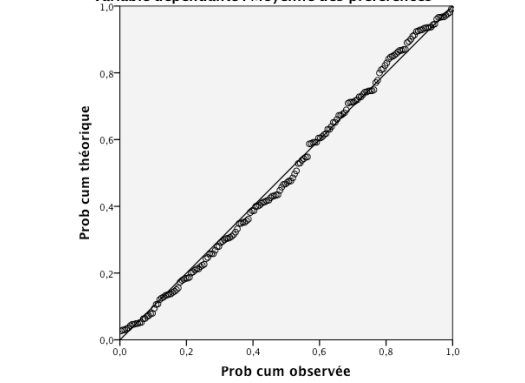
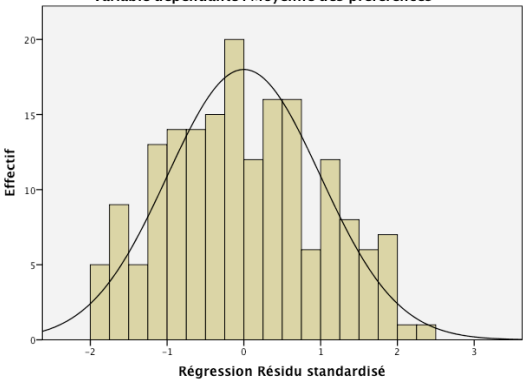
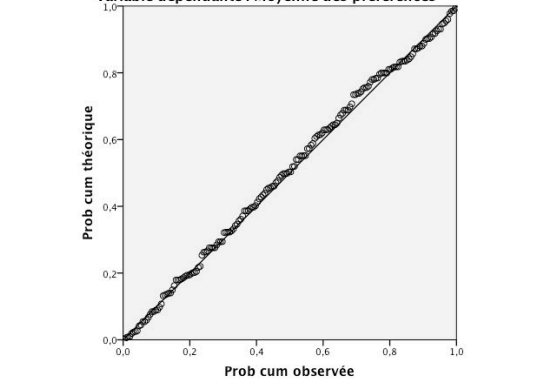
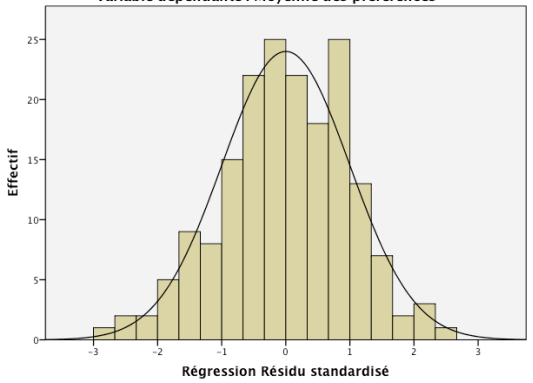
- Les éléments théoriques présentés dans la première partie suggèrent la linéarité de la relation étudiée entre les variables mobilisées.
- Il ne semble pas y avoir d'observations aberrantes sur l'échantillon étudié.
- L'hypothèse d'homoscédasticité (ou variance constante du terme d'erreur), vérifiée par l'examen des résidus, semble être vérifiée : le nuage de points présente des points relativement dispersés, laissant suggérer que la variance des erreurs est identique pour tous les individus.

- L'hypothèse de non corrélation des erreurs est vérifiée du fait de l'indépendance de la sélection des éléments de l'échantillon.
- Enfin, la distribution des termes d'erreur s'apparente à une distribution normale selon l'observation graphique des résidus.

Précisons enfin que, dans ce cadre, la macro PROCESS a été exécutée deux fois :

- un premier modèle de médiation avec la variable muette X_1 comme variable indépendante et X_2 comme covariable. Ce modèle permet d'avoir une estimation des coefficients a_1 , c_1 , c'_1 et a_1b et ainsi d'évaluer les effets médiateurs en situation de saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle.
- un second modèle de médiation avec la variable muette X_2 comme variable indépendante et X_1 comme covariable. Ce modèle permet d'avoir une estimation des coefficients a_2 , c_2 , c'_2 et a_2b et ainsi d'évaluer les effets médiateurs en situation de saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle.

Tableau 6.3.7. Vérification des conditions d'application de la régression linéaire pour le test des effets médiateurs

	Régression de la stratégie d'évitement sur les préférences produits	Régression de la stratégie d'approche sur les préférences produits
<p>Hypothèse d'homoscédasticité : nuage de points des résidus standardisés</p>	<p>Nuage de points Variable dépendante : Moyenne des préférences</p> 	<p>Nuage de points Variable dépendante : Moyenne des préférences</p> 
<p>Hypothèse de normalité des résidus : diagramme gaussien et histogramme</p>	<p>Diagramme gaussien P-P de régression de Résidu standardisé Variable dépendante : Moyenne des préférences</p>  <p>Histogramme Variable dépendante : Moyenne des préférences</p> 	<p>Diagramme gaussien P-P de régression de Résidu standardisé Variable dépendante : Moyenne des préférences</p>  <p>Histogramme Variable dépendante : Moyenne des préférences</p> 

2.1. Le test des hypothèses de médiation sur les échantillons avec distraction

Deux séries de résultats sont présentés ici : les résultats des effets médiateurs sans et avec prise en compte des variables de contrôle incluses dans le modèle. Les variables de contrôle considérées sont les suivantes : l'orientation régulatrice chronique, l'humeur pré-exposition, l'humeur post-exposition, l'état de santé perçu, la perte récente d'un proche, la satisfaction de la vie, la religiosité et l'attitude négative à l'égard du visuel.

Les tests de médiation sans prise en compte des variables de contrôle

Lorsque la variable X_1 est introduite comme variable indépendante et X_2 comme covariable, l'exécution de la macro présente les résultats propres à la situation de saillance de mortalité forte en comparaison au groupe de contrôle. Tout d'abord, les résultats montrent que l'introduction des médiateurs, stratégie d'évitement d'une part, et stratégie d'approche d'autre part, ne remet pas en cause la significativité du modèle et augmente son pouvoir explicatif avec une hausse de la valeur du R^2 . Ainsi, l'introduction de la variable stratégie d'évitement suscite une hausse du R^2 de 0,5575 à 0,5709 ($p=0,000$) et l'introduction de la variable stratégie d'approche suscite une hausse du R^2 de 0,5575 à 0,5692 ($p=0,000$). De plus, les résultats présentent la valeur et la significativité des coefficients relatifs aux effets directs et indirects lors de l'introduction de la variable stratégie d'évitement comme médiateur. Ainsi :

- L'intervalle de confiance du *bootstrap* de 95% n'inclut pas la valeur nulle (-0,4028 ; -0,0442), ce qui montre que le coefficient a_1b est significatif au seuil de 5% ($a_1b=-0,208$) : **il existe donc bien un effet médiateur de la variable stratégie d'évitement en situation de saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle**. La valeur de a_1b donne des indications quant à la force de l'effet indirect relatif de la saillance de mortalité forte sur les préférences produits. Son signe étant négatif, cela signifie que les individus en saillance de mortalité forte présentent des préférences produits plus faibles que les individus en groupe de contrôle. Or, d'après l'outil de mesure mobilisé, un faible score dans les préférences produits montrent une préférence pour des produits prévention. Ainsi, en situation de saillance de mortalité forte, l'individu présente de plus fortes préférences pour des produits prévention que les individus en groupe de contrôle, via l'effet de la stratégie d'évitement (a_1 étant positif).

- Le coefficient c'_1 , égal à -0,5870, est significatif au seuil de 5% ($p=0,002$) : il existe donc bien un effet direct relatif de la saillance de mortalité forte sur les préférences produits, relativement au groupe de contrôle. Son signe étant négatif, cela signifie que les individus en situation de saillance de mortalité forte présentent des préférences produits 0,587 fois plus faibles que les individus en groupe de contrôle. En conséquence, en situation de saillance de mortalité forte, et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés prévention sont plus fortes. **L'hypothèse H1a est non rejetée au seuil de 5%.**
- Le coefficient a_1 , égal à 1,251, est significatif au seuil de 5% ($p=0,000$). Cela signifie que les individus en saillance de mortalité forte ont 1,251 fois plus de chances d'adopter une stratégie d'évitement que les individus en groupe de contrôle. **L'hypothèse H2a est non rejetée au seuil de 5%.**
- Le coefficient b est égal à -0,166 et est significatif au seuil de 5% ($p=0,0203$). Cela signifie que, en situation de saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle, plus l'individu adopte une stratégie d'évitement, plus les préférences pour les produits prévention sont fortes. **L'hypothèse H3a est non rejetée au seuil de 5%.**

L'annexe 4 présente les résultats de la macro PROCESS pour le test des hypothèses de médiation de la variable stratégie d'évitement.

Tableau 6.3.8. Résultats des tests des hypothèses H1a, H2a, H3a (échantillons avec distraction)

	M (Stratégie d'évitement)	Y (Préférences produits)		
		Effet total	Effet direct	Effet indirect
Constante	$i_1=-0,320^* (0,096)$	$i_3=-3,160^* (0,092)$	$i_2=3,106^* (0,094)$	
X₁ (SMForte)	$a_1=1,251^* (0,136)$	$c_1=-0,795^* (0,130)$	$c'_1=-0,587^* (0,156)$	$a_1b=-0,2082^*$
X₂ (SMfaible)	$a_2=-0,292^* (0,136)$	$c_2=1,140^* (0,130)$	$c'_2=1,092^* (0,130)$	$a_2b=0,0486$
M (Stratégie d'évitement)			$b=-0,166^* (0,071)$	

* précise la significativité du coefficient au seuil de 5% ; les écarts-types sont donnés entre parenthèses.

Lorsque la variable X_2 est introduite comme variable indépendante et X_1 comme covariable, l'exécution de la macro présente les résultats propres à la situation de saillance de mortalité faible en comparaison au groupe de contrôle. Tout d'abord, les résultats montrent que l'introduction des médiateurs, stratégie d'évitement d'une part, et stratégie

d'approche d'autre part, n'atteint pas la significativité du modèle et augmente son pouvoir explicatif avec une hausse de la valeur du R^2 . Ainsi, l'introduction de la variable stratégie d'évitement suscite une hausse du R^2 de 0,5575 à 0,5709 ($p=0,000$) et l'introduction de la variable stratégie d'approche suscite une hausse du R^2 de 0,5575 à 0,5692 ($p=0,000$). De plus, les résultats présentent la valeur et la significativité des coefficients relatifs aux effets directs et indirects lors de l'introduction de la variable stratégie d'approche comme médiateur. Ainsi :

- L'intervalle de confiance du *bootstrap* de 95% n'inclut pas la valeur nulle (0,0151 ; 0,4132), ce qui montre que le coefficient a_2b est significatif au seuil de 5% ($a_2b=0,205$) : **il existe donc bien un effet médiateur de la variable stratégie d'approche en situation de saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle.** La valeur de a_2b donne des indications quant à la force de l'effet indirect relatif de la saillance de mortalité faible sur les préférences produits. En situation de saillance de mortalité faible, l'individu présente de plus fortes préférences pour des produits promotion (a_2b étant positif) que les individus en groupe de contrôle, via l'effet de la stratégie d'approche (a_2 étant positif).
- Le coefficient c'_2 , égal à 0,9355, est significatif au seuil de 5% ($p=0,000$) : il existe donc bien un effet direct relatif de la saillance de mortalité faible sur les préférences produits, relativement au groupe de contrôle. Son signe étant positif, cela signifie que les individus en situation de saillance de mortalité faible présentent des préférences produits 0,935 fois plus fortes que les individus en groupe de contrôle. En conséquence, en situation de saillance de mortalité faible, et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés promotion sont plus fortes. **L'hypothèse H1b est non rejetée au seuil de 5%.**
- Le coefficient a_2 , égal à 1,313, est significatif au seuil de 5% ($p=0,000$). Cela signifie que les individus en saillance de mortalité faible ont 1,313 fois plus de chances d'adopter une stratégie d'approche que les individus en groupe de contrôle. **L'hypothèse H2b est non rejetée au seuil de 5%.**
- Le coefficient b est égal à 0,1561 et est significatif au seuil de 5% ($p=0,0298$). Cela signifie que, en situation de saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle, plus l'individu adopte une stratégie d'approche, plus les préférences pour les produits promotion sont fortes. **L'hypothèse H3b est non rejetée au seuil de 5%.**

Tableau 6.3.9. Résultats des tests des hypothèses H1b, H2b, H3b (échantillons avec distraction)

	M (Stratégie d'approche)	Y (Préférences produits)		
		Effet total	Effet direct	Effet indirect
Constante	$i_1 = -0,373^* (0,096)$	$i_3 = 3,160^* (0,092)$	$I_2 = 3,218^* (0,095)$	
X₁ (SMForte)	$a_1 = -0,195^* (0,136)$	$c_1 = -0,795^* (0,130)$	$c'_1 = -0,765^* (0,130)$	$a_1 b = -0,030$
X₂ (SMfaible)	$a_2 = 1,313^* (0,136)$	$c_2 = 1,140^* (0,130)$	$c'_2 = 0,935^* (0,159)$	$a_2 b = 0,205^*$
M (Stratégie d'approche)			$b = 0,156^* (0,071)$	

* précise la significativité du coefficient au seuil de 5% ; les écarts-types sont donnés entre parenthèses.

En conclusion, les hypothèses H1a, H1b, H2a, H2b, H3a et H3b sont non rejetées au seuil de 5% sur les échantillons avec distraction, sans prendre en compte les variables de contrôle du modèle.

Les tests de médiation avec prise en compte des variables de contrôle

Nous réitérons la même procédure en insérant dans le modèle l'ensemble des variables de contrôle. L'objectif de cette procédure est double : tester l'effet potentiel des variables de contrôle sur la variable dépendante et voir si l'introduction des variables de contrôle affecte la significativité du modèle et des médiateurs (stratégie d'évitement d'une part, stratégie d'approche d'autre part).

Les résultats propres à la situation de saillance de mortalité forte en comparaison au groupe de contrôle. Tout d'abord, les résultats montrent que l'introduction de l'ensemble des covariables et des médiateurs (stratégie d'évitement d'une part, et stratégie d'approche d'autre part) n'atteint pas la significativité du modèle et augmente son pouvoir explicatif avec une hausse de la valeur du R^2 . L'introduction de la variable stratégie d'évitement suscite une hausse du R^2 de 0,5918 à 0,6057 ($p=0,000$) et l'introduction de la variable stratégie d'approche suscite une hausse du R^2 de 0,5918 à 0,6018 ($p=0,000$). De la même manière que précédemment, les résultats présentent la valeur et la significativité des coefficients relatifs aux effets directs et indirects lors de l'introduction des covariables et de la variable stratégie d'évitement comme médiateur. Ainsi :

- L'intervalle de confiance du *bootstrap* de 95% n'inclut pas la valeur nulle (-0,4371 ; -0,0551), ce qui montre que le coefficient a_1b est significatif au seuil de 5% ($a_1b = -0,2283$) : **l'effet médiateur de la variable stratégie d'évitement en situation de saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle est confirmé en présence des covariables.** La valeur de ce coefficient montre que, en situation de saillance de mortalité forte, l'individu présente de plus fortes préférences pour des produits prévention (a_1b étant négatif) que l'individu en groupe de contrôle, via l'effet de la stratégie d'évitement (a_1 étant positif).
- Le coefficient c'_1 , égal à -0,5475, est significatif au seuil de 5% ($p=0,0009$) : cela confirme l'effet direct relatif à la saillance de mortalité forte sur les préférences produits, relativement au groupe de contrôle, en présence des covariables. Son signe négatif montre que les individus en situation de saillance de mortalité forte présentent des préférences produits 0,5475 fois plus faibles que les individus en groupe de contrôle. En conséquence, en situation de saillance de mortalité forte, et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés prévention sont plus fortes. **L'hypothèse H1a est non rejetée au seuil de 5% en contrôlant les covariables du modèle.**
- Le coefficient a_1 , égal à 1,2611, est significatif au seuil de 5% ($p=0,000$). Cela signifie que les individus en saillance de mortalité forte ont 1,261 fois plus de chances d'adopter une stratégie d'évitement que les individus en groupe de contrôle. **L'hypothèse H2a est non rejetée au seuil de 5% en contrôlant les covariables du modèle.**
- Le coefficient b est égal à -0,1810 et est significatif au seuil de 5% ($p=0,0168$). Cela signifie que, en situation de saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle, plus l'individu adopte une stratégie d'évitement, plus les préférences pour les produits prévention sont fortes. **L'hypothèse H3a est non rejetée au seuil de 5% en contrôlant les covariables du modèle.**
- Enfin, dans le modèle global (avec covariables et stratégie d'évitement), deux variables de contrôle ne sont significatives qu'au seuil de 10% : la religiosité (coef=0,10 ; $p=0,0651$) et la satisfaction de la vie (coef=0,11 ; $p=0,0820$). Ces deux variables ont donc un effet significatif sur la variable dépendante.

Tableau 6.3.10. Résultats des tests des hypothèses H1a, H2a, H3a avec prise en compte des covariables (échantillons avec distraction)

	M (Stratégie d'évitement)	Y (Préférences produits)		
		Effet total	Effet direct	Effet indirect
Constante	$i_1=0,3375$ (0,3752)	$i_3=3,5441^*$ (0,3673)	$i_2=3,6052^*$ (0,3630)	
X₁ (SMForte)	$a_1=1,2611^*$ (0,1353)	$c_1=-0,7758^*$ (0,1325)	$c'_1=-0,5475^*$ (0,1612)	$a_1b=-0,2283^*$
M (Stratégie d'évitement)			$b=-0,1810^*$ (0,0749)	

* précise la significativité du coefficient au seuil de 5% ; les écarts-types sont donnés entre parenthèses.

Les résultats propres à la situation de saillance de mortalité faible en comparaison au groupe de contrôle. Tout d'abord, les résultats montrent que l'introduction de l'ensemble des covariables et des médiateurs (stratégie d'évitement d'une part, et stratégie d'approche d'autre part) n'atteint pas la significativité du modèle et augmente son pouvoir explicatif avec une hausse de la valeur du R^2 . L'introduction de la variable stratégie d'évitement suscite une hausse du R^2 de 0,5918 à 0,6057 ($p=0,000$) et l'introduction de la variable stratégie d'approche suscite une hausse du R^2 de 0,5918 à 0,6018 ($p=0,000$). De la même manière que précédemment, les résultats présentent la valeur et la significativité des coefficients relatifs aux effets directs et indirects lors de l'introduction des covariables et de la variable stratégie d'approche comme médiateur. Ainsi :

- L'intervalle de confiance du *bootstrap* de 95% n'inclut pas la valeur nulle (0,009 ; 0,3975), ce qui montre que le coefficient a_2b est significatif au seuil de 5% ($a_2b=0,1824$) : **l'effet médiateur de la variable stratégie d'approche en situation de saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle est confirmé en présence des covariables**. La valeur de ce coefficient montre que, en situation de saillance de mortalité faible, l'individu présente de plus fortes préférences pour des produits promotion que l'individu en groupe de contrôle, via l'effet de la stratégie d'approche (a_2 étant positif).
- Le coefficient c'_2 , égal à 0,8747, est significatif au seuil de 5% ($p=0,000$) : cela confirme l'effet direct relatif à la saillance de mortalité faible sur les préférences produits, relativement au groupe de contrôle, en présence des covariables. Son signe positif montre que les individus en situation de saillance de mortalité faible présentent des préférences produits 0,8747 fois plus fortes que les individus en groupe de contrôle. En conséquence, en situation de saillance de mortalité faible, et

relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés promotion sont plus fortes. **L'hypothèse H1b est non rejetée au seuil de 5% en contrôlant les covariables du modèle.**

- Le coefficient a_2 , égal à 1,2294, est significatif au seuil de 5% ($p=0,000$). Cela signifie que les individus en saillance de mortalité faible ont 1,2294 fois plus de chances d'adopter une stratégie d'approche que les individus en groupe de contrôle. **L'hypothèse H2b est non rejetée au seuil de 5% en contrôlant les covariables du modèle.**
- Le coefficient b est égal à 0,1483 et est significatif au seuil de 5% ($p=0,0428$). Cela signifie que, en situation de saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle, plus l'individu adopte une stratégie d'approche, plus les préférences pour les produits promotion sont fortes. **L'hypothèse H3b est non rejetée au seuil de 5% en contrôlant les covariables du modèle.**
- Enfin, dans le modèle global (avec covariables et stratégie d'approche), deux variables de contrôle sont significatives, respectivement au seuil de 10% et 5% : la religiosité (coef=0,0995 ; $p=0,0696$) et la satisfaction de la vie (coef=0,1251 ; $p=0,0472$). Ces deux variables ont donc là encore un effet significatif sur la variable dépendante.

Tableau 6.3.11. Résultats des tests des hypothèses H1b, H2b, H3b avec prise en compte des covariables (échantillons avec distraction)

	M (Stratégie d'approche)	Y (Préférences produits)		
		Effet total	Effet direct	Effet indirect
Constante	$i_1=-0,2365$ (0,3887)	$i_3=3,5441^*$ (0,3673)	$I_2=3,5791^*$ (0,3643)	
X₂ (SMfaible)	$a_2=1,2294^*$ (0,1494)	$c_2=1,0571^*$ (0,1412)	$c'_2=0,8747^*$ (0,1660)	$a_2b=0,1824^*$
M (Stratégie d'approche)			$b=0,1483^*$ (0,0727)	

* précise la significativité du coefficient au seuil de 5% ; les écarts-types sont donnés entre parenthèses.

En conclusion, les hypothèses H1a, H1b, H2a, H2b, H3a et H3b sont non rejetées au seuil de 5% sur les échantillons avec distraction, en présence des différentes variables de contrôle du modèle.

2.2. Le test des hypothèses de médiation sur les échantillons sans distraction

Là encore, deux séries de résultats sont présentés ici : les résultats des effets médiateurs sans et avec prise en compte des variables de contrôle incluses dans le modèle. Par souci de clarté dans le test des hypothèses, deux nouvelles variables muettes ont été créées : X_4 est la variable dichotomique qui désigne le groupe de saillance de mortalité forte sans distraction ; X_5 est la variable dichotomique qui désigne le groupe de saillance de mortalité faible sans distraction. Le groupe de contrôle sans distraction est le groupe de référence.

Les tests de médiation sans prise en compte des variables de contrôle

Lorsque la variable X_4 est introduite comme variable indépendante et X_5 comme covariable, l'exécution de la macro présente les résultats propres à la situation de saillance de mortalité forte en comparaison au groupe de contrôle sur les échantillons sans outil de distraction. Dans ce cadre, nous nous intéressons en particulier à la valeur et la significativité des coefficients relatifs aux effets directs et indirects lors de l'introduction de la variable stratégie d'évitement comme médiateur. Les résultats montrent qu'il n'existe pas d'effet indirect de la saillance de mortalité forte sur les préférences produits via la variable stratégie d'évitement : l'intervalle de confiance du *bootstrap* inclut la valeur nulle (-0,02 ; 0,0443), ce qui signifie que le coefficient a_4b (égal à 0,0013) n'est pas significatif au seuil 5%. **L'hypothèse de médiation de la stratégie d'évitement en situation de saillance de mortalité forte (H2a et H3a) est donc rejetée au seuil de 5% pour les échantillons sans distraction.** En revanche, le coefficient c'_4 , égale à 0,5987, relatif à l'effet direct de la saillance de mortalité forte sur les préférences produits relativement au groupe de contrôle, est significatif au seuil de 5% ($p=0,0003$). Son signe positif montre que les individus en situation de saillance de mortalité forte présentent des préférences produits 0,5987 fois plus fortes que les individus en groupe de contrôle. Or, d'après l'outil de mesure mobilisé, un score élevé dans les préférences produits montrent une préférence pour des produits promotion. En conséquence, en situation de saillance de mortalité forte sans outil de distraction, et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés promotion sont plus fortes. **Sans distraction, l'hypothèse H1a est donc rejetée au seuil de 5% et nous obtenons l'effet inverse à celui observé sur des échantillons avec distraction en saillance de mortalité forte.**

Tableau 6.3.12. Résultats des tests des hypothèses H1a, H2a, H3a sans prise en compte des covariables (échantillons sans distraction)

	M (Stratégie d'évitement)	Y (Préférences produits)		
		Effet total	Effet direct	Effet indirect
X₄ (SMForte)	a ₄ =0,0310 (0,1827)	c ₄ =0,6* (0,1633)	c' ₄ =0,5987* (0,1636)	a ₄ b=0,0013
M (Stratégie d'évitement)			b=0,0431 (0,0673)	

* précise la significativité du coefficient au seuil de 5% ; les écarts-types sont donnés entre parenthèses.

Lorsque la variable X₅ est introduite comme variable indépendante et X₄ comme covariable, l'exécution de la macro présente les résultats propres à la situation de saillance de mortalité faible en comparaison au groupe de contrôle sur les échantillons sans outil de distraction. Dans ce cadre, nous nous intéressons en particulier à la valeur et la significativité des coefficients relatifs aux effets directs et indirects lors de l'introduction de la variable stratégie d'approche comme médiateur. Les résultats montrent qu'il n'existe pas d'effet indirect de la saillance de mortalité faible sur les préférences produits via la variable stratégie d'approche : l'intervalle de confiance du *bootstrap* inclut la valeur nulle (-0,0143 ; 0,1143), ce qui signifie que le coefficient a₅b (égal à 0,0275) n'est pas significatif au seuil 5%. **L'hypothèse de médiation de la stratégie d'approche en situation de saillance de mortalité faible (H2b et H3b) est donc rejetée au seuil de 5% pour les échantillons sans distraction.** De plus, le coefficient c'₅, égale à 0,1630, relatif à l'effet direct de la saillance de mortalité faible sur les préférences produits relativement au groupe de contrôle, n'est pas significatif au seuil de 5% (p=0,3163). Cela signifie que la saillance de mortalité faible, sans outil de distraction, n'a aucun effet sur les préférences produits. **L'hypothèse H1b est donc rejetée au seuil de 5% en l'absence de distraction post-exposition.**

Tableau 6.3.13. Résultats des tests des hypothèses H1b, H2b, H3b sans prise en compte des covariables (échantillons sans distraction)

	M (Stratégie d'approche)	Y (Préférences produits)		
		Effet total	Effet direct	Effet indirect
X₅ (SMfaible)	a ₅ =0,1908 (0,1826)	c ₅ =0,1905 (0,1633)	c' ₅ =0,1630 (0,1621)	a ₅ b=0,0275
M (Stratégie d'approche)			b=0,1443* (0,0315)	

* précise la significativité du coefficient au seuil de 5% ; les écarts-types sont donnés entre parenthèses.

En conclusion, en l'absence de distraction post-exposition et lorsque les variables de contrôle ne sont pas prises en compte dans le modèle, les hypothèses H1a, H1b, H2a, H2b, H3a et H3b sont rejetées au seuil de 5%. Il n'y a donc pas d'effet médiateur des stratégies d'approche et d'évitement. Enfin, sans distraction, la saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle, suscite des préférences pour des produits promotion.

Les tests de médiation avec prise en compte des variables de contrôle

Lorsque la variable X_4 est introduite comme variable indépendante et X_5 comme covariable, l'exécution de la macro présente les résultats propres à la situation de saillance de mortalité forte en comparaison au groupe de contrôle sur les échantillons sans outil de distraction. Dans ce cadre, nous nous intéressons en particulier à la valeur et la significativité des coefficients relatifs aux effets directs et indirects lors de l'introduction des covariables et de la variable stratégie d'évitement comme médiateur. Les résultats montrent qu'il n'existe pas d'effet indirect de la saillance de mortalité forte sur les préférences produits via la variable stratégie d'évitement : l'intervalle de confiance du *bootstrap* inclut la valeur nulle (-0,0134 ; 0,0937), ce qui signifie que le coefficient a_4b (égal à 0,0102) n'est pas significatif au seuil 5%. **L'hypothèse de médiation de la stratégie d'évitement en situation de saillance de mortalité forte (H2a et H3a) est donc rejetée au seuil de 5% pour les échantillons sans distraction avec prise en compte des variables de contrôle.** En revanche, le coefficient c'_4 , égale à 0,5443, relatif à l'effet direct de la saillance de mortalité forte sur les préférences produits relativement au groupe de contrôle, reste significatif au seuil de 5% ($p=0,0014$) lorsque l'on introduit les variables de contrôle. Son signe positif montre que les individus en situation de saillance de mortalité forte présentent des préférences produits 0,5443 fois plus fortes que les individus en groupe de contrôle. En conséquence, en situation de saillance de mortalité forte sans outil de distraction, et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés promotion restent plus fortes, même après introduction de l'ensemble des variables de contrôle. **Sans distraction, l'hypothèse H1a reste donc rejetée au seuil de 5% en contrôlant par les variables de contrôle.** Enfin, les résultats du modèle global montrent que la variable perte d'un proche est l'unique variable de contrôle qui a un effet significatif au seuil de 6% sur la variable préférences produits : coeff=0,2940 et $p=0,0585$.

Tableau 6.3.14. Résultats des tests des hypothèses H1a, H2a, H3a avec prise en compte des covariables (échantillons sans distraction)

	M (Stratégie d'évitement)	Y (Préférences produits)		
		Effet total	Effet direct	Effet indirect
X₄ (SMForte)	a ₄ =0,1492 (0,1567)	c ₄ =0,5545* (0,1664)	c' ₄ =0,554* (0,1670)	a ₄ b=0,0102
M (Stratégie d'évitement)			b=0,0684 (0,0825)	

* précise la significativité du coefficient au seuil de 5% ; les écarts-types sont donnés entre parenthèses.

Lorsque la variable X₅ est introduite comme variable indépendante et X₄ comme covariable, l'exécution de la macro présente les résultats propres à la situation de saillance de mortalité faible en comparaison au groupe de contrôle sur les échantillons sans outil de distraction. Dans ce cadre, nous nous intéressons en particulier à la valeur et la significativité des coefficients relatifs aux effets directs et indirects lors de l'introduction des covariables et de la variable stratégie d'approche comme médiateur. Les résultats confirment l'absence d'effet indirect de la saillance de mortalité faible sur les préférences produits via la variable stratégie d'approche avec prise en compte des covariables: l'intervalle de confiance du *bootstrap* inclut la valeur nulle (-0,0243 ; 0,0919), ce qui signifie que le coefficient a₅b (égal à 0,0113) n'est pas significatif au seuil 5%. **L'hypothèse de médiation de la stratégie d'approche en situation de saillance de mortalité faible (H2b et H3b) reste donc rejetée au seuil de 5% pour les échantillons sans distraction avec covariables.** De plus, le coefficient c'₅, égal à 0,0899, lié à l'effet direct de la saillance de mortalité faible sur les préférences produits relativement au groupe de contrôle, n'est pas significatif au seuil de 5% (p=0,5983). **L'hypothèse H1b reste donc rejetée au seuil de 5% lorsque les variables de contrôle sont prises en compte et lorsqu'il n'y a pas de distraction post-exposition.** Enfin, les résultats du modèle global montrent que la variable perte d'un proche est l'unique variable de contrôle qui a un effet significatif au seuil de 7% sur la variable préférences produits : coeff=0,2904 et p=0,0612.

Tableau 6.3.15. Résultats des tests des hypothèses H1b, H2b, H3b avec prise en compte des covariables (échantillons sans distraction)

	M (Stratégie d'approche)	Y (Préférences produits)		
		Effet total	Effet direct	Effet indirect
X₅ (SMfaible)	a ₅ =0,0948 (0,4704)	c ₅ =0,1011 (0,1708)	c' ₅ =0,0899 (0,5983)	a ₅ b=0,0113
M (Stratégie d'approche)			b=0,1191 (0,0764)	

En conclusion, en l'absence de distraction post-exposition et lorsque les variables de contrôle sont insérées dans le modèle, les hypothèses H1a, H1b, H2a, H2b, H3a et H3b sont à nouveau rejetées au seuil de 5%. Il n'y a donc pas d'effet médiateur des stratégies d'approche et d'évitement. La saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle, suscite des préférences pour des produits promotion. Enfin, une variable de contrôle, à savoir la perte récente d'un proche, a un effet significatif et positif sur la variable dépendante préférences produits (au seuil de 7%).

3. Le test des hypothèses relatives aux effets modérateurs

Un modérateur est défini comme une variable quantitative ou qualitative qui affecte le sens et/ou la force de la relation entre deux variables X et Y (Baron et Kenny, 1986 ; James et Brett, 1984). Sharma et *al.* (1981) précisent que la variable modératrice est celle qui modifie systématiquement la grandeur, l'intensité, le sens et/ou la forme de l'effet de la variable indépendante sur la variable dépendante. On parle alors d'effet d'interaction. Une variable **M** sera alors considérée comme modératrice si le lien entre la variable « produit » (variable indépendante **X** x modérateur **M**) et la variable dépendante **Y** est significatif. Le modèle statistique lié à la modulation peut ainsi prendre la forme d'une équation linéaire (Hayes, 2012 ; Aiken et West, 1991 ; Jaccard et Turrissi, 2003), dans laquelle Y est estimé comme une fonction de X, M et XM :

$$Y = i + c_1X + c_2M + c_3XM + e_Y$$

On parle alors d'effet d'interaction dans le cas où le coefficient c_3 associé au produit XM est significativement différent de 0.

Différentes méthodes statistiques peuvent être utilisées pour tester les effets d'interaction, selon la nature des variables considérées (quantitatives ou qualitatives): la régression multiple, la régression multiple avec variables muettes, la régression multiple par

sous-groupes et l'ANOVA. En particulier, lorsque la variable modératrice est quantitative (telles que les variables tendance d'âge subjectif, estime de soi, *locus of control* et anxiété face à la mort), le recodage de la variable en une variable qualitative à plusieurs niveaux (faible / fort ou faible / moyen / fort) est la méthode la plus couramment utilisée par les chercheurs pour tester les effets modérateurs (Baron et Kenny, 1986 ; Dudgeon-Lichtlé, 1998 ; Bauer et Curran, 2005). Cependant, malgré sa simplicité, cette procédure est récemment critiquée par de nombreux auteurs, tels que Irwin et McClelland (2001) ou Fitzsimons (2008) qui appelle même les chercheurs à en finir avec cette pratique dans son éditorial *Death to dichotomizing*. Ils insistent en particulier sur trois éléments (Cadario et Parguel, 2012) :

- La transformation de la variable quantitative risque parfois d'aboutir à des résultats d'interaction « faussement significatifs » (Maxwell et Delaney, 1993 ; Irwin, 2001 ; Irwin et McClelland, 2003), en supprimant par exemple de façon artificielle la colinéarité des variables indépendantes.
- Il existe de nombreux moyens de discrétiser la variable quantitative (selon la moyenne, la médiane ou les quartiles par exemple), sur la base d'un choix purement arbitraire de la part du chercheur, ce qui peut affecter la significativité des tests selon l'indicateur choisi (Irwin et McClelland, 2001).
- Enfin, la transformation de la variable quantitative en une variable qualitative réduit le pouvoir statistique associé au test (Irwin et McClelland, 2001, 2003) en réduisant parfois la significativité de l'effet d'interaction.

Du fait de ces limites, nous adoptons dans cette recherche l'approche de Hayes (2012) qui se fonde sur la technique de Johnson-Neyman (Bauer et Curran, 2005 ; Hayes et Matthes, 2009) mobilisée uniquement pour des variables modératrices continues. Cette méthode, utilisée récemment par Barnhoer, Duggan et Griffith (2011) par exemple, se fonde sur l'ensemble des valeurs prises par la variable modératrice quantitative M pour identifier les zones de significativité pour lesquelles la variable indépendante X a bien un effet significatif sur la variable dépendante Y pour un certain seuil de significativité α . La frontière entre ces zones est alors donnée par le point Johnson-Neyman. Le principal avantage de cette approche est qu'elle ne nécessite pas de choix arbitraire de la part du chercheur quant à la définition des différents niveaux des valeurs de M (faible / moyen / fort par exemple).

Dans ce cadre, afin de mettre en œuvre les effets modérateurs, nous avons là encore utilisé la macro PROCESS de Hayes via le modèle de modération simple (modèle 1). Différentes syntaxes ont alors été créées pour mettre à l'épreuve les variables modératrices du modèle, qu'elles soient qualitatives (comme la variable « âge codé ») ou quantitatives. Dans le cas où M serait qualitative, la macro donne par défaut les effets conditionnels de X selon les modalités de la variable M (coefficient, t et significativité associée). PROCESS donne les résultats du modèle de régression avec la valeur de l'augmentation du R^2 liée à l'effet d'interaction, ainsi que sa significativité.

Avant de présenter les résultats, il est à noter que les effets de modération sont susceptibles d'être influencés par la colinéarité entre variables indépendantes. Celle-ci risque en effet d'augmenter le risque de considérer à tort des coefficients comme non significativement différents de zéro (Lambin, 1994 ; Chumpitaz Caceres et Vanhamme, 2003). Le tableau 6.3.16 présente ainsi les coefficients de corrélation entre variables modératrices, ainsi que la significativité associée.

Tableau 6.3.16. Corrélations entre les variables modératrices métriques

	Age chronologique	Tendance d'âge subjectif	Estime de soi positive	Estime de soi négative	Lieu de contrôle	Anxiété face à la mort
Age chronologique	1	0,455 (p=0,00)	-0,024 (p=0,645)	-0,024 (p=0,262)	0,629 (p=0,000)	-0,181 (p=0,00)
Tendance d'âge subjectif		1	0,074 (p=0,163)	0,060 (p=0,257)	0,261 (p=0,000)	-0,056 (p=0,288)
Estime de soi positive			1	-0,201 (p=0,00)	-0,124 (p=0,019)	-0,063 (p=0,230)
Estime de soi négative				1	0,099 (p=0,062)	0,184 (p=0,00)
Lieu de contrôle					1	-0,064 (p=0,226)
Anxiété face à la mort						1

Ainsi, le tableau des corrélations met en évidence l'existence de corrélations significatives entre certaines variables modératrices. Cependant, les coefficients associés semblent faibles (inférieurs à 0,26), à l'exception de deux coefficients : le coefficient de corrélation entre l'âge chronologique et la tendance d'âge subjectif (égal à 0,455) ; et le coefficient de corrélation entre l'âge chronologique et le lieu de contrôle (égal à 0,629). Ces résultats ne sont pas étonnants et semblent cohérents avec les éléments théoriques issus de la

littérature : il a été en effet démontré qu'il existe un lien entre l'âge chronologique et la tendance d'âge subjectif, de sorte que les individus seniors présentent une forte tendance au rajeunissement. De même, des recherches montrent que les seniors ont tendance à penser que ce qui leur arrive est le résultat d'événements extérieurs plutôt que de leurs propres capacités, reflétant ainsi une plus forte externalité que les adultes d'âge moyen (Macaluso, 2008). Les variables modératrices ne sont donc pas fortement corrélées entre elles, et certains liens de corrélation semblent « normaux » au regard de la littérature.

3.1. L'effet modérateur de l'âge chronologique (H4 et H5)

3.1.1. L'effet modérateur de l'âge chronologique sur le lien entre la saillance de mortalité et le cadrage situationnel

Il s'agit ici de mettre à l'épreuve les hypothèses suivantes :

H4a. En situation de saillance de mortalité **forte**, et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de **40 à 59 ans** adoptent davantage une stratégie **d'évitement** que les individus âgés de 60 à 79 ans.

H4b. En situation de saillance de mortalité **faible**, et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de **60 à 79 ans** adoptent davantage une stratégie **d'approche** que les individus âgés de 40 à 59 ans.

Lorsque la variable X_1 est introduite comme variable indépendante et X_2 comme covariable, l'exécution de la macro présente les résultats d'interaction propres à la situation de saillance de mortalité forte en comparaison au groupe de contrôle. Nous nous intéressons en particulier aux résultats lorsque la variable stratégie d'évitement est introduite comme variable dépendante (Y). Les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à -0,5941, lié au produit (Saillance de mortalité x Age codé) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,0098$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de 0,0197, avec $F=6,8215$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction.** Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle, sur la stratégie d'évitement selon les deux modalités du modérateur. Ainsi, pour les deux tranches d'âge, la saillance de mortalité forte a un effet significatif sur l'adoption d'une stratégie d'évitement au seuil de 5%

($p=0,000$ pour les deux modalités). Toutefois, l'effet associé à la modalité 1 (à savoir pour les 40-59 ans), égal à 1,5481, est plus fort que l'effet associé à la modalité 2 (à savoir pour les 60-79 ans) égal à 0,9540. Ainsi, en situation de saillance de mortalité forte, et relativement au groupe de contrôle, les individus de 40 à 59 ans adoptent plus une stratégie d'évitement que les seniors de plus de 60 ans. **L'hypothèse H4a est non rejetée au seuil de 5%.**

Tableau 6.3.17. Résultats du test de l'hypothèse H4a

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Age codé ; Y : Stratégie d'évitement)				
$c_3=-0,5941^* (0,2275)$; $p=0,0098$; $R^2=0,0197$; $F=6,8215$				
Effets conditionnels de X sur Y selon les valeurs de M				
M	Effet	Ecart-type	t	p
1 (40-59 ans)	1,5481	0,1737	8,911	0,000
2 (60-79 ans)	0,9540	0,1737	5,4914	0,000

Lorsque la variable X_2 est introduite comme variable indépendante et X_1 comme covariable, l'exécution de la macro présente les résultats d'interaction propres à la situation de saillance de mortalité faible en comparaison au groupe de contrôle. Nous nous intéressons en particulier aux résultats lorsque la variable stratégie d'approche est introduite comme variable dépendante (Y). Les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à 0,9390, lié au produit (Saillance de mortalité x Age codé) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,000$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de 0,0493, avec $F=17,47$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction.** Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle, sur la stratégie d'approche selon les deux modalités du modérateur. Ainsi, pour les deux tranches d'âge, la saillance de mortalité forte a un effet significatif sur l'adoption d'une stratégie d'évitement au seuil de 5% ($p=0,000$ pour les deux modalités). Toutefois, l'effet associé à la modalité 2 (à savoir pour les 60-79 ans), égal à 1,7826, est plus fort que l'effet associé à la modalité 1 (à savoir pour les 40-59 ans) égal à 0,8436. Ainsi, en situation de saillance de mortalité faible, et relativement au groupe de contrôle, les individus de 60 à 79 ans adoptent plus une stratégie d'approche que les individus de 40 à 59 ans. **L'hypothèse H4b est non rejetée au seuil de 5%.** L'annexe 5 présente les résultats obtenus avec la macro PROCESS pour le test des hypothèses H4a et H4b.

Tableau 6.3.18. Résultats du test de l'hypothèse H4b

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Age codé ; Y : Stratégie d'approche)				
$c_3=0,9390^* (0,2246); p=0,000; R^2=0,0493; F=17,47$				
Effets conditionnels de X sur Y selon les valeurs de M				
M	Effet	Ecart-type	t	p
1 (40-59 ans)	0,8436	0,1716	4,9172	0,000
2 (60-79 ans)	1,7826	0,1716	10,39	0,000

3.1.2. L'effet modérateur de l'âge chronologique sur le lien direct entre la saillance de mortalité et les préférences produits

Il s'agit maintenant de tester les hypothèses suivantes :

H5a. En situation de saillance de mortalité **forte**, et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de 40 à 59 ans préfèrent davantage des produits axés **prévention** que les individus âgés de 60 à 79 ans.

H5b. En situation de saillance de mortalité **faible**, et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de 60 à 79 ans préfèrent davantage des produits axés **promotion** que les individus âgés de 40 à 59 ans.

Echantillons avec distraction

Lorsque la variable X_1 est introduite comme variable indépendante et X_2 comme covariable, l'exécution de la macro présente les résultats d'interaction propres à la situation de saillance de mortalité forte en comparaison au groupe de contrôle. Nous nous intéressons ici aux résultats lorsque la variable préférences produits est introduite comme variable dépendante (Y). Les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à 0,4357, lié au produit (Saillance de mortalité x Age codé) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,0433$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de 0,09, avec $F=5,76$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction.** Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle, sur les préférences produits selon les deux modalités du modérateur. Ainsi, pour les deux tranches d'âge, la saillance de mortalité forte a un effet significatif sur les préférences produit au seuil de 5% ($p=0,000$ pour les deux modalités). Toutefois, l'effet associé à la modalité 1 (à savoir pour les 40-59 ans), égal à -

1,2321, est plus fort que l'effet associé à la modalité 2 (à savoir pour les 60-79 ans) égal à -0,753. Ainsi, en situation de saillance de mortalité forte, et relativement au groupe de contrôle, les individus de 40 à 59 ans présentent des préférences pour des produits prévention plus fortes que les seniors de plus de 60 ans. **L'hypothèse H5a est non rejetée au seuil de 5%.**

Tableau 6.3.19. Résultats du test de l'hypothèse H5a

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Age codé ; Y : Préférences produits)				
$c_3=0,4357^*$ (0,218); $p=0,0433$; $R^2=0,09$; $F=5,76$				
Effets conditionnels de X sur Y selon les valeurs de M				
M	Effet	Ecart-type	t	p
1 (40-59 ans)	-1,2321	0,1671	-5,165	0,000
2 (60-79 ans)	0,753	0,1671	-2,352	0,000

Lorsque la variable X_2 est introduite comme variable indépendante et X_1 comme covariable, l'exécution de la macro présente les résultats d'interaction propres à la situation de saillance de mortalité faible en comparaison au groupe de contrôle. Nous nous intéressons ici aux résultats lorsque la variable préférences produits est introduite comme variable dépendante (Y). Les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à 0,8714, lié au produit (Saillance de mortalité x Age codé) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,000$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de 0,0373, avec $F=17,4$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction.** Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle, sur les préférences produits selon les deux modalités du modérateur. Ainsi, pour les deux tranches d'âge, la saillance de mortalité faible a un effet significatif sur les préférences produits au seuil de 5% ($p=0,000$ pour les deux modalités). Toutefois, l'effet associé à la modalité 2 (à savoir pour les 60-79 ans), égal à 1,5762, est plus fort que l'effet associé à la modalité 1 (à savoir pour les 40-59 ans) égal à 0,7048. Ainsi, en situation de saillance de mortalité faible, et relativement au groupe de contrôle, les individus de 60 à 79 ans présentent des préférences pour des produits promotion plus fortes que les 40-59 ans. **L'hypothèse H5b est non rejetée au seuil de 5%.**

Tableau 6.3.20. Résultats du test de l'hypothèse H5b

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Age codé ; Y : Préférences produits)				
$c_3=0,8714^* (0,2089); p=0,000; R^2=0,0373; F=17,40$				
Effets conditionnels de X sur Y selon les valeurs de M				
M	Effet	Ecart-type	t	p
1 (40-59 ans)	0,7048	0,1596	4,4171	0,000
2 (60-79 ans)	1,5762	0,1596	9,8789	0,000

Echantillons sans distraction

Nous nous intéressons ici aux résultats lorsque la variable préférences produits est introduite comme variable dépendante (Y) sur les échantillons sans distraction. Les résultats montrent que le coefficient lié au produit (Saillance de mortalité sans distraction x Age codé) n'est pas significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,2477$ pour la saillance de mortalité forte ; $p=0,8804$ pour la saillance de mortalité faible). Pour les échantillons sans distraction, il n'existe donc pas d'interaction de l'âge chronologique : les défenses proximales (mises en œuvre immédiatement après l'exposition au visuel) semblent donc indépendantes de l'âge chronologique.

3.2. L'effet modérateur de la tendance d'âge subjectif**3.2.1. L'effet modérateur de la tendance d'âge subjectif sur le lien entre la saillance de mortalité et le cadrage situationnel**

Il s'agit ici de tester l'hypothèse H6 :

H6a. En situation de saillance de mortalité, plus la tendance au rajeunissement est **faible**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'évitement**.

H6b. En situation de saillance de mortalité, plus la tendance au rajeunissement est **forte**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'approche**.

Nous nous intéressons en particulier aux résultats lorsque la variable stratégie d'évitement est introduite comme variable dépendante (Y) en situations de saillance de mortalité faible et forte. D'une part, en situation de saillance de mortalité faible, les résultats montrent qu'il n'existe pas d'effet d'interaction, car le coefficient c_3 est non significatif

($c_3=0,0026$; $p=0,8763$). **L'hypothèse H6a est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité faible.** D'autre part, en situation de saillance de mortalité forte, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à $-0,0628$, lié au produit (Saillance de mortalité x Tendance d'âge subjectif) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,0101$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de 0,02, avec $F=6,7586$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction.** Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle, sur la stratégie d'évitement selon les valeurs du modérateur. Dans le cadre de la macro PROCESS, la technique de Johnson-Neyman identifie une seule valeur du modérateur, à savoir 21,45, pour laquelle la significativité du coefficient c_3 (coefficient d'interaction) est égale à 0,05. Ainsi, deux résultats apparaissent :

- lorsque la tendance d'âge subjectif est supérieure à 21,45, l'effet de la saillance de mortalité forte sur la stratégie d'évitement disparaît ;
- lorsque la tendance d'âge subjectif est inférieure à 21,45 : plus elle diminue, plus l'effet sur l'adoption d'une stratégie d'évitement augmente, avec des coefficients de 0,5613 à 2,2072 (pour des $p<0,05$).

L'hypothèse H6a est donc non rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité forte uniquement.

Tableau 6.3.21. Résultats du test de l'hypothèse H6a

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Tendance d'âge subjectif ; Y : Stratégie d'évitement)				
$c_3=-0,0628^*$ (0,0242); $p=0,0101$; $R^2=0,02$; $F=6,7586$				
Effets conditionnels de X sur Y selon les valeurs de M				
M	Effet	Ecart-type	t	p
6,6250	1,4925	0,1726	8,6478	0,000
8,9000	1,3496	0,1448	9,3217	0,000
11,1750	1,2067	0,1348	8,9492	0,000
13,45	1,0637	0,1464	7,2639	0,000
18,000	0,7779	0,2147	3,6225	0,0004
20,2750	0,6349	0,2598	2,4437	0,0155
21,4467	0,5613	0,2844	1,9736	0,500
Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Tendance d'âge subjectif ; Y : Stratégie d'évitement)				
$c_3=0,0026$ (0,0169); $p=0,8763$; $R^2=0,0001$; $F=0,0243$				

Nous nous intéressons maintenant aux résultats lorsque la variable stratégie d'approche est introduite comme variable dépendante (Y) en situations de saillance de mortalité forte et faible.

D'une part, en situation de saillance de mortalité forte, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à -0,0484, lié au produit (Saillance de mortalité x Tendance d'âge subjectif) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,049$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de 0,0119, avec $F=3,8986$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction**. Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle, sur la stratégie d'approche selon les valeurs du modérateur. La technique de Johnson-Neyman identifie une seule valeur du modérateur, à savoir 13,53, pour laquelle la significativité du coefficient c_3 (coefficient d'interaction) est égale à 0,05. Ainsi, deux résultats apparaissent en situation de saillance de mortalité forte :

- lorsque la tendance d'âge subjectif est inférieure à 13,53, l'effet de la saillance de mortalité forte sur la stratégie d'approche disparaît ;
- lorsque la tendance d'âge subjectif est supérieure à 13,53 : plus elle augmente, plus l'effet sur l'adoption d'une stratégie d'approche diminue, avec des coefficients de -0,4008 à -1,6120 (pour des $p<0,05$).

L'hypothèse H6b est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité forte.

D'autre part, en situation de saillance de mortalité faible, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à 0,0745, lié au produit (Saillance de mortalité x Tendance d'âge subjectif) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,000$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de 0,0597, avec $F=21,4644$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction**. Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle, sur la stratégie d'approche selon les valeurs du modérateur. La technique de Johnson-Neyman identifie une seule valeur du modérateur, à savoir 5,8770, pour laquelle la significativité du coefficient c_3 (coefficient d'interaction) est égale à 0,05. Ainsi, deux résultats apparaissent en situation de saillance de mortalité faible :

- lorsque la tendance d'âge subjectif est inférieure à 5,8770, l'effet de la saillance de mortalité faible sur la stratégie d'approche disparaît ;
- lorsque la tendance d'âge subjectif est supérieure à 5,8770 : plus elle augmente, plus l'effet sur l'adoption d'une stratégie d'approche augmente, avec des coefficients de 0,4436 à 3,0401 (pour des $p<0,05$).

L'hypothèse H6b est donc non rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité faible.

Tableau 6.3.22. Résultats du test de l'hypothèse H6b

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Tendance d'âge subjectif ; Y : Stratégie d'approche)				
$c_3 = -0,0484^* (0,0245)$; $p = 0,049$; $R^2 = 0,0119$; $F = 3,8986$				
Effets conditionnels de X sur Y selon les valeurs de M				
M	Effet	Ecart-type	t	p
13,5342	-0,2948	0,1494	-1,9736	0,0500
15,7250	-0,4008	0,1779	-2,2532	0,0255
18,000	-0,5109	0,2178	-2,3457	0,0201
20,2750	-0,6210	0,2635	-2,3457	0,0196
22,55	-0,7311	0,3126	-2,3392	0,0205
24,8250	-0,8412	0,3635	-2,3141	0,0218
Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Tendance d'âge subjectif ; Y : Stratégie d'approche)				
$c_3 = 0,0745^* (0,0161)$; $p = 0,000$; $R^2 = 0,0597$; $F = 21,4644$				
5,8770	0,4436	0,2248	1,9736	0,0500
6,6250	0,4993	0,2153	2,3192	0,0215
8,9	0,6687	0,1882	3,5524	0,0005
11,175	0,8381	0,1649	5,0824	0,0000

3.2.2. Sur le lien direct entre la saillance de mortalité et les préférences produits

Il s'agit ici de tester l'hypothèse H7 :

H7. En situation de saillance de mortalité, plus la tendance au rajeunissement est **faible (forte)**, plus les préférences pour des produits axés **prévention (promotion)** sont fortes.

Echantillons avec distraction

Nous nous intéressons en particulier aux résultats lorsque la variable préférences produits est introduite comme variable dépendante (Y) en situations de saillance de mortalité forte et faible. D'une part, en situation de saillance de mortalité forte, les résultats montrent qu'il n'existe pas d'effet d'interaction, car le coefficient c_3 est non significatif ($c_3 = 0,0247$; $p = 0,2931$). **L'hypothèse H7 est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité forte.** D'autre part, en situation de saillance de mortalité faible, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à 0,0526, lié au produit (Saillance de mortalité x Tendance d'âge subjectif) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p = 0,0009$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale)

augmente de 0,262, avec $F=11,3269$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction en saillance de mortalité faible.** Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle, sur les préférences produits selon les valeurs du modérateur. La technique de Johnson-Neyman identifie une seule valeur du modérateur, à savoir 5,4582 pour laquelle la significativité du coefficient c_3 (coefficient d'interaction) est égale à 0,05. Ainsi, deux résultats apparaissent :

- lorsque la tendance d'âge subjectif est inférieure à 5,4582, l'effet de la saillance de mortalité faible sur les préférences produits disparaît ;
- lorsque la tendance d'âge subjectif est supérieure à 5,4582 : plus elle augmente, plus l'effet sur les préférences produits augmente, avec des coefficients de 0,4420 à 2,2993 (pour des $p<0,05$), ce qui traduit de plus fortes préférences pour des produits promotion.

L'hypothèse H7 est donc non rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité faible uniquement.

Tableau 6.3.23. Résultats du test de l'hypothèse H7

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Tendance d'âge subjectif ; Y : Préférences produits)				
$c_3=0,0247 (0,0234); p=0,2931; R^2=0,0027; F=1,111$				
Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Tendance d'âge subjectif ; Y : Préférences produits)				
$c_3=0,0526*(0,0156); p=0,0009; R^2=0,0262; F=11,3269$				
M	Effet	Ecart-type	t	p
5,4582	0,4420	0,2240	1,9736	0,0500
6,6250	0,5034	0,2095	2,4033	0,0173
8,9	0,6232	0,1832	3,4023	0,0008
11,175	0,7429	0,1604	4,6302	0,0000
13,45	0,8626	0,1431	6,0292	0,0000

Echantillons sans distraction

Nous nous intéressons ici aux résultats lorsque la variable préférences produits est introduite comme variable dépendante (Y) sur les échantillons sans distraction. Les résultats montrent que le coefficient lié au produit (Saillance de mortalité sans distraction x Tendance d'âge subjectif) n'est pas significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,1988$ pour la saillance de mortalité forte ; $p=0,9208$ pour la saillance de mortalité faible). Pour les échantillons sans distraction, il n'existe donc pas d'interaction avec la tendance d'âge

subjectif: les défenses proximales (mises en œuvre immédiatement après l'exposition au visuel) semblent donc indépendantes de la tendance d'âge subjectif.

3.3. L'effet modérateur de l'estime de soi

3.3.1. Sur le lien entre la saillance de mortalité et le cadrage situationnel

Il s'agit ici de tester les hypothèses suivantes :

H8a. En situation de saillance de mortalité, plus l'estime de soi positive est **forte**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'évitement**.

H8b. En situation de saillance de mortalité, plus l'estime de soi positive est **faible**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'approche**.

Nous nous intéressons en particulier aux résultats lorsque la variable stratégie d'évitement est introduite comme variable dépendante (Y) en situations de saillance de mortalité forte et faible. D'une part, en situation de saillance de mortalité forte, les résultats montrent qu'il n'existe pas d'effet d'interaction, car le coefficient c_3 est non significatif ($c_3=0,2016$; $p=0,1627$). **L'hypothèse H8a est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité forte.** D'autre part, en situation de saillance de mortalité faible, les résultats montrent également que le coefficient c_3 , égal à $-0,0248$, lié au produit (Saillance de mortalité x Estime de soi positive) n'est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,8484$). **Il n'existe donc pas d'effet d'interaction. L'hypothèse H8a est donc rejetée au seuil de 5%.**

Tableau 6.3.24. Résultats du test de l'hypothèse H8a

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Estime de soi positive; Y : Stratégie d'évitement)
$c_3=0,2016$ (0,1438); $p=0,1627$; $R^2=0,0059$; $F=1,9650$
Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Estime de soi positive; Y : Stratégie d'évitement)
$c_3=-0,0248$ (0,1296); $p=0,8484$; $R^2=0,0001$; $F=0,0366$

Nous nous intéressons maintenant aux résultats lorsque la variable stratégie d'approche est introduite comme variable dépendante (Y) en situations de saillance de mortalité forte et faible.

D'une part, en situation de saillance de mortalité forte, les résultats montrent que le

coefficient c_3 , égal à -0,2629, lié au produit (Saillance de mortalité x Estime de soi positive) n'est pas significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,0712$). **Il n'existe donc pas un d'effet d'interaction au seuil de 5%. L'hypothèse H8b est donc non rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité forte.**

D'une part, en situation de saillance de mortalité faible, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à 0,3991, lié au produit (Saillance de mortalité x Estime de soi positive) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,0020$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de 0,0290, avec $F=9,8068$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction.** Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle, sur la stratégie d'approche selon les valeurs du modérateur. La technique de Johnson-Neyman identifie une seule valeur du modérateur, à savoir -2,3161, pour laquelle la significativité du coefficient c_3 (coefficient d'interaction) est égale à 0,05. Ainsi, deux résultats apparaissent en situation de saillance de mortalité faible :

- lorsque l'estime de soi positive est inférieure à -2,3161, l'effet de la saillance de mortalité faible sur la stratégie d'approche disparaît ;
- lorsque l'estime de soi positive est supérieure à -2,3161: plus elle augmente, plus l'effet sur l'adoption d'une stratégie d'approche augmente, avec des coefficients de 0,5694 à 2,3863 (pour des $p<0,05$). Nous obtenons alors l'effet inverse à celui de l'hypothèse H8b.

L'hypothèse H8b est rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité faible.

Tableau 6.3.25. Résultats du test de l'hypothèse H8b

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Estime de soi positive; Y : Stratégie d'approche)				
$c_3=-2629*(0,1448)$; $p=0,0712$; $R^2=0,010$; $F=3,296$				
Effets conditionnels de X sur Y selon les valeurs de M				
M	Effet	Ecart-type	t	p
0,6419	-0,2790	0,1414	-1,9736	0,0500
0,6601	-0,2838	0,1421	-1,9974	0,0473
0,9928	-0,3529	0,1569	-2,2494	0,0257
Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Estime de soi positive; Y : Stratégie d'approche)				
$c_3=0,3991*(0,1274)$; $p=0,002$; $R^2=0,0290$; $F=9,8068$				
-2,3161	0,5694	0,2885	1,9736	0,0500
-2,2300	0,6037	0,2790	2,1640	0,0318
-1,9673	0,7086	0,2507	2,8267	0,0053
-1,7045	0,8135	0,2238	3,6348	0,0004
-1,1791	1,0232	0,1769	5,7831	0,0000

3.3.2. Sur le lien entre la saillance de mortalité et les préférences produits

H9. En situation de saillance de mortalité, plus l'estime de soi est **forte (faible)**, plus les préférences pour des produits **prévention (promotion)** sont fortes.

Echantillons avec distraction

Nous nous intéressons maintenant aux résultats lorsque la variable préférences produits est introduite comme variable dépendante (Y) en situations de saillance de mortalité forte et faible.

D'une part, en situation de saillance de mortalité forte, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à -0,1707, lié au produit (Saillance de mortalité x Estime de soi positive) n'est pas significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,2233$). **Il n'existe donc pas d'effet d'interaction au seuil de 5%. L'hypothèse H9 est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité forte.**

D'une part, en situation de saillance de mortalité faible, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à 0,2598, lié au produit (Saillance de mortalité x Estime de soi positive) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,0378$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de 0,0108, avec $F=4,3802$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction.** Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle, sur les préférences produits selon les valeurs du modérateur. La technique de Johnson-Neyman identifie une seule valeur du modérateur, à savoir -2,4186, pour laquelle la significativité du coefficient c_3 (coefficient d'interaction) est égale à 0,05. Ainsi, deux résultats apparaissent en situation de saillance de mortalité faible :

- lorsque l'estime de soi positive est inférieure à -2,4186, l'effet de la saillance de mortalité faible sur les préférences produits disparaît ;
- lorsque l'estime de soi positive est supérieure à -2,4186: plus elle augmente, plus les préférences produits sont fortes, avec des coefficients de 0,5766 à 1,7857 (pour des $p<0,05$), ce qui traduit des préférences pour des produits promotion plus fortes. Nous obtenons alors l'effet inverse à celui proposé par l'hypothèse H9.

L'hypothèse H9 est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité faible.

Tableau 6.3.26. Résultats du test de l'hypothèse H9

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Estime de soi positive; Y : Préférences produits)				
$c_3 = -0,1707(0,1397)$; $p = 0,2233$; $R^2 = 0,0037$; $F = 1,4936$				
Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Estime de soi positive ; Y : Préférences produits)				
$c_3 = 0,2598^*(0,1241)$; $p = 0,0378$; $R^2 = 0,0108$; $F = 4,38$				
M	Effet	Ecart-type	t	p
-2,4186	0,5766	0,2921	1,9736	0,0500
-2,23	0,6256	0,2717	2,3023	0,0225
-1,9673	0,6938	0,2441	2,8419	0,0050
-1,4418	0,8303	0,1937	4,2858	0,0006
-1,1791	0,8985	0,1723	5,2149	0,0000

Echantillons sans distraction

Nous nous intéressons ici aux résultats lorsque la variable préférences produits est introduite comme variable dépendante (Y) sur les échantillons sans distraction. Les résultats montrent que le coefficient lié au produit (Saillance de mortalité sans distraction x Estime de soi positive) n'est pas significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p = 0,7906$ pour la saillance de mortalité forte ; $p = 0,2301$ pour la saillance de mortalité faible). Pour les échantillons sans distraction, il n'existe donc pas d'interaction avec l'estime de soi positive: les défenses proximales (mises en œuvre immédiatement après l'exposition au visuel) semblent donc indépendantes de l'estime de soi positive du répondant.

3.4. L'effet modérateur du *locus of control* (LOC)**3.4.1. L'effet modérateur sur le lien entre la saillance de mortalité et le cadrage situationnel**

Il s'agit de tester l'hypothèse H10 :

H10a. En situation de saillance de mortalité, plus le niveau d'externalité est **faible**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'évitement**.

H10b. En situation de saillance de mortalité, plus le niveau d'externalité est **fort**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'approche**.

Nous nous intéressons en particulier aux résultats lorsque la variable stratégie d'évitement est introduite comme variable dépendante (Y) en situations de saillance de mortalité forte et faible. D'une part, en situation de saillance de mortalité forte, les résultats montrent qu'il n'existe pas d'effet d'interaction, car le coefficient c_3 est non significatif ($c_3 = -0,2091$; $p = 0,1647$). **L'hypothèse H10a est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité forte.** D'autre part, en situation de saillance de mortalité faible, les résultats montrent également que le coefficient c_3 , égal à $0,2963$, lié au produit (Saillance de mortalité x Externalité) n'est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p = 0,0762$). **Il n'existe donc pas d'effet d'interaction. L'hypothèse H10a est donc rejetée au seuil de 5%.**

Tableau 6.3.27. Résultats du test de l'hypothèse H10a

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Externalité; Y : Stratégie d'évitement)
$c_3 = -0,2091$ (0,1499); $p = 0,1647$; $R^2 = 0,0049$; $F = 1,9466$
Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Externalité; Y : Stratégie d'évitement)
$c_3 = -0,2963$ (0,1541); $p = 0,0762$; $R^2 = 0,0092$; $F = 3,69$

Nous nous intéressons maintenant aux résultats lorsque la variable stratégie d'approche est introduite comme variable dépendante (Y) en situations de saillance de mortalité forte et faible. D'une part, en situation de saillance de mortalité forte, les résultats montrent qu'il n'existe pas d'effet d'interaction, car le coefficient c_3 est non significatif ($c_3 = 0,0612$; $p = 0,7132$). **L'hypothèse H10b est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité forte.** D'autre part, en situation de saillance de mortalité faible, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à $0,4204$, lié au produit (Saillance de mortalité x Externalité) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p = 0,0137$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de $0,0185$, avec $F = 6,1982$ et $p < 0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction en saillance de mortalité faible.** Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle, sur les préférences produits selon les valeurs du modérateur. La technique de Johnson-Neyman identifie une seule valeur du modérateur, à savoir $-0,9404$ pour laquelle la significativité du coefficient c_3 (coefficient d'interaction) est égale à $0,05$. Ainsi, deux résultats apparaissent :

- lorsque l'externalité est inférieure à $-0,9404$, l'effet de la saillance de mortalité faible sur la stratégie d'approche disparaît ;

- lorsque l'externalité est supérieure à -0,9404: plus elle augmente, plus l'effet sur l'adoption d'une stratégie d'approche augmente, avec des coefficients de 0,5827 à 1,9967 (pour des $p < 0,05$).

L'hypothèse H10b est donc non rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité faible uniquement.

Tableau 6.3.28. Résultats du test de l'hypothèse H10b

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Externalité; Y : Stratégie d'approche)				
$c_3=0,0612 (0,1662); p=0,7132; R^2=0,0004; F=0,1355$				
Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Externalité; Y : Stratégie d'approche)				
$c_3=0,4204*(0,1689); p=0,0137; R^2=0,0185; F=6,1982$				
M	Effet	Ecart-type	t	p
-0,9404	0,5827	0,2952	1,9736	0,0500
-0,7958	0,7435	0,2740	2,3480	0,0200
-0,5659	0,7401	0,2416	3,0628	0,0025
-0,3360	0,8368	0,2114	3,9579	0,0001
-0,1061	0,9334	0,1844	5,0609	0,0000

3.4.2. Sur le lien direct entre la saillance de mortalité et les préférences produits

Il s'agit de tester l'hypothèse H11, selon laquelle :

H11. En situation de saillance de mortalité, plus le niveau d'externalité est **faible (fort)**, plus les préférences pour des produits **prévention (promotion)** sont fortes.

Echantillons avec distraction

Nous nous intéressons en particulier aux résultats lorsque la variable préférences produits est introduite comme variable dépendante (Y) en situations de saillance de mortalité forte et faible. D'une part, en situation de saillance de mortalité forte, les résultats montrent qu'il n'existe pas d'effet d'interaction, car le coefficient c_3 est non significatif ($c_3=0,1083$; $p=0,4961$). **L'hypothèse H11 est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité forte.** D'autre part, en situation de saillance de mortalité faible, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à 0,3637, lié au produit (Saillance de mortalité x Externalité) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,0261$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de

0,0121, avec $F=5,0371$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction en saillance de mortalité faible.** Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle, sur les préférences produits selon les valeurs du modérateur. La technique de Johnson-Neyman identifie une seule valeur du modérateur, à savoir $-0,8386$ pour laquelle la significativité du coefficient c_3 (coefficient d'interaction) est égale à $0,05$. Ainsi, deux résultats apparaissent :

- lorsque l'externalité est inférieure à $-0,8386$, l'effet de la saillance de mortalité faible sur les préférences produits disparaît ;
- lorsque l'externalité est supérieure à $-0,8386$: plus elle augmente, plus l'effet sur les préférences produits augmente, avec des coefficients de $0,5308$ à $1,7169$ (pour des $p<0,05$). Cela signifie que plus le niveau d'externalité est fort, plus les préférences produits promotion sont fortes.

L'hypothèse H11 est donc non rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité faible uniquement.

Tableau 6.3.29. Résultats du test de l'hypothèse H11

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Externalité ; Y : Préférences produits)				
$c_3=0,1083$ ($0,1588$); $p=0,4961$; $R^2=0,0011$; $F=0,4652$				
Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Externalité; Y : Préférences produits)				
$c_3=0,3637^*(0,1620)$; $p=0,0261$; $R^2=0,0121$; $F=5,0371$				
M	Effet	Ecart-type	t	p
-0,8386	0,5308	0,2689	1,9736	0,0500
-0,7958	0,5463	0,2630	2,0775	0,0392
-0,5659	0,6299	0,2319	2,7166	0,0073
-0,3360	0,7135	0,2029	3,5171	0,0006
-0,1061	0,7971	0,1770	4,5040	0,0000

Echantillons sans distraction

Nous nous intéressons ici aux résultats lorsque la variable préférences produits est introduite comme variable dépendante (Y) sur les échantillons sans distraction. Les résultats montrent que le coefficient lié au produit (Saillance de mortalité sans distraction x Externalité) n'est pas significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,9995$ pour la saillance de mortalité forte ; $p=0,7521$ pour la saillance de mortalité faible). Pour les échantillons sans distraction, il n'existe donc pas d'interaction avec l'externalité: les

défenses proximales (mises en œuvre immédiatement après l'exposition au visuel) semblent donc indépendantes de l'externalité du répondant.

3.5. L'effet modérateur de l'anxiété face à la mort

3.5.1. Sur le lien entre la saillance de mortalité et le cadrage situationnel

Il s'agit ici de mettre à l'épreuve les hypothèses suivantes :

H12a. En situation de saillance de mortalité, plus l'anxiété face à la mort est **forte**, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'évitement**.

H12b. En situation de saillance de mortalité, plus l'anxiété à l'égard de la mort est faible, plus l'individu adopte davantage une stratégie **d'approche**.

Nous nous intéressons en particulier aux résultats lorsque la variable stratégie d'évitement est introduite comme variable dépendante (Y) en situations de saillance de mortalité faible et forte. D'une part, en situation de saillance de mortalité faible, les résultats montrent qu'il n'existe pas d'effet d'interaction, car le coefficient c_3 est non significatif ($c_3=0,0131$; $p=0,9153$). **L'hypothèse H12a est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité faible.** D'autre part, en situation de saillance de mortalité forte, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à 0,3083, lié au produit (Saillance de mortalité x Anxiété face à la mort) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,0060$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de 0,0227, avec $F=7,7315$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction.** Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle, sur la stratégie d'évitement selon les valeurs du modérateur. La technique de Johnson-Neyman n'identifie pas de valeur particulière du modérateur pour les zones de significativité. Ainsi, plus l'anxiété face à la mort augmente, plus l'adoption d'une stratégie d'évitement augmente, avec des coefficients de 0,7919 à 1,6112 (pour des $p<0,05$). **L'hypothèse H12a est donc non rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité forte uniquement.**

Tableau 6.3.30. Résultats du test de l'hypothèse H12a

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Anxiété face à la mort; Y : Stratégie d'évitement)				
$c_3=0,3083^* (0,1109); p=0,0060; R^2=0,0227; F=7,7315$				
M	Effet	Ecart-type	t	p
-1,3967	0,7919	0,2012	3,9355	0,0001
-0,7925	0,9782	0,1577	6,2172	0,0000
0,0533	1,2390	0,1344	9,2172	0,0000
0,7780	1,4624	0,1620	9,0279	0,0000
1,2606	1,6112	0,1971	8,1749	0,0000
Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Anxiété face à la mort; Y : Stratégie d'évitement)				
$c_3=0,0131(0,1231); p=0,9153; R^2=0,000; F=0,0113$				

Nous nous intéressons maintenant aux résultats lorsque la variable stratégie d'approche est introduite comme variable dépendante (Y) en situations de saillance de mortalité forte et faible.

D'une part, en situation de saillance de mortalité forte, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à 0,2235, lié au produit (Saillance de mortalité x Anxiété face à la mort) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,0488$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de 0,0119, avec $F=3,9367$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction**. Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité forte, relativement au groupe de contrôle, sur la stratégie d'approche selon les valeurs du modérateur. La technique de Johnson-Neyman identifie une seule valeur du modérateur, à savoir -0,6440, pour laquelle la significativité du coefficient c_3 (coefficient d'interaction) est égale à 0,05. Ainsi, deux résultats apparaissent en situation de saillance de mortalité forte :

- lorsque l'anxiété face à la mort est supérieure à -0,6440, l'effet de la saillance de mortalité forte sur la stratégie d'approche disparaît ;
- lorsque l'anxiété face à la mort est inférieure à -0,6440: plus elle augmente, plus l'effet sur l'adoption d'une stratégie d'approche augmente, avec des coefficients de -0,5486 à -0,3 ($p<0,05$).

L'hypothèse H12b est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité forte.

D'une part, en situation de saillance de mortalité faible, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à -0,3008, lié au produit (Saillance de mortalité x Anxiété face à la mort) est significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,0144$). De plus, lorsque le produit est ajouté au modèle, le R^2 (i.e. la proportion de la variance totale) augmente de 0,0183, avec

$F=6,1141$ et $p<0,05$. **Il existe donc bien un effet d'interaction.** Les résultats précisent les effets conditionnels de la saillance de mortalité faible, relativement au groupe de contrôle, sur la stratégie d'approche selon les valeurs du modérateur. La technique de Johnson-Neyman n'identifie aucune variable spécifique du modérateur pour distinguer des zones de significativité. Ainsi, plus l'anxiété face à la mort diminue, plus l'effet sur l'adoption d'une stratégie d'approche augmente, avec des coefficients de 0,9687 à 1,7680. **L'hypothèse H12b est donc non rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité faible.**

Tableau 6.3.31. Résultats du test de l'hypothèse H12b

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Anxiété face à la mort; Y : Stratégie d'approche)				
$c_3=0,2235^*(0,1126)$; $p=0,0488$; $R^2=0,0119$; $F=3,9367$				
M	Effet	Ecart-type	t	p
-1,2134	-0,4273	0,1895	-2,2548	0,0254
-1,0324	-0,3868	0,1759	-2,1988	0,0292
-0,8515	-0,3464	0,1638	-2,1151	0,0358
-0,6705	-0,3060	0,1534	-1,9948	0,0476
-0,6440	-0,3000	0,1520	-1,9736	0,0500
Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Anxiété face à la mort; Y : Stratégie d'approche)				
$c_3=-0,3008^*(0,1216)$; $p=0,0144$; $R^2=0,0183$; $F=6,1141$				
M	Effet	Ecart-type	t	p
-1,3967	1,7680	0,2187	8,0830	0,0000
-0,7925	1,5862	0,1673	9,4816	0,0000
0,0533	1,3318	0,1354	9,8342	0,0000
0,7780	1,1138	0,1641	6,7889	0,0000

3.5.2. Sur le lien entre la saillance de mortalité et les préférences produits

Nous cherchons ici à tester l'hypothèse H13:

H13. En situation de saillance de mortalité, plus l'anxiété face à la mort est **forte (faible)**, plus les préférences pour des produits **prévention (promotion)** sont fortes.

Echantillons avec distraction

Nous nous intéressons en particulier aux résultats lorsque la variable préférences produits est introduite comme variable dépendante (Y) en situations de saillance de mortalité forte et faible. D'une part, en situation de saillance de mortalité forte, les résultats montrent qu'il n'existe pas d'effet d'interaction, car le coefficient c_3 est non significatif ($c_3=0,0221$;

$p=0,8354$). **L'hypothèse H13 est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité forte.** D'autre part, en situation de saillance de mortalité faible, les résultats montrent que le coefficient c_3 , égal à $-0,1754$, lié au produit (Saillance de mortalité x Anxiété face à la mort) n'est pas significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,1280$). **Il n'existe donc pas d'effet d'interaction en saillance de mortalité faible. L'hypothèse H13 est donc rejetée au seuil de 5% en situation de saillance de mortalité (forte et faible).**

Tableau 6.3.32. Résultats du test de l'hypothèse H13

Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité Forte; M: Anxiété face à la mort ; Y : Préférences produits)
$c_3=0,0221$ (0,1063); $p=0,8354$; $R^2=0,0001$; $F=0,0433$
Effet d'interaction XM sur Y (X: Saillance de mortalité faible; M: Anxiété face à la mort; Y : Préférences produits)
$c_3=-0,1754$ (0,1147); $p=0,1280$; $R^2=0,0055$; $F=2,3384$

Echantillons sans distraction

Nous nous intéressons ici aux résultats lorsque la variable préférences produits est introduite comme variable dépendante (Y) sur les échantillons sans distraction. Les résultats montrent que le coefficient lié au produit (Saillance de mortalité sans distraction x Anxiété face à la mort) n'est pas significativement différent de 0 au seuil de 5% ($p=0,5372$ pour la saillance de mortalité forte ; $p=0,4708$ pour la saillance de mortalité faible). Pour les échantillons sans distraction, il n'existe donc pas d'interaction avec l'anxiété face à la mort: les défenses proximales (mises en œuvre immédiatement après l'exposition au visuel) semblent donc indépendantes du niveau d'anxiété face à la mort du répondant.

Tableau 6.3.33. Synthèse des résultats de la recherche

Hypothèses	Résultats de l'enquête finale
<p>H1a. En situation de saillance de mortalité forte, et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés prévention sont plus fortes que les préférences pour les produits axés promotion.</p>	<p>Non rejetée</p>
<p>H1b. En situation de saillance de mortalité faible, et relativement au groupe de contrôle, les préférences pour les produits axés promotion sont plus fortes que les préférences pour les produits axés prévention.</p>	<p>Non rejetée</p>
<p>H2a. En situation de saillance de mortalité forte, et relativement au groupe de contrôle, l'individu adopte davantage une stratégie d'évitement.</p>	<p>Non rejetée</p>
<p>H2b. En situation de saillance de mortalité faible, et relativement au groupe de contrôle, l'individu adopte davantage une stratégie d'approche.</p>	<p>Non rejetée</p>
<p>H3a. En situation de saillance de mortalité, plus l'individu adopte une stratégie d'évitement, plus ses préférences pour des produits axés prévention (vs. promotion) sont fortes.</p>	<p>Non rejetée</p>
<p>H3b. En situation de saillance de mortalité, plus l'individu adopte une stratégie d'approche, plus ses préférences pour des produits axés promotion (vs. prévention) sont fortes.</p>	<p>Non rejetée</p>
<p>H4a. En situation de saillance de mortalité forte, et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de 40 à 59 ans adoptent davantage une stratégie d'évitement que les individus âgés de 60 à 79 ans.</p>	<p>Non rejetée</p>
<p>H4b. En situation de saillance de mortalité faible, et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de 60 à 79 ans adoptent davantage une stratégie d'approche que les individus âgés de 40 à 59 ans.</p>	<p>Non rejetée</p>
<p>H5a. En situation de saillance de mortalité forte, et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de 40 à 59 ans préfèrent davantage des produits axés prévention que les individus âgés de 60 à 79 ans.</p>	<p>Non rejetée</p>
<p>H5b. En situation de saillance de mortalité faible, et relativement au groupe de contrôle, les individus âgés de 60 à 79 ans préfèrent davantage des produits axés promotion que les individus âgés de 40 à 59 ans.</p>	<p>Non rejetée</p>
<p>H6a. En situation de saillance de mortalité, plus la tendance au rajeunissement est faible, plus l'individu adopte davantage une stratégie d'évitement.</p>	<p>Non rejetée pour SMForté ; Rejetée pour SMfaible</p>
<p>H6b. En situation de saillance de mortalité, plus la tendance au rajeunissement est forte, plus l'individu adopte davantage une stratégie d'approche.</p>	<p>Rejetée pour SMForté ; Non rejetée pour SMfaible</p>
<p>H7. En situation de saillance de mortalité, plus la tendance au rajeunissement est faible (forte), plus les préférences pour des produits axés prévention (promotion) sont fortes.</p>	<p>Rejetée pour SMForté ; Non rejetée pour SMfaible</p>
<p>H8a. En situation de saillance de mortalité, plus l'estime de soi positive est forte, plus l'individu adopte davantage une stratégie d'évitement.</p>	<p>Rejetée</p>
<p>H8b. En situation de saillance de mortalité, plus l'estime de soi positive est faible, plus l'individu adopte davantage une stratégie d'approche.</p>	<p>Rejetée</p>
<p>H9. En situation de saillance de mortalité, plus l'estime de soi positive est forte (faible), plus les préférences pour des produits axés prévention (promotion) sont fortes.</p>	<p>Rejetée</p>

<p>H10a. En situation de saillance de mortalité, plus le niveau d'externalité est faible, plus l'individu adopte davantage une stratégie d'évitement. H10b. En situation de saillance de mortalité, plus le niveau d'externalité est fort, plus l'individu adopte davantage une stratégie d'approche.</p>	<p>Rejetée Rejetée pour SMforte ; Non rejetée pour SMfaible</p>
<p>H11. En situation de saillance de mortalité, plus le niveau d'externalité est faible (fort), plus les préférences pour des produits prévention (promotion) sont fortes.</p>	<p>Rejetée pour SMForte ; Non rejetée pour SMfaible</p>
<p>H12a. En situation de saillance de mortalité, plus l'anxiété face à la mort est forte, plus l'individu adopte davantage une stratégie d'évitement.</p>	<p>Non rejetée pour SMForte ; Rejetée pour SMfaible</p>
<p>H12b. En situation de saillance de mortalité, plus l'anxiété à l'égard de la mort est faible, plus l'individu adopte davantage une stratégie d'approche.</p>	<p>Rejetée pour SMForte ; Non rejetée pour SMfaible</p>
<p>H13. En situation de saillance de mortalité, plus l'anxiété face à la mort est forte (faible), plus les préférences pour des produits prévention (promotion) sont fortes.</p>	<p>Rejetée</p>

Conclusion de la section 3

Cette section était consacrée aux résultats des tests des hypothèses de la recherche. De ces résultats, nous pouvons retenir plusieurs éléments concernant tout d'abord les principales relations du modèle :

- Les résultats empiriques montrent bien des préférences de consommation distinctes en réponse à la saillance de mortalité en comparaison au groupe de contrôle, de sorte que la manipulation de l'intensité de la saillance de mortalité influence l'attractivité de certains produits présentés comme promotion versus prévention.
- Les résultats empiriques confirment également l'existence de deux mécanismes de défense indépendants (à savoir le cadrage situationnel) en réponse à la saillance de mortalité après l'élément de distraction : la stratégie d'évitement et la stratégie d'approche. En manipulant l'intensité de la saillance de mortalité, il est possible de susciter l'adoption de l'une des deux stratégies.
- Les données empiriques confirment enfin leur rôle de médiateurs partiels dans la relation entre la saillance de mortalité et les préférences produits promotion versus prévention.

Les résultats obtenus mettent également en évidence des éléments intéressants quant aux effets modérateurs. Sans revenir sur l'ensemble de ces résultats, il nous semble pertinent de retenir en particulier trois d'entre eux :

- Parmi des adultes de plus de 40 ans, l'âge chronologique est une variable individuelle centrale qui permet de distinguer les individus dans la façon d'appréhender et de répondre à la saillance de mortalité, à savoir dans les stratégies mobilisées et dans les préférences produits suscitées.
- Les effets modérateurs de la tendance d'âge subjectif, l'externalité et l'anxiété face à la mort sur l'adoption d'une stratégie spécifique en réponse à la saillance de mortalité semblent dépendre de l'intensité de la saillance de mortalité et ne sont donc pas vérifiés pour les deux intensités créées (faible et forte). On pourrait alors supposer que de telles variables individuelles révèlent une sensibilité plus ou moins forte à l'égard de l'intensité des rappels de l'idée de fin de vie.
- Enfin, l'examen des co-variables montre que certaines variables de contrôle ont un effet significatif sur les variables dépendantes considérées au risque de 10%. En particulier :

- Les variables « Religiosité » et « Satisfaction de la vie » ont un effet significatif et positif sur les préférences produits sur les échantillons avec distraction (au seuil de 10%) et sur les échantillons sans distraction (au seuil de 6%) ;
- La variable « Affect négatif » a un effet positif et significatif sur l'adoption d'une stratégie d'évitement sur les échantillons avec distraction au seuil de 5%.
- La variable « Etat de santé perçu » a un effet négatif et significatif sur l'adoption d'une stratégie d'évitement sur les échantillons avec distraction au seuil de 5%.
- La variable « Perte récente d'un proche » a un effet significatif et positif sur les préférences produits sur les échantillons sans distraction au seuil de 6%.

Ces résultats empiriques étant présentés, nous allons maintenant, dans la section suivante (section 4), les discuter au regard de la littérature existante.

Section 4. La mise en perspective des résultats

Alors que la section précédente présente les résultats statistiques de cette recherche, nous nous intéressons maintenant à leurs apports et leurs implications. En particulier, les résultats sont discutés autour des réponses qui peuvent être apportées à la question centrale de cette recherche : dans quelle mesure la situation de saillance de mortalité peut-elle influencer le cadrage situationnel en consommation ? Cette section s'articule autour de trois points : (1) la discussion des résultats de la recherche au regard des études antérieures ; (2) les contributions théoriques, méthodologiques et managériales de la recherche ; (3) et enfin, les limites de ce travail doctoral et les voies possibles de recherche future.

1. La discussion des principaux résultats

1.1. L'influence directe de la saillance de mortalité sur les préférences produits

En quoi la situation de saillance de mortalité peut-elle influencer l'attractivité perçue d'une offre en consommation ?

Les résultats de la recherche montrent dans un premier temps que la situation de saillance de mortalité, en comparaison à une situation de contrôle, influence bien directement un type de réactions affectives en consommation, telles que les préférences produits. Malgré des recherches existantes portant sur les comportements de consommation (Arndt et *al.*, 2004), peu de recherche traite en particulier des réactions affectives en consommation suscitées par la saillance de mortalité. Mandel et Heine (1999) ont montré que la saillance de mortalité (en comparaison au groupe de contrôle) suscite un intérêt pour l'achat de produits de luxe. Kasser et Sheldon (2000) ont montré qu'en situation de saillance de mortalité, les individus prévoyaient de dépenser plus dans des articles plaisir, tels que les vêtements ou le divertissement. Il n'est donc pas étonnant de constater dans cette recherche qu'une situation de saillance de mortalité, en comparaison au groupe de contrôle, est susceptible de susciter des préférences pour des produits spécifiques, selon la façon dont ils sont présentés et selon leurs principaux attributs. Des recherches récentes ont montré que les individus pouvaient s'engager dans des comportements orientés vers des buts spécifiques sans attention consciente (Fitzsimons et Bargh, 2003 ; Bargh et *al.*, 1996 ; Dijksterhuis et

Aarts, 2010). Cela peut tout à fait être appliqué à la situation de saillance de mortalité, susceptible d'orienter des comportements vers l'atteinte de buts spécifiques.

Il est à noter également que la situation utilisée dans cette recherche pour créer un groupe de contrôle était la représentation de la douleur dentaire. Il s'agit donc d'une situation liée à un affect négatif (et non pas neutre) afin d'assurer une cohérence dans la comparaison des groupes expérimentaux (Burke et *al.*, 2010). Cette différence dans les résultats (saillance de mortalité vs. groupe de contrôle) laisse alors penser que la thématique de la mort est bien responsable de ces effets et que cette dernière serait une menace de nature particulière capable de susciter des préférences de consommation spécifiques.

Est-il alors possible d'influencer les préférences en consommation en manipulant l'intensité de la saillance de mortalité ?

Les résultats de cette recherche montrent pour la première fois que la manipulation de l'intensité de la saillance de mortalité permet d'influencer les préférences pour des produits orientés promotion *versus* prévention. En particulier, au niveau inconscient, une situation de saillance de mortalité forte suscite des préférences plus fortes pour des produits axés prévention, alors qu'une situation de saillance de mortalité faible suscite des préférences plus fortes pour des produits axés promotion.

Une première explication consiste à envisager l'intensité de la saillance de mortalité comme un élément différenciateur influençant les préférences en consommation. Sur la base des travaux de Greenberg et *al.* (1994), les recherches antérieures mobilisent parfois deux intensités distinctes dans la manipulation de la saillance de mortalité (e.g. Arndt et *al.*, 1997 ; Maxfield et *al.*, 2007). Leurs résultats suggèrent que, parmi un échantillon de jeunes adultes, les mécanismes de défense (tels que la défense du modèle culturel) sont plus susceptibles d'être mis en œuvre lorsque les rappels liés à la mort sont plus subtiles que lorsqu'ils sont plus évidents ou plus forts. La raison avancée est que la saillance de mortalité subtile suggère des pensées liées à la mort inconscientes, et ainsi, suscite la mobilisation de défenses distales (Niemic et *alii.*, 2010). Certaines recherches n'utilisent d'ailleurs que la saillance de mortalité subtile et donc plus faible (Dunkel, 2002) ; d'autres, bien plus nombreuses, ne mobilisent qu'une seule condition forte de saillance de mortalité et la compare au groupe de contrôle (Atalay, 2007). Les quelques recherches comparant deux niveaux d'intensité de la saillance de mortalité (faible et forte) justifient ce choix uniquement par l'étude comparative de deux tranches d'âge, et non par l'utilité de ce design (Maxfield et *alii.*, 2010). Malgré le

peu de recherche existante sur ce point, nos résultats montrent bien que la manipulation de l'intensité des rappels de la mortalité peut s'avérer efficace pour influencer les préférences produits.

Une seconde explication à ces résultats apporte des précisions intéressantes quant à la nature de ce processus. Les recherches antérieures montrent que le recours aux mécanismes de défense distale, à savoir la valorisation de l'estime de soi et la défense du modèle culturel, permettent à l'individu de faire face à l'idée de fin de vie en lui offrant une structure, un ensemble de valeurs qui permettent de transcender l'idée de mort, voire d'exercer un contrôle sur son existence. Le résultat selon lequel la saillance de mortalité **forte** suscite des préférences pour des produits prévention s'inscrit dans cette réflexion : la condition forte suscite l'adoption d'un mécanisme de défense distale et le produit de consommation (présenté comme prévention) est alors perçu comme un moyen sécurisant de restaurer un contrôle sur sa vie et de faire face à l'idée de mort. Une autre explication serait de dire que la saillance de mortalité forte, de par sa nature, réactive la conscience du caractère éphémère des événements de la vie, et ainsi, incite à adopter des comportements qui permettent de se protéger de la peine inhérente à la reconnaissance de l'inévitabilité de la mort (Firestone, 1993).

La saillance de mortalité **faible** ou dite subtile ne suscite pas les mêmes préférences orientées vers la prévention, mais des préférences promotion. Ce résultat peut s'expliquer par le fait que la saillance de mortalité subtile opère au niveau inconscient, en suggérant inconsciemment des pensées liées à la mort, avant même l'outil de distraction. Ce que la TMT appelle le mécanisme de défense distale pourrait alors s'opérer immédiatement après l'exposition à la saillance de mortalité, et ce, de façon plus rapide. Le fait que la saillance de mortalité subtile suscite des préférences pour des produits promotion, c'est-à-dire présentés selon des attributs positifs et selon les gains pour le consommateur, s'expliquerait alors par une réponse inconsciente et automatique vers la recherche d'informations positives. Ce résultat est cohérent avec l'étude de DeWall et Baumeister (2007). Une simple explication à ce processus pourrait être de l'envisager comme un autre type de mécanisme de défense axé sur la régulation émotionnelle : le fait de se rattacher à des pensées positives pourrait être un moyen de se prémunir d'une terreur paralysante liée à la mort. Les recherches sur l'anticipation affective suggèrent d'ailleurs que les individus s'engageraient rapidement et automatiquement dans un processus de défense psychologique dont ils n'ont eux-mêmes pas conscience (Gilbert et *al.*, 1998). Parce qu'elle fait appel à des considérations inconscientes, la condition subtile est alors susceptible de susciter un tel mécanisme.

La question de l'opérationnalisation de la saillance de mortalité : quel est l'effet du délai de distraction sur les préférences produits ?

Dans la lignée de certains travaux liés à la TMT (tels que celui de Martens et *al.*, 2010), nous avons souhaité étudier l'utilité d'un délai de distraction après exposition à une situation de saillance de mortalité. Les résultats montrent que l'absence de délai de distraction après exposition suscite des effets opposés à ceux obtenus avec un délai de distraction : alors que la saillance de mortalité forte, suivie d'une distraction, suscite des préférences pour des produits prévention (hypothèse H1a), la saillance de mortalité forte, non suivie d'une distraction, suscite des préférences pour des produits promotion.

Les recherches antérieures montrent que lorsque les idées liées à la mort sont encore dans l'attention focale ou la conscience de l'individu, c'est-à-dire sans outil de distraction, la saillance de mortalité ne provoque pas de défenses distales. Elle suscite des défenses proximales, destinées à réduire immédiatement l'anxiété ressentie. Les mécanismes de défense distale n'apparaissent qu'après un délai, lorsque les pensées liées à la mort ne sont plus conscientes mais restent fortement accessibles (Arndt et *al.*, 1997 ; Arndt, Greenberg et Cook, 2002 ; Greenberg et *al.*, 2000). Les résultats obtenus ici sont donc cohérents avec la littérature : sans distraction, l'exposition à une situation de saillance de mortalité suscite chez le répondant une fuite qui consisterait à nier la réalité de la mort et à détourner ses pensées vers des éléments plus plaisants et distrayants. Il s'agit bien des mécanismes de défense proximaux qui justifient des préférences pour des produits promotion, axés sur les bénéfices, attributs positifs et états désirés. D'ailleurs, DeWall et Baumeister (2007) montrent que, immédiatement après avoir pensé à la mort (sans distraction), les individus s'engagent dans un processus de *coping* automatique, qui consiste à s'orienter vers des informations et des associations émotionnellement positives et plaisantes. Pour ces auteurs, cet effet est d'ailleurs plus fort sans délai qu'après un délai et se produit sans que les individus en soient conscients. Gilbert et *al.* (1998) parlent eux, d'un système immunitaire psychologique automatique, orienté vers des pensées heureuses, qui s'active immédiatement après l'apparition de pensées liées à la mort. En revanche, en situation de saillance de mortalité forte et après un délai de distraction, d'autres mécanismes de défense se mettent en œuvre, axés sur la prévention.

Cette recherche permet donc d'aborder l'importance et la pertinence d'un délai de distraction après exposition à la saillance de mortalité, selon les effets souhaités sur les

comportements. Elle aborde la question du traitement conscient et inconscient de l'information, qui s'avère être d'une importance essentielle dès lors qu'il s'agit d'étudier des théories comme la TMT ou d'autres théories qui accordent à de tels processus une place centrale dans la compréhension des différences individuelles en réponse à une menace (Brown, Ryan, Creswell et Niemiec, 2008). Alors que de nombreuses recherches suggèrent que les mécanismes de défense surviennent immédiatement après l'expérience d'une menace ou d'un traumatisme (Taylor, 1991 ; Gilbert et *al.*, 1998 ; DeWall et Baumeister, 2007), d'autres insistent sur l'importance d'un délai de distraction car elles montrent que les effets observés des mécanismes de défense en réponse à l'idée de sa propre mortalité prennent du temps pour se développer (Pyszczynski et *al.*, 1999). Nos résultats sont cohérents avec les résultats antérieurs suggérant la distinction entre des mécanismes de défense proximaux et distaux. Ils nous permettent en particulier de préciser leur nature selon l'intensité de la saillance de mortalité.

Existe-il des effets d'interaction avec d'autres variables situationnelles qui pourraient influencer les préférences produits ?

La prise en compte des variables de contrôle dans le test des hypothèses de lien direct entre la situation de saillance de mortalité et les préférences produits montre que deux variables ont un impact significatif et positif sur la variable dépendante : la **religiosité** et la **satisfaction de la vie**. Ce résultat est valable à la fois pour les échantillons avec et sans distraction (au seuil de 10% et 6% respectivement).

Ainsi, ce qui peut paraître surprenant, est l'absence d'effet des autres variables situationnelles, telles que l'humeur pré-exposition ou l'état de santé perçu notamment. Alors que nous pouvions penser que ce résultat puisse être lié à la présence d'une distraction qui suscite un traitement de l'information inconscient, cette absence d'effet reste valable également pour les échantillons sans distraction. Si l'état de santé perçu n'a pas d'effet sur les préférences produits en situation de saillance de mortalité, cela pourrait être lié à la nature de la thématique de la mort : de par son caractère universel et inévitable, elle pourrait susciter des motivations inconscientes suffisamment fortes pour ne pas être influencées par l'état de santé perçu au moment de l'administration. Il en va certainement de même pour l'absence d'effet de l'orientation régulatrice chronique (promotion vs. prévention) et de l'humeur pré-exposition. L'orientation régulatrice chronique du répondant a certainement plus d'effet dans une situation moins menaçante, qui requiert des efforts de régulation

moindres. Concernant l'humeur pré-exposition, une autre explication pourrait être liée aux dimensions dans le cadre sa mesure (humeur agitée et humeur énergique). Ces dernières reflètent une humeur assez éloignée de ce que pourrait évoquer les rappels de la mortalité, de sorte à n'avoir aucune influence sur les réponses au stimulus.

Il est peu surprenant de constater l'effet significatif positif de la religiosité sur les préférences produits en situation de saillance de mortalité. Les recherches antérieures soutiennent ce point, démontrant un lien entre la religiosité et le niveau d'anxiété face à la mort. Ainsi, parmi des individus seniors, la croyance en un jugement après la mort prédit la relation entre l'anxiété face à la mort et la religiosité (Fortner et Neimeyer, 1999). De plus, certaines recherches montrent que les croyances et pratiques religieuses réduisent l'anxiété face à la mort (Alvarado, Templer, Bresler et Thomas-Dobson, 1995 ; Glas, 2007). La religiosité pourrait en ce sens refléter une certaine sérénité à l'égard de la perspective de fin de vie, qui se traduirait par une recherche d'affect positif pour le temps restant à vivre et non par des aspirations préventives. Pour autant, une telle relation reste complexe et dépend de l'âge, du genre et du niveau de dévotion (Neimeyer et *al.*, 2004). De même, d'autres recherches montrent que l'anxiété face à la mort est négativement corrélée aux perceptions de la satisfaction de la vie, du sens et du but, parmi des individus âgés et des individus d'âge moyen (Fortner et Neimeyer, 1999). Là encore, un niveau élevé de satisfaction de la vie pourrait susciter une volonté de s'orienter vers des associations émotionnellement positives ou plaisantes.

Les résultats montrent enfin que la variable « **perte récente d'un proche** » a un effet significatif et positif sur les préférences produits sur les échantillons sans distraction au seuil de 6%. La significativité de cet effet suggère que les rappels de sa propre finitude sont indissociables de l'expérience et du souvenir de la mort d'autrui, et ce, d'autant plus en absence de distraction post-exposition. La perte récente d'un proche active certainement des réponses affectives que la seule exposition à la saillance de mortalité ne suscite pas, telles que la douleur, la peine, la tristesse. De telles émotions négatives peuvent alors déclencher une volonté de détourner ses pensées vers des éléments plus plaisants ou distrayants, ce qui pourraient justifier les préférences pour des produits promotion.

Enfin, la prise en compte de l'humeur post-exposition montre que, comme la majorité des recherches antérieures, la saillance de mortalité ne suscite pas plus d'émotions (positives ou négatives) que les deux autres conditions expérimentales. Comme nous l'avons précisé dans la présentation de la méthodologie, de nombreuses études liées à la TMT utilisent l'échelle de mesure PANAS pour créer une distraction post-exposition et contrôler l'humeur

et les réactions affectives après exposition à la saillance de mortalité (Atalay, 2007 ; Maxfield et *al.*, 2007). Alors que les recherches antérieures montrent que la saillance de mortalité ne suscite pas plus de réactions affectives (par exemple, Ferraro, Shiv et Bettman, 2005), d'autres, comme celle de Atalay (2007) montre que la saillance de mortalité suscite des niveaux plus élevés d'émotions négatives. Nos résultats montrent bien qu'il n'existe pas de différence significative entre les trois groupes expérimentaux dans l'affect suscité par les visuels, de sorte que la saillance de mortalité (faible ou forte) ne suscite pas plus d'émotions positives ou négatives que le groupe de contrôle. Ce résultat nous a permis d'écarter l'idée selon laquelle les effets sur les préférences produits seraient liés à l'affect provoqué par le visuel et non par les rappels de la condition d'être mortel.

1.2. Le cadrage situationnel évitement / approche comme variables médiatrices

La manipulation de la saillance de mortalité influence-t-elle le choix d'une stratégie spécifique d'évitement ou d'approche ?

Cette recherche a permis de montrer deux résultats intéressants. D'une part, la saillance de mortalité influence le cadrage situationnel, de sorte que, face à la saillance de mortalité, l'adoption d'une stratégie d'évitement ou d'approche devient prépondérante. D'autre part, la manipulation de l'intensité de la saillance de mortalité influence le choix d'une stratégie plutôt qu'une autre.

Le fait que la situation de saillance de mortalité influence le cadrage situationnel correspond aux éléments théoriques issus de la littérature sur le focus régulateur (Higgins, 1997). Ainsi, selon la théorie, les situations de gain et non gain activent momentanément une orientation promotion et donc une stratégie d'approche, alors que des situations de perte et non perte déclenchent momentanément une orientation prévention et donc une stratégie d'évitement. Un contexte donné peut activer une orientation spécifique, rendant une stratégie plus accessible (Higgins, 1997). Ainsi, selon la façon dont est perçue la saillance de mortalité, une telle situation active momentanément une stratégie orientée vers l'atteinte d'objectifs spécifiques (Molden, Lee et Higgins, 2007, 2008). Zajonc (1998) suggère d'ailleurs que tout individu serait « pré-équipé » pour réaliser des réponses d'approche ou d'évitement immédiates à des stimuli particuliers. Ces réponses seraient alors la conséquence d'une évaluation rapide et non intentionnelle (Chen et Bargh, 1999) de la dimension positive ou négative des stimuli rencontrés (Osgood, Suci et Tannenbaum, 1957).

Notons également que l'approche philosophique appréhendée dans la revue de littérature rend bien compte du fait que la mort conditionne la vie selon deux alternatives possibles : soit sur le mode de la fuite et de l'évitement, soit sur le mode du courage. D'autres recherches soulignent également que l'exposition à une situation donnée ou un scénario active des besoins à satisfaire (Elliot et Church, 1997) qui peuvent eux-mêmes rendre une stratégie plus accessible orientée vers des comportements dirigés (Crowe et Higgins, 1997 ; Shah, Higgins et Friedman, 1998 ; Elliot et Thrash, 2001). En particulier, les recherches montrent bien que les processus motivationnels d'approche et d'évitement peuvent être implicitement activés lors d'une rencontre avec un objet (Bargh et Chartrand, 1999 ; Cacioppo, Gardner et Bernston, 1997).

Les résultats montrent également que la manipulation de l'intensité de la saillance de mortalité influence le choix d'une stratégie plutôt qu'une autre. En particulier, une saillance de mortalité forte suscite l'adoption d'une stratégie d'évitement, alors qu'une saillance de mortalité faible suscite l'adoption d'une stratégie d'approche. Ces résultats corroborent notre idée selon laquelle il existerait deux processus indépendants en réponse à une situation de saillance de mortalité : un processus de défense de soi, sur le même modèle que la TMT, qui consiste à se distancer de potentiels affects négatifs ou de résultats indésirables anticipés; un processus dit de croissance de soi qui lui, consiste en la recherche de résultats positifs et d'états désirés.

Une saillance de mortalité **forte** réactive automatiquement et de façon situationnelle une conscience de la perspective de fin de vie. Or, à la lumière des travaux de Becker (1973) et des recherches liées à la TMT qui ont suivi, l'instinct inné de préservation de soi et le besoin de continuer à vivre serait la motivation humaine la plus fondamentale, à la base de toute autre forme de motivation. La TMT rend compte de deux mécanismes de défense (valorisation de l'estime de soi et défense du modèle culturel) fondés sur la poursuite de sens et de valeur pour faire face à l'idée de fin de vie. Or, là encore, ces mécanismes semblent liés au besoin de préservation de soi dans le sens où ils permettent de contrôler l'anxiété liée à la conscience de l'inévitabilité de la mort (Pyszczynski, Greenberg et Solomon, 1999). Ces éléments sont donc cohérents avec nos résultats : la mobilisation d'une stratégie d'évitement pourrait s'expliquer par ce besoin de préservation de soi qui orienterait les motivations vers la protection contre un affect négatif anticipé ou des pertes potentielles. En revanche, le fait que la saillance de mortalité **faible** suscite l'adoption d'une stratégie d'approche peut s'expliquer par un autre mécanisme. Nous pensons que, de par son intensité plus faible, une telle situation réactive de façon plus subtile des pensées déjà existantes dans l'esprit des

individus. En ce sens, cette situation susciterait moins d'inconfort ou de malaise que la situation forte (Pyszczynski, Greenberg et Solomon, 1999), mais plutôt une conscience « passive » qui amènerait l'individu, bien conscient au quotidien de sa finalité, à vouloir profiter du temps restant à vivre. Dans cette perspective, une saillance de mortalité faible susciterait des motivations de croissance, liées à la recherche de plaisir et de satisfaction (Greenberg, Pyszczynski et Solomon, 1995 ; Pyszczynski, Solomon, Greenberg et Stewart-Fouts, 1994).

1.3. Les différences individuelles dans l'effet de la saillance de mortalité : les variables modératrices

Les adultes d'âge moyen et les individus seniors ont-ils les mêmes réactions à la saillance de mortalité ?

Dans cette recherche, l'âge chronologique était considéré comme un modérateur central du lien entre la saillance de mortalité et les préférences produits. D'une part, les résultats montrent que l'âge chronologique influence le lien direct entre la saillance de mortalité et les préférences produits. D'autre part, il existe également un effet d'interaction de l'âge chronologique sur le lien entre la saillance de mortalité et le cadrage situationnel. Nos résultats sont cohérents avec les recherches existantes sur la TMT qui traitent des effets potentiels de l'âge chronologique en comparant plusieurs tranches d'âge montrant des différences significatives entre les tranches d'âge (Pyszczynski et *al.*, 1996 ; Maxfield et *al.*, 2007 ; Johnson, 2011). Les recherches soulignent d'ailleurs bien qu'il existe des différences motivationnelles liées à l'âge dans le traitement de l'information et la prise de décision (Fung et Carstensen, 2003 ; Williams et Drollet, 2005). Pourtant, à notre connaissance, la façon dont les individus seniors particulièrement réagissent à la saillance de mortalité n'a pas fait l'objet d'étude empirique à ce jour. Parmi les résultats obtenus, plusieurs éléments intéressants méritent d'être approfondi.

Les résultats montrent tout d'abord que tous les individus de l'échantillon sont affectés par la saillance de mortalité et que la mort est donc bien une thématique universelle qui influence les comportements tout au long de l'existence. Pour autant, les résultats montrent que les individus seniors de plus de 60 ans sont plus sensibles à une situation de saillance de mortalité **faible**. Ceci peut s'expliquer par le fait que les individus seniors sont temporellement plus proches de la mort et doivent faire face à de multiples rappels de la

mortalité au quotidien (perte d'un proche, maladies liées à l'âge etc.). Ces événements suggèrent que les plus de 60 ans pourraient être plus efficaces dans leur façon de gérer l'anxiété suscitée par une situation de saillance de mortalité forte, du fait certainement d'une plus grande acceptation de l'échéance finale (Erikson). Pour autant, le fait que la saillance de mortalité faible influence bien le choix d'une stratégie et les préférences produits montre que les seniors de plus de 60 ans n'ont pas totalement éliminé le problème lié à la perspective de leur mortalité. A l'inverse, la plus grande sensibilité des adultes d'âge moyen à une situation de saillance de mortalité **forte** pourrait s'expliquer par des rappels de la mortalité moins fréquents et une anxiété face à la mort relativement plus forte en milieu de vie, pour ensuite décliner au-delà de 60 ans (Gesser, Wong et Recker, 1988 ; Fortner et Neimeyer, 1999).

Comment expliquer l'adoption d'une stratégie d'évitement, en saillance de mortalité forte, par les adultes d'âge moyen ? Le fait que l'anxiété face à la mort soit la plus forte en milieu de vie pourrait également expliquer l'adoption d'une stratégie d'évitement d'une part, et des préférences pour des produits prévention d'autre part. L'objectif serait alors de repousser l'échéance finale en adoptant des comportements préventifs. Cela reflèterait de réelles motivations à réduire l'anxiété ressentie en créant un univers plus sécurisant et en se protégeant de potentielles pertes anticipées. Les particularités liées à l'âge (rappels fréquents de la mortalité, faible accessibilité des sources d'estime de soi et de sens) nous invitent cependant à supposer l'adoption d'autres stratégies pour se protéger de la conscience de l'inévitabilité de la mort (Baltes et Baltes, 1990 ; Heckhausen et Schulz, 1995).

Comment expliquer l'adoption d'une stratégie d'approche et les préférences pour des produits promotion chez les plus de 60 ans ? De nombreuses recherches (dont celles mobilisant la théorie de la sélectivité socio-émotionnelle de Carstensen) suggèrent que l'avancée en âge s'accompagne d'une plus grande sensibilité et réceptivité à l'égard des événements susceptibles de susciter un affect positif (Carstensen, 1992, 1995 ; Labouvie-Vief, 2003 ; Labouvie-Vief, Hakim-Larson, DeVoe et Schoeberlein, 1989 ; Lawton et *al.*, 1993). Ils sont également plus sensibles à l'égard des informations et des expériences positives (Carstensen et Mikels, 2005). L'avancée en âge s'accompagne alors de nouvelles motivations vers la maximisation du bien-être émotionnel ici et maintenant (Carstensen, Fung et Charles, 2003). L'adoption d'une stratégie d'approche et des préférences plus fortes pour des produits promotion pourraient alors s'inscrire dans cette démarche en réponse à la saillance de mortalité. Dans la perspective de la TMT, il est alors possible d'envisager que la poursuite d'états désirés, de résultats positifs, de plaisir et de satisfaction de soi puisse être

un moyen de se protéger et d'assurer une forme de sécurité, pour laquelle le temps restant à vivre est significatif et ouvre alors la voie vers de nombreuses opportunités de développement et de croissance. Ces résultats semblent cohérents avec les théories qui appréhendent les mécanismes d'adaptation à un âge avancé permettant au senior de préserver un bien-être et un bon fonctionnement émotionnel (Baltes et Baltes, 1990 ; Carstensen et *al.*, 1999 ; McCoy, Pyszczynski, Solomon et Greenberg, 2000). Une autre explication en faveur de l'adoption d'une stratégie d'approche et des préférences pour des produits promotion serait d'envisager que de telles motivations de régulation peuvent être la conséquence de ressources moindres à disposition des seniors (Riediger, Li et Lindenberger, 2006). Dans ce cas précis, le vieillissement, responsable d'une diminution des ressources permettant de faire face aux difficultés potentielles, s'accompagnerait d'une recherche et d'une plus grande sensibilité à l'égard des stimuli positifs.

Alors que les résultats montrent que les défenses distales diffèrent entre les adultes d'âge moyen et les individus seniors, nous avons souhaité les compléter en envisageant des différences dans les **défenses proximales**. Certaines études montrent en effet que les individus de 51 à 65 ans présentent un intérêt moindre pour des comportements préventifs liés à la santé lorsque les pensées liées à la mort sont dans l'attention focale (Taubman-Ben-Ari et Findler, 2005), à la différence des adultes d'âge moyen qui présentent un intérêt bien plus grand. Or, les résultats obtenus sur les groupes expérimentaux sans distraction montrent qu'il n'existe pas d'effet modérateur de l'âge chronologique. En d'autres termes, il n'existe pas de différence liée à l'âge dans les mécanismes de défense proximaux mis en œuvre immédiatement après l'exposition aux rappels de la mortalité. Ce résultat pourrait s'expliquer par l'existence chez n'importe quel individu d'un système psychologique défensif automatique vers la recherche d'informations positives (DeWall et Baumeister, 2007).

La tendance à se percevoir plus jeune (tendance au rajeunissement) permet-elle de mieux comprendre les réponses à la saillance de mortalité et ses effets sur les préférences produits ?

Dans un premier temps, nous avons constaté que les individus âgés de 60 à 79 ans de notre échantillon ont tendance à se percevoir plus jeunes que leur âge réel. Les recherches antérieures montrent en effet que l'écart entre l'âge chronologique et l'âge perçu augmente au fur et à mesure du vieillissement pour aboutir à une tendance à se percevoir plus jeune de

plus de 10 ans en moyenne chez les seniors (Barak, 1987 ; Van Auken et Barry, 1995 ; Guiot, 2001). Ce résultat reflète l'impression d'être toujours la même personne malgré les bouleversements physiques et sociaux liés à l'âge (Kaufman, 1986 ; Schiffman et Sherman, 1991).

Dans un second temps, les résultats confirment l'existence d'un effet de la tendance d'âge subjectif, et plus spécifiquement, de la tendance au rajeunissement sur les réponses à une situation de saillance de mortalité. En particulier, **en situation de saillance de mortalité faible uniquement (et non forte), une faible tendance au rajeunissement s'accompagne de fortes préférences pour des produits orientés prévention.** Ce résultat peut s'expliquer par le fait que la situation de saillance de mortalité faible réactive momentanément et subtilement une conscience du vieillissement, et plus précisément, de l'inévitabilité de sa propre mort, elle-même appréhendée différemment selon qu'elle soit perçue comme survenant au moment attendu ou à contre temps. Ainsi, une faible tendance au rajeunissement est susceptible de refléter une forme d'acceptation de l'idée de fin de vie et d'une proximité temporelle perçue de l'échéance finale qui place l'individu face à une réalité selon laquelle il pourrait ne pas atteindre ses objectifs dans le temps restant à vivre. On peut alors supposer que cette proximité perçue inciterait l'individu à préférer des produits plus « sécurisants » qui lui permettent d'éviter de potentiels affects négatifs. Le fait que l'on ne retrouve pas ce résultat en situation de saillance de mortalité forte laisse penser qu'une intensité trop forte des rappels de la mortalité supprime l'effet potentiel de la tendance au rajeunissement sur l'attractivité perçue de certaines catégories de produits. Des rappels trop brutaux placeraient l'individu dans une confrontation directe avec la réalité de l'inévitabilité de l'échéance finale, ce qui annihilerait tout effet potentiel de la tendance à se percevoir plus jeune ou non sur l'attractivité perçue de certains produits. Une telle différence de résultats entre les situations de saillance de mortalité faible et forte se retrouve d'ailleurs dans les études antérieures, telles que celle de Greenberg et *al.* (1994) : ils montrent que les mécanismes de défense sont plus forts lorsque les rappels liés à la mort sont subtils (en comparaison à des rappels plus brutaux).

Pour autant, les résultats montrent **qu'en situation de saillance de mortalité forte, une faible tendance au rajeunissement s'accompagne de motivations orientées vers l'évitement** de potentiels résultats négatifs (adoption d'une stratégie d'évitement). Ce résultat est cohérent avec d'autres recherches portant sur l'effet de la perspective temporelle d'un achat sur les comportements. Trope et Liberman (2000, 2003) ont montré en effet que lorsque les événements semblent plus proches temporellement (tel est le cas de la

perspective de fin de vie lorsque la tendance au rajeunissement est faible), les individus évitent les représentations abstraites de leurs objectifs et préfèrent des représentations plus concrètes et spécifiques, leur permettant d'avoir des réactions efficaces à une situation donnée. De plus, Liberman et Trope (1998) montrent que la proximité temporelle perçue augmente la sensibilité des individus à l'égard des obstacles et des résultats négatifs potentiels. Enfin, d'autres recherches montrent que lorsque les événements apparaissent temporellement proches, l'information négative devient plus importante (Eyal et *al.*, 2004 ; Losco et Epstein, 1974 ; Shelley, 1994) et les individus deviennent moins optimistes dans l'accomplissement de leurs buts (Gilovich et *al.*, 1993 ; Sanna, 1999). Pour finir sur ce point, Micu et Chowdhury (2010) montrent que, pour les adultes comme pour les seniors, lorsque le temps est perçu comme limité, les attributs prévention sont plus attractifs et lorsque le temps est perçu comme illimité, les attributs promotion sont plus attractifs. Ainsi, en saillance de mortalité forte, une faible tendance au rajeunissement s'accompagne de motivations dans l'accomplissement des buts orientées vers de l'évitement, sans pour autant induire des préférences produits spécifiques en consommation.

Cependant, il est surprenant de constater que l'effet sur l'adoption d'une stratégie d'évitement n'existe qu'en réponse à une situation de saillance de mortalité forte, et non en situation de saillance de mortalité faible. On peut supposer que cette dernière condition est certainement trop faible pour activer de telles motivations d'évitement dans l'accomplissement des buts en réponse à une faible tendance au rajeunissement, mais qu'elle permet de renforcer de façon situationnelle l'attractivité perçue des produits présentés comme prévention. De la même manière, en condition forte, même si la proximité temporelle perçue de la mort (propre à une faible tendance au rajeunissement) active de la prévention au niveau psychologique via l'adoption d'une stratégie d'évitement, il est probable que les individus ne reconnaissent pas (ou ne souhaitent pas reconnaître) cette orientation motivationnelle sur le moment, ce qui expliquerait l'absence d'effet sur les préférences produits prévention. On peut également envisager que le visuel associé à la condition faible ne soit pas perçu de la même manière par les adultes d'âge moyen (qui présentent globalement une tendance au rajeunissement modérée) et par les seniors (qui présentent globalement une forte tendance au rajeunissement). Ainsi, ceux qui présentent une faible tendance au rajeunissement, tels que les adultes d'âge moyen, auront peut être moins tendance à associer cette situation à la thématique de la mort, ce qui susciterait de moindres motivations vers de l'évitement, tout en préférant pour autant des produits prévention par crainte d'affects négatifs (associés ou non à la mort).

De plus, **en situation de saillance de mortalité faible uniquement, une forte tendance au rajeunissement suscite l'adoption d'une stratégie d'approche, qui elle-même s'accompagne de fortes préférences pour des produits orientés promotion.** Ce résultat confirme le rôle de médiateur partiel de la stratégie d'approche en saillance de mortalité faible. Il peut s'expliquer par le fait qu'une forte tendance au rajeunissement est susceptible de refléter un mécanisme de défense face au vieillissement, réactivé par des rappels subtils de la mortalité (Williams, 1963 ; Havighurst, 1969), suscité par une inadéquation perçue entre l'âge réel et les aspirations développementales de l'individu (Guiot, 2001). Ainsi, un individu présentant une forte tendance au rajeunissement est plus optimiste à l'idée d'atteindre ses objectifs et est alors susceptible d'être motivé à atteindre des états désirés et perçus comme idéaux, ce qui correspond bien à une stratégie d'approche. Ce qui l'amène par la suite à manifester des préférences plus fortes pour des produits présentés de telle façon qu'ils lui permettent d'atteindre ses objectifs souhaités, à savoir des produits orientés promotion. Là encore, ce résultat ne se retrouve pas pour la condition forte, dont l'intensité est certainement trop élevée pour susciter des motivations d'approche.

Enfin, alors qu'il a été démontré un lien entre l'âge subjectif et le nombre perçu d'années restant à vivre, soit l'horizon temporel perçu (Cooper et *al.*, 1981), nos résultats sont cohérents avec la théorie de la sélectivité socio-émotionnelle qui précise que les différences dans les objectifs fixés évoluent selon la perspective temporelle (Fung et Carstensen, 2003). La principale contribution de ces résultats tient aux mécanismes sous-jacents liés à l'anticipation de l'affect (positif ou négatif). La considération d'un achat semble en effet être influencée par le souci de ne pas atteindre un objectif minimal ou par l'espoir d'atteindre un objectif désiré. Nous montrons ainsi que face à de **faibles** rappels de la mortalité, les préférences pour des produits prévention parmi des individus présentant une faible tendance au rajeunissement pourraient s'expliquer par une plus grande sensibilité à l'égard de l'insatisfaction anticipée de ne pas atteindre ses objectifs et de subir la réalité du vieillissement. A l'inverse, face aux rappels subtils de la mortalité, les préférences pour des produits promotion parmi des individus présentant une forte tendance à se rajeunir pourraient s'expliquer par une plus grande sensibilité à l'égard du plaisir anticipé d'atteindre ses objectifs désirés. Il n'en demeure pas moins que la tendance au rajeunissement est une variable individuelle dont l'effet (sur les motivations et sur les préférences produits) semble dépendre grandement de l'intensité des rappels de la perspective de fin de vie et semble en particulier avoir un pouvoir explicatif plus grand en saillance de mortalité faible.

L'estime de soi positive permet-elle de différencier des réactions en réponse à la saillance de mortalité ?

Notre hypothèse de départ relative à l'effet de l'estime de soi positive sur les réactions à la saillance de mortalité n'est pas vérifiée par les résultats obtenus. Alors que Gailliot et *al.* (2006) précisent que les effets d'autorégulation en réponse à la saillance de mortalité existent indépendamment de l'estime de soi, nous proposons des explications à nos résultats.

D'une part, en situation de saillance de mortalité **forte**, l'introduction de l'estime de soi annule l'effet médiateur de cadrage situationnel sur le lien entre la saillance de mortalité et les préférences produits promotion vs. prévention. Ainsi, une forte estime de soi ne suscite ni l'adoption d'une stratégie d'évitement, ni de plus fortes préférences pour des produits prévention. Ce résultat est donc contraire à notre hypothèse de départ selon laquelle une forte estime de soi reflète un engagement dans une affirmation de soi (Schmeichel et Martens, 2005), une capacité à conduire des défenses en réponse à des menaces potentielles, alors qu'une faible estime de soi rend cela plus difficile (Taylor et Brown, 1988 ; Baldwin et Wesley, 1996). De même, cela va à l'encontre de l'opinion de nombreux penseurs existentialistes, comme le suggèrent Solomon et *al.* (1991), selon lesquels le sentiment d'être une personne significative, de valeur, au-delà du soi physique, apporte un sentiment de contrôle et de transcendance liée à la mort (ce qui pourrait justifier l'adoption potentielle d'une stratégie d'évitement). Alors que nous pensions au départ qu'une forte estime de soi pouvait refléter un sentiment « d'avoir plus à perdre », et ainsi susciter l'adoption d'une stratégie d'évitement, cela ne se retrouve pas à travers nos résultats. Il est possible alors de supposer que les individus présentant une forte estime de soi possèderaient plus de ressources leur permettant de lutter contre l'anxiété existentielle potentielle et n'auraient en ce sens pas besoin d'avoir recours à des éléments qui favorisent le contrôle sur leur vie. Dans le même ordre d'idée, Steele, Spencer et Lynch (1993) ont d'ailleurs montré l'effet modérateur de l'estime de soi sur les effets de réduction de la dissonance. L'estime de soi serait alors une ressource au service de l'image de soi et de l'intégrité personnelle de l'individu, qui lui permettrait d'être moins vulnérable à l'égard des rappels de la perspective de fin de vie. Le même effet est absent en saillance de mortalité faible, ce qui paraît alors peu surprenant : une telle situation est certainement trop subtile pour susciter des rappels de la mortalité susceptibles d'être perçus comme une menace potentielle par des individus présentant une forte estime d'eux-mêmes.

D'autre part, en situation de saillance de mortalité **faible**, il est intéressant de constater que, là encore, nos hypothèses sont rejetées et que les résultats suggèrent même un effet significatif inverse à celui supposé au départ. En d'autres termes, en saillance de mortalité faible, plus l'estime de soi est faible, moins l'individu a recours à une stratégie d'approche, ce qui l'amène à manifester de moindres préférences pour des produits orientés promotion. A en croire des études telles que celle proposée par Mandel et Smeesters (2008), ce résultat semble étonnant. Les auteurs montrent en effet qu'une faible estime de soi pousse l'individu à adopter une stratégie de fuite de conscience de soi (Heatherton et Baumeister, 1991) via la consommation excessive. Une telle stratégie pourrait correspondre à une stratégie d'approche. En l'absence d'un tel effet, on peut alors supposer que, face aux rappels de l'échéance finale, une faible estime de soi susciterait chez l'individu une réelle volonté (voir un besoin) de se rattacher à ce qui peut lui apporter du sens ou un contrôle sur son existence. La conscience réactivée de l'échéance finale pourrait inciter à la recherche d'un contexte plus sécurisant et certainement à l'adoption de comportements plus concrets dans cet objectif. D'ailleurs, les recherches antérieures précisent que l'estime de soi aide à prévenir les manifestations de l'anxiété face à la mort et permet de se protéger contre de multiples peurs propres à l'homme (Pyszczynski et *al.*, 2004). Sans cette ressource, l'individu sera certainement amené à se protéger via l'adoption de comportements plus concrets, préventifs ou sécurisants, de sorte à ce que les produits orientés promotion lui paraissent moins attractifs.

Enfin, dans les recherches antérieures portant sur la TMT, la valorisation de l'estime de soi est considérée comme un mécanisme de défense mis en œuvre en réponse à la saillance de mortalité. L'individu s'investit alors dans des domaines susceptibles d'être sources d'estime de soi (Solomon et *al.*, 1991 ; Ferraro, Shiv et Bettman, 2005). Cela suppose donc deux éléments : l'individu doit être capable d'agir dans un domaine donné pour restaurer l'estime de soi et le domaine en question doit être perçu comme une source d'estime de soi pour l'individu. Par exemple, Arndt et *al.* (2003) montrent que la saillance de mortalité suscite des intentions de pratiquer une activité sportive uniquement parmi ceux pour qui l'activité sportive est importante. Ainsi, la réponse à la saillance de mortalité dépend des différences dans l'importance attribuée aux domaines sources d'estime de soi et / ou aux niveaux individuels d'estime de soi dans de tels domaines (Ferraro, Shiv et Bettman, 2005). On peut alors supposer qu'il aurait été peut-être préférable de considérer l'estime de soi relative à chacune des catégories de produits, pour ensuite mettre à nouveau à l'épreuve les hypothèses pour chaque type d'estime de soi. On pourra alors supposer que l'effet de

l'estime de soi sur le cadrage situationnel en réponse à la saillance de mortalité dépende de la catégorie de produit considérée (par exemple, la nourriture) et de la perception de l'individu comme étant une source importante d'estime de soi (par exemple, l'estime de soi liée au corps). Ainsi, le choix entre un produit orienté promotion versus prévention sera lié à l'autorégulation de l'individu et à ses objectifs et ses motivations. Pour conclure, il n'en demeure pas moins que, là encore, la variable individuelle estime de soi semble avoir un pouvoir explicatif plus grand en saillance de mortalité faible.

Le lieu de contrôle influence-t-il les réactions à la saillance de mortalité ?

Dans un premier temps, nous avons constaté que, à l'image de certaines études antérieures (Macaluso, 2008), les individus seniors de plus de 60 ans présentent une plus forte externalité que les adultes d'âge moyen. Ce résultat peut s'expliquer par le processus de vieillissement : ce dernier s'accompagne d'un déclin des capacités physiques et cognitives de l'individu qui diminue les ressources à sa disposition et ainsi, réduit le sentiment de pouvoir exercer un contrôle sur sa vie grâce à ses propres capacités.

Tout d'abord, en situation de saillance de mortalité **faible**, plus l'externalité de l'individu est forte, plus il adoptera une stratégie d'approche, ce qui l'amènera à manifester de plus fortes préférences pour des produits promotion. Ce résultat est cohérent avec nos hypothèses de départ. Une forte externalité reflète un état dans lequel l'individu pense que ce qui lui arrive est le résultat d'événements extérieurs, sur lesquels il n'aurait directement aucun pouvoir. Sans cette capacité perçue de contrôle, il sera alors plus à même d'adopter une stratégie d'approche et d'être plus attiré par des produits présentés selon leurs bénéfices et attributs positifs. En revanche, un faible niveau d'externalité ne suscite pas l'adoption d'une stratégie d'évitement (en saillance de mortalité faible et forte). Une faible externalité montre que l'individu serait plus persévérant dans la résolution de ses tâches et plus efficaces dans ses objectifs d'autorégulation (Dubois, 1987). De cette manière, il ne ressentirait certainement pas le besoin de se préserver ou de se distancer à tout prix de l'échéance finale par ses actions.

De plus, en situation de saillance de mortalité **forte**, nos hypothèses de départ sont rejetées : en saillance de mortalité forte, le niveau d'externalité de l'individu n'affecte ni le cadrage situationnel (évitement vs. approche), ni les préférences produits promotion vs. prévention. **Une première explication pourrait tenir à l'outil de mesure mobilisé dans cette recherche.** En effet, selon Dubois (1987), les analyses factorielles faites par divers

auteurs sur les échelles du *locus of control* ne permettent pas de déduire l'unidimensionnalité de la variable. Alors que certaines mettent en évidence une structure unidimensionnelle, d'autres présentent une structure en plusieurs facteurs (Pasquier et Lucot, 1999). Ces derniers auteurs en viennent alors à proposer une nouvelle échelle de localisation du contrôle, fondée sur une structure en quatre dimensions : obstacles sociaux, destin, moyens et circonstances de l'existence. Une telle structure, plus riche en information, aurait peut être été plus pertinente dans le cadre de la saillance de mortalité forte. Il aurait également été possible de mobiliser une autre échelle de mesure liée à la notion de contrôle, comme la mesure du contrôle perçu ou de l'efficacité personnelle (*self-efficacy*) pour rendre compte d'un effet modérateur potentiel. **Une seconde explication pourrait être liée aux comportements engendrés par un fort niveau d'externalité.** Une forte externalité reflète chez l'individu une absence de responsabilité face aux événements de la vie, que ce soit les échecs ou les succès. Face à la conscience de l'inévitabilité de l'échéance finale en saillance de mortalité forte, une telle attitude pourrait alors ne pas susciter des motivations à l'action suffisamment fortes : l'individu adopterait une forme d'acceptation neutre ou de passivité face aux événements de la vie. Ceci pourrait expliquer l'absence de motivations d'approche en réponse à la saillance de mortalité. Il est intéressant de noter que les recherches antérieures montrent que la saillance de mortalité amène les individus à attribuer le succès à des causes internes et l'échec à des causes externes (Mikulincer et Florian, 2002), dans une volonté de préserver l'estime de soi mise à mal par la perspective de l'échéance finale (Miller, 1978 ; Weary, 1979). Une forte externalité pourrait donc empêcher l'attribution interne des échecs et des succès et empêcher ainsi la restauration de l'estime de soi face à la saillance de mortalité, ce qui pourrait annihiler toute motivation à l'action vers des objectifs désirés.

Là encore, il est possible que la distinction entre différents domaines d'application de l'externalité aurait permis de rendre compte de l'adoption d'une stratégie plutôt qu'une autre car, comme le souligne Pasquier et Lucot (1999), l'internalité se manifeste principalement dans des domaines où fonctionnent des processus évaluatifs, tels que le monde du travail ou le domaine scolaire. Il est intéressant de relever, là encore, que la variable individuelle externalité semble avoir un pouvoir explicatif plus important en saillance de mortalité faible.

Les individus les plus anxieux face à la mort présentent-ils des réactions spécifiques à la saillance de mortalité ?

Dans un premier temps, les résultats ont permis de confirmer l'idée selon laquelle les adultes d'âge moyen (40-59 ans) présentent une anxiété face à la mort relativement plus forte que les seniors de plus de 60 ans (Gesser, Wong et Recker, 1988 ; Fortner et Neimeyer, 1996). Ceci peut s'expliquer par le fait que les individus seniors atteignent un stade d'acceptation de sa propre mort (Erikson). De même, Cicirelli (2006) montre que les individus d'âge moyen présentent une anxiété face à la mort plus forte du fait de contradictions entre leur temps restant à vivre désiré et le temps restant à vivre attendu.

De plus, les résultats montrent que, en situation de saillance de mortalité **forte** uniquement, une **forte** anxiété face à la mort suscite l'adoption d'une stratégie **d'évitement**, sans pour autant susciter de plus fortes préférences pour des produits prévention. Alors que l'anxiété face à la mort est niée ou refoulée au niveau conscient (Becker, 1973 ; Yalom, 1980), par définition, la saillance de mortalité réactive une conscience de l'inévitabilité de la mort et ainsi, est susceptible de susciter une forte anxiété face à la mort de façon situationnelle (Lonetto, 1982 ; McDonald et Hilgendorf, 1986 ; Goldenberg et *al.*, 2006). Ainsi, Tomer et Eliason (1996) montrent que la saillance de mortalité augmente l'anxiété face à la mort en activant la perception de regrets et de pensées liés à la signification de la mort, en modifiant les croyances sur le soi, et en activant des réponses d'autorégulation qui peuvent inclure une identification culturelle ou une transcendance de soi. Les processus d'autorégulation, orientés vers la capacité à se fixer des limites et exercer une volonté et une capacité de contrôle de soi, aident à réduire l'anxiété face à la mort ressentie (Lehto et Stein, 2009). Nous pensons que tel est le cas en situation de saillance de mortalité forte, et en particulier lorsque l'anxiété face à la mort est forte : lorsque les pensées liées à la mort sont inconscientes (après distraction), le niveau d'anxiété face à la mort reste suffisamment fort pour activer chez l'individu des efforts et des motivations pour surmonter cette idée, même de façon symbolique (Becker, 1973 ; Landau, Greenberg, Solomon, Pyszczynski et Martens, 2006). Cela pourrait alors justifier les motivations d'évitement dans l'accomplissement de ses objectifs prioritaires, tournés vers l'évitement de potentiels affects négatifs. Enfin, l'absence d'effet en situation de saillance de mortalité faible peut s'expliquer par le fait qu'une telle situation plus subtile n'affecte pas la mobilisation d'une stratégie spécifique parmi des individus qui, quelle que soit la situation considérée, présente une forte anxiété face à la mort.

A l'inverse, en situation de saillance de mortalité **faible** uniquement, les résultats suggèrent que les individus présentant une faible anxiété face à la mort adoptent une stratégie d'approche. Cela pourrait être lié à la nature plus subtile d'une telle situation, qui ne s'avère que peu anxiogène pour l'individu. De ce fait, le temps restant à vivre est appréhendé avec moins d'anxiété et plus d'optimisme, dans une forme d'acceptation de la réalité de la vie. Ce résultat est également cohérent avec la recherche de Greenberg et ses collègues (2003) qui montre que lorsque les individus se croient à l'abri de l'expérience d'une anxiété (faible anxiété face à la mort), ils ne s'engagent pas dans des défenses psychologiques destinées à regagner du sens et un contrôle sur sa vie. Cela justifie alors le fait qu'en situation de saillance de mortalité faible uniquement, une faible anxiété face à la mort suscite l'adoption d'une stratégie d'approche. Ce résultat ne se retrouve pas en saillance de mortalité forte : une telle condition serait émotionnellement trop forte, ce qui annihilerait toute propension ou motivations chez l'individu à atteindre des résultats désirés, et donc à adopter une stratégie d'approche. Enfin, il est intéressant de noter que si le niveau d'anxiété face à la mort affecte le cadrage situationnel et l'adoption d'une stratégie spécifique selon l'intensité de la saillance de mortalité, cela ne se traduit pas par des préférences pour certaines catégories de produits (prévention vs. promotion). L'anxiété face à la mort affecte les objectifs jugés prioritaires par l'individu, abstraits et directement liés à la façon de concevoir le temps restant à vivre, sans pour autant atteindre des préférences plus concrètes en termes de préférences produits en consommation.

2. Les contributions de la recherche

Ce travail doctoral présente de nombreuses contributions à la fois :

- théoriques, car la revue de littérature présentée permet d'appréhender un champ de recherche peu étudié en marketing et d'en explorer les différentes dimensions ;
- méthodologiques, car l'expérimentation mise en œuvre, le plan factoriel, ainsi que les outils de mesure mobilisés permettent d'accroître les connaissances sur l'influence de la saillance de mortalité sur les comportements de consommation ;
- et enfin managériales, car les résultats obtenus permettent de proposer des recommandations pratiques et concrètes pour les professionnels, notamment dans le domaine de la communication.

Nous présentons maintenant successivement ces trois formes de contributions.

2.1. Les contributions théoriques

Une revue de littérature pluridisciplinaire

La revue de littérature sur le concept de mort et sur le rapport individuel à la mort constitue sans aucun doute l'un des principaux apports théoriques de cette thèse, du fait notamment des manques dans la littérature dans ce domaine et de la particularité de cet objet de recherche. Ainsi, l'étude des principaux travaux dans les domaines de la biologie, de l'anthropologie, de la psychanalyse et de la philosophie a permis d'aboutir à une meilleure compréhension du phénomène individuel et social qu'est la mort, permettant d'en dégager les principales caractéristiques. De cette première analyse, une étude du rapport individuel à la mort a permis de cerner ses diverses dimensions, notamment sa dimension cognitive via les représentations, sa dimension émotionnelle, via l'anxiété ressentie et les mécanismes de défense permettant de la réduire.

De plus, ce travail vient combler un manque lié au faible nombre de recherches en France notamment portant sur le concept de saillance de mortalité. Définie comme une situation de rappel de sa propre condition d'être mortel, à la fois sur le plan physique et sur le plan cognitif, la saillance de mortalité est mobilisée dans de nombreuses recherches américaines en sciences sociales et en psychologie. Cette recherche a permis ainsi de proposer une synthèse des recherches antérieures liées à ce concept, et de dégager par la suite des pistes de recherche inexplorées dans ce domaine. Ces pistes de recherche ont d'ailleurs été l'occasion d'orienter notre réflexion vers l'exploration des apports de différentes théories de la motivation pour compléter la théorie de la TMT dans l'appréhension des comportements en réponse à la saillance de mortalité.

Les apports de cette recherche dans le cadre de la TMT

Saillance de mortalité et comportements de consommation. Cette recherche doctorale vient compléter les recherches existantes liées à la TMT portant sur la pertinence de la situation de saillance de mortalité dans la compréhension des diverses formes de comportement de consommation (Solomon et *al.*, 2004 ; Arndt et *al.*, 2004). Alors qu'il a été établi que divers concepts pouvaient affecter la prise de décision en consommation (Strahan et *al.*, 2002), cette recherche montre, tout comme les recherches antérieures, que la manipulation de la saillance de mortalité pouvait en être un. En particulier, cette recherche

montre que le construit manipulé, à savoir ici la saillance de mortalité, ne doit pas nécessairement être lié sémantiquement au comportement de consommation envisagé : les rappels liés à la mort peuvent susciter des comportements imprévisibles qui ne sont pas liés directement à la thématique de la mort (comme les assurances pourraient l'être par exemple). Il s'agit là encore, à notre sens, d'une contribution majeure pour la recherche sur la TMT.

Saillance de mortalité et mécanismes de défense. Cette recherche montre l'existence de deux voies indépendantes en réponse à une situation de saillance de mortalité : un processus orienté vers la défense de soi, selon le modèle de la TMT, et un processus orienté vers la croissance de soi selon une approche plus positive. Notre travail ouvre ainsi la voie vers l'idée selon laquelle la saillance de mortalité affecte les motivations et, *in fine*, les comportements, selon plusieurs moyens possibles et non un seul uniquement. Nous avons montré que les deux processus retenus pouvaient être conceptualisés en termes de stratégie d'évitement *versus* stratégie d'approche, mettant ainsi en évidence deux formes de réponses possibles indépendantes à la saillance de mortalité. Appliquée à la saillance de mortalité, cette recherche est alors cohérente avec des études qui montrent que le plaisir et l'insatisfaction anticipés sont associés à des processus distincts et indépendants (Bechara et *al.*, 1996 ; Kuhn et Knutson, 2005) et à des évaluations différentes d'attributs des produits (Knutson et *al.*, 2007). Ainsi, cette recherche s'inscrit dans le courant des études récentes mettant en évidence de nouvelles stratégies en réponse à la saillance de mortalité (Routledge et *al.*, 2008 ; Hart, Shaver et Goldenberg, 2005) en insistant sur l'idée d'une stratégie de fuite de la conscience de soi (via la nourriture, la sexualité, le shopping, le divertissement par exemple). Enfin, s'agissant de mécanismes de défense inconscients, cette recherche participe à une double littérature : celle qui traite des effets subtiles et inconscients de l'activation de la poursuite de but lié au soi sur le comportement humain (Bargh, 2002) ; et celle qui traite de la place centrale des processus conscients et inconscients de traitement de l'information dans la compréhension des différences individuelles en réponse à une menace (Brown, Ryan, Creswell et Niemiec, 2008).

Les réponses individuelles à la saillance de mortalité. Cette recherche a permis de montrer que de telles réponses à la saillance de mortalité dépendent des ressources à disposition de l'individu. Par exemple, le **temps** est étudié dans la littérature sous divers concepts : les effets de la pression temporelle sur la prise de décision (Ben Zur et Breznitz, 1981), le rôle de l'orientation temporelle sur les réactions affectives anticipées aux

événements futurs (Buehler et McFarland, 2001) ou encore le rôle de la perspective temporelle sur les objectifs en comportements de consommation (Mogilner, Aaker et Pennington, 2008). En particulier dans cette recherche, le temps n'est pas uniquement appréhendé comme un facteur contextuel via l'âge chronologique, mais également comme une ressource émotionnellement forte, notamment grâce à la prise en compte de la tendance d'âge subjectif, ou plus globalement de la sensibilité de l'individu à l'égard de la perspective de l'échéance finale. Ainsi, cette recherche soulève la question suivante, en tentant d'y apporter des éléments de réponse : comment le temps affecte l'attractivité des produits présentés comme un moyen d'atteindre des objectifs précis ? Cette recherche montre que le temps semble refléter ce que le consommateur considère comme prioritaire et possible ou non (à l'image de l'étude de Kahneman et Tversky, 1979). Enfin, elle vient compléter une littérature récente (par exemple, Maxfield et *al.*, 2007) mais peu étoffée sur l'effet de la saillance de mortalité sur les comportements des individus seniors.

2.2. Les contributions méthodologiques

Cette recherche apporte également de nombreuses contributions méthodologiques, notamment liées à la manipulation de la situation de saillance de mortalité, aux éléments de mesure mobilisés, à l'outil de distraction et aux choix des outils statistiques mobilisés pour le test des hypothèses.

La manipulation de la saillance de mortalité

Les recherches antérieures, notamment anglo-saxonnes, mobilisant la TMT, ont utilisé divers moyens pour créer et manipuler des conditions de saillance de mortalité. Ces divers moyens diffèrent à la fois dans leurs effets, leur capacité à créer réellement des rappels de la mortalité ou encore le degré auquel ils rendent la mort consciente dans l'esprit des individus (Burke, Martens et Faucher, 2010). Ces derniers auteurs ont d'ailleurs segmenté les différentes manipulations de la saillance de mortalité selon quatre catégories : les deux questions ouvertes portant sur l'évocation de la mort et les représentations liées à l'après, utilisées dans 79,8% des recherches (Rosenblatt et *al.*, 1989) ; des stimuli subliminaux liés à la mort, laissant apparaître de façon très succincte des mots liés à la mort sur un écran, utilisés dans 4% des études (Arndt, Greenberg, Pyszczynski et Solomon, 1997) ; des échelles de mesure sur la thématique de la mort à compléter, utilisées dans 7%

des études (telles que l'échelle de mesure de l'anxiété face à la mort ou l'échelle d'attitude à l'égard de la mort ; Florian et Kravetz, 1983 ; Templer, 1970) ; enfin, d'autres outils utilisés dans 9% des études, peuvent être mobilisés, tels que le visionnage d'une vidéo ou de photos, la lecture d'une histoire (sur des thèmes liés à la mort) ou bien encore le simple fait d'être interrogé devant un cimetière ou un funérarium.

Dans cette recherche, des visuels sur la thématique de la mort ont été mobilisés et nous avons pu démontrer que de tels outils étaient capables de susciter des rappels liés à la mortalité selon deux intensités, ce qui était l'objectif premier. De plus, les visuels ont l'avantage de présenter des situations réelles, ce qui rend plus crédible la réalité de la mort dans l'esprit des individus en suscitant une possible identification. De la même manière, Baldwin et Wesley (1996) ont demandé aux répondants de lire un texte écrit par un agent extérieur, sur ses propres pensées liées à sa mort. Ils précisent que de telles manipulations, plus subtiles, ont pu faciliter l'observation des interactions de certaines variables modératrices (comme l'estime de soi), car de nombreux effets liés à des différences individuelles sont connus pour être particulièrement forts lorsque les influences situationnelles sont faibles (Monson, Hesley et Chernick, 1982). Les visuels mobilisés dans notre recherche s'inscrivent également dans cet objectif. Enfin, à la différence des échelles de mesure ou des questions ouvertes liées au rapport de l'individu à l'égard de sa propre mort, le visuel permet de minimiser le risque de rejet immédiat chez le répondant.

Les éléments de mesure mobilisés : les manipulation checks, la question ouverte post-exposition et la mesure de l'humeur

Dans cette expérimentation, une attention particulière a été accordée à la vérification des manipulations des conditions expérimentales. L'une de nos principales contributions méthodologiques est d'avoir vérifié que les visuels mobilisés suscitaient bien des pensées relatives à l'idée de fin de vie, et non à d'autres thématiques et également de s'être assuré qu'ils ne provoquaient pas un rejet immédiat de la part du répondant (par dégoût ou malaise). Trois éléments ont contribué à cet objectif. Tout d'abord, des items ont été formulés afin de créer une échelle de mesure du **degré de saillance de mortalité perçue** identique pour les trois conditions expérimentales. Cette mesure comportait des items portant sur les représentations et rappels associés aux éléments physiques du visuel, ainsi que la connotation émotionnelle perçue du visuel. De plus, des items ont été créés afin de vérifier l'absence **d'effets de confusion** susceptibles de biaiser les résultats observés, et ce,

pour les trois conditions expérimentales distinctes. Le choix de mobiliser des visuels pour créer des conditions de saillance de mortalité rendait le recours à de telles vérifications indispensable. Enfin, pour vérifier une nouvelle fois que les visuels suscitaient bien des pensées conscientes liées à la mort et non à d'autres thématiques, une **question ouverte** a été insérée immédiatement après l'exposition au visuel, demandant au répondant de s'exprimer sur les évocations suscitées par le visuel. A notre connaissance, cette mesure de vérification n'a pas été mobilisée dans les recherches antérieures. Pour autant, son utilisation permet de cerner les pensées conscientes du répondant immédiatement après exposition. Enfin, l'utilisation de cette question ouverte nous a permis de mesurer en même temps les émotions suscitées par le visuel. Cette mesure nous permet de contourner les échelles de mesure classiques verbales et post-exposition qui s'avèrent être approximatives dans la mesure des émotions (Derbaix, 1995). Il est d'ailleurs recommandé d'utiliser une mesure multi-méthodes des réactions affectives pour mieux appréhender les différentes composantes des émotions (Derbaix et Pham, 1989 ; Derbaix et Poncin, 2005) : neurophysiologique et biologique, expressive et expérientielle subjective (Derbaix et Gregory, 2004).

L'une de nos contributions méthodologiques réside également dans la mesure de l'humeur du répondant. Alors que les recherches existantes mobilisent l'échelle de mesure PANAS (Watson et Clark, 1992) à la fois pour créer l'outil de distraction et pour contrôler l'humeur du répondant après exposition à une condition de saillance de mortalité, nous avons fait le choix de conserver cette mesure post-exposition et d'ajouter une mesure de l'humeur pré-exposition, en début de questionnaire. Même si l'insertion des variables liées à l'humeur en tant que variables de contrôle a montré qu'elles n'avaient pas d'effet sur les liens testés, nous pensons que cette mesure pré-exposition est indispensable, dans la mesure où la réponse du répondant à de tels visuels risque d'être biaisée par son humeur du moment (positive ou négative).

L'outil et le délai de distraction

La présence de conditions expérimentales avec et sans distraction est l'une des contributions majeures de cette recherche. En effet, alors que les recherches montrent que les effets de la saillance de mortalité sur les mécanismes de défense cités par la TMT n'existent qu'après un délai de distraction, lorsque les pensées liées à la mort sont en dehors de la conscience mais restent fortement accessibles (Arndt, Greenberg et Cook, 2002 ; Greenberg et al., 2000), la majorité des études mobilisent un délai de distraction après exposition.

Parfois, les études comparent des échantillons avec des délais courts et longs (Martens, Burke, Schimel et Faucher, 2011). Pour autant, peu de recherches ont manipulé un tel facteur, comparant ainsi les effets de la saillance de mortalité sur des échantillons avec et sans délai de distraction, permettant donc de cerner les mécanismes de défense proximaux et distaux.

Le choix des outils statistiques mobilisés pour le test des hypothèses

Sur la base des critiques récentes formulées à l'encontre de la procédure de Baron et Kenny pour le test des médiations (Irwin et McClellan, 2001), nous avons fait le choix d'utiliser la méthode recommandée par Preacher et Hayes (2004). Cette dernière fait l'objet d'un intérêt récent parmi la communauté des chercheurs mais reste pour autant très peu utilisée à ce jour en marketing. Elle offre la possibilité d'avoir des résultats plus robustes via l'utilisation du test de *bootstrap* qui s'avère être plus performant que le test de Sobel recommandé par Baron et Kenny. La même procédure a été utilisée pour le test des effets modérateurs, ce qui nous a permis de conserver la nature des variables modératrices sans passer par la dichotomisation dans le cas de variables modératrices quantitatives. Cette dernière méthode, la discrétisation des variables quantitatives, reste aujourd'hui une pratique courante, notamment dans le cadre de designs expérimentaux (Irwin, 2001 ; Fitzsimons, 2008), mais réduit grandement le pouvoir explicatif des variables modératrices, voire conduit parfois à des résultats faussement significatifs. En particulier, la technique de Johnson-Neyman mobilisée dans cette recherche permet d'avoir accès à une information plus riche et pertinente quant aux effets modérateurs. L'utilisation de la procédure de Preacher et Hayes (2004) constitue selon nous l'une des contributions méthodologiques majeures de notre recherche.

2.3. Les contributions managériales

Les recommandations liées à la création d'une situation de saillance de mortalité

Alors que cette recherche montre que la saillance de mortalité influence les préférences produits, les pensées liées à la mort peuvent être accessibles via le contexte d'exposition, via la création publicitaire elle-même ou via la marque et/ou ses produits publicités. En effet, l'une des principales contributions managériales de cette recherche

réside dans le fait qu'il existe une multitude de situations courantes susceptibles d'activer des pensées liées à la mort qui pourront alors influencer l'attractivité perçue de différents produits.

Par exemple, l'exposition à des images liées à la mort dans les journaux ou tout autre programme télévisé suffirait à influencer de manière inconsciente les préférences produits. Cet élément apporte des indications quant au moment (entre deux programmes télévisés) ou au lieu (magazine spécialisé ou lieux susceptibles de rappeler des idées liées à la mort) privilégiés pour insérer une publicité. De ces éléments découleront également la formulation des arguments de vente les plus pertinents, selon une formulation promotion ou prévention. Liu et Smeesters (2010) ont montré d'ailleurs que les effets d'une saillance de mortalité créé via les media perdurent pendant au minimum 24 heures.

De plus, il est envisageable de proposer aux professionnels de mobiliser, dans la création publicitaire, des visuels ou des scénarii liés à la thématique de la mort pour influencer les comportements de consommation. D'ailleurs, à plusieurs reprises, la thématique de la mort est mobilisée dans les publicités, souvent avec humour, quand bien même les produits ou services mis en évidence n'ont pas de lien avec cette idée. De ce point de vue, les mécanismes de défense mis en évidence dans cette recherche apportent des éléments d'explication de l'influence d'une telle création sur les comportements.

Enfin, certains produits, de par leur nature, créent eux-mêmes des situations de saillance de mortalité. Il peut s'agir par exemple des services d'assurance ou de conventions obsèques. Dans ce cas, le produit publicité suscite lui-même l'accessibilité des pensées liées à la mort, créant ainsi une condition de saillance de mortalité, comme le suggèrent des études telles que celle de Fransen et *al.* (2008). Ainsi, la manipulation des évocations liées à ce type de produit pourrait permettre d'améliorer son attractivité perçue. Il est intéressant de noter que ce mécanisme peut être également appliqué aux marques. En effet, certaines recherches portant sur l'activation automatique de construits (telles que Bargh et Pietromonaco, 1982 ; Higgins et *al.*, 1985) montrent que des signaux environnementaux subtiles peuvent très bien influencer l'accessibilité d'un construit. Ainsi, il serait possible de jouer sur les associations de marques (Aaker, 1991) et les évocations associées à une marque pour susciter l'accessibilité de pensées liées à la mort. Dans la lignée des travaux de Fransen et *al.* (2008), il serait alors envisageable d'étudier le rôle des stimuli marketing (tels que le produit, la marque, le logo) comme créateurs de conditions de la mortalité.

Les recommandations liées au contrôle du degré de la saillance de mortalité dans la création publicitaire

Les résultats de cette recherche montrent qu'il est possible de jouer sur l'intensité de la situation de saillance de mortalité afin de susciter des préférences produits spécifiques. Ceci est d'autant plus envisageable lorsque la saillance de mortalité est créée dans la création publicitaire elle-même. Ainsi, selon les éléments physiques d'une publicité donnée, il est possible de créer une situation plus ou moins forte de rappels de la condition de mortalité, adaptée au produit, au service ou à la marque, pour ensuite formuler des attributs produits efficaces. Même des éléments plus subtils, par exemple via des mots-clés perçus inconsciemment, peuvent alors être manipulés pour influencer les préférences. Il reste néanmoins que de telles manipulations doivent être maniées avec précaution pour des raisons d'ordre éthique et afin d'éviter un potentiel rejet immédiat de la part du consommateur. En effet, une incongruence perçue entre les éléments de la publicité et le produit ou service mis en évidence risquerait de heurter et de provoquer un rejet, plutôt que de créer une accessibilité des pensées liées à la mort.

Profiter des motivations suscitées par la saillance de mortalité dans le cadre de la stratégie marketing

Cette recherche montre également que l'accessibilité des pensées liées à la mort suscite des motivations spécifiques, soit vers l'évitement d'états indésirables et d'affect négatif, soit vers la recherche d'états désirés et d'affect positif. De telles motivations peuvent être utilisées par les managers dans la conception de leur stratégie marketing afin d'optimiser l'attractivité de leurs offres. Par exemple, pour la promotion de catégories de produits liées au plaisir ou au divertissement, qui sont par nature orientées promotion, les managers gagneraient à promouvoir de tels produits en situation de saillance de mortalité faible, car une telle situation suscite des motivations à se faire plaisir. A l'inverse, la promotion de produits orientés prévention par nature, tels que les produits financiers par exemple, mériterait d'être introduite après une situation de saillance de mortalité forte.

Cela pourrait également être utile pour le lancement de nouveaux produits. Alors qu'il a été démontré que des individus orientés promotion sont plus susceptibles d'être attirés par de nouveaux produits (Herzenstein, Posavac et Brakus, 2007), les motivations d'approche provoqués par la saillance de mortalité faible pourraient rendre de telles offres

plus attractives. Une telle situation pourrait également permettre de recruter de nouveaux consommateurs, alors plus ouverts à la nouveauté, à la recherche de variété et au changement en réponse à la saillance de mortalité faible. A l'inverse, en situation de saillance de mortalité forte, les motivations d'évitement étant plus fortes, une telle situation pourrait être l'occasion de fidéliser les consommateurs qui préfèrent avant tout éviter des pertes potentielles liées à un changement de marque. Le programme de fidélité proposé peut ainsi être adapté à la situation donnée.

Développer une stratégie de ciblage efficace

Les résultats montrent également que les individus ne sont pas homogènes dans les réponses à une situation de saillance de mortalité, ce qui nous permet de proposer des recommandations en termes de segmentation et de ciblage de la population. En particulier, trois variables méritent une attention particulière : l'âge chronologique du consommateur, sa tendance d'âge subjectif et son niveau d'anxiété face à la mort.

Ainsi, si le contexte d'exposition peut créer une situation de saillance de mortalité (faible ou forte), tous les individus ne sont pas exposés de la même manière et au même moment à de tels stimuli. En effet, certains programmes télévisés (séries télévisées, journaux ou programmes d'information) s'avèrent plus adaptés à une tranche d'âge plutôt qu'une autre. Les managers mériteraient ainsi à jouer sur ces tranches horaires et ces différents programmes pour insérer des annonces adaptées à la cible visée (seniors ou adultes). La formulation des attributs dans une telle annonce (prévention *versus* promotion) dépendrait alors de la cible visée et de la tranche horaire d'insertion de la publicité. De la même manière, il est possible de jouer sur la variable de tendance d'âge subjectif. Prenons pour exemple la promotion d'un produit cosmétique à destination des femmes seniors pour aider à une apparence plus jeune. Pour ce produit spécifiquement, nos résultats suggèrent aux managers de concevoir deux communications possibles: une publicité orientée promotion à insérer dans un contexte de saillance de mortalité faible afin de cibler les femmes seniors présentant une forte tendance au rajeunissement ; et une publicité orientée prévention à insérer dans un contexte de saillance de mortalité forte afin de cibler les femmes seniors présentant une faible tendance au rajeunissement.

Les considérations éthiques quant à la mise en œuvre des recommandations managériales

Parce qu'elles s'appuient sur la manipulation de la condition de saillance de mortalité, les propositions managériales développées précédemment soulèvent évidemment des considérations éthiques (Urien, 2003). Comme le soulignent Mandel et Heine (1999), la création de situations de saillance de mortalité ou d'anxiété face à la mort à des fins purement commerciales est une pratique discutable et facilement condamnable. Cette pratique reste donc à manipuler avec précaution. Ce problème s'avère évidemment moins important dans le cadre d'une stratégie de marketing social, dont l'objectif serait de susciter une prise de conscience de certains risques ou l'adoption de comportements bénéfiques pour la santé ou moralement bons. Enfin, comme nous l'avons précisé précédemment, les considérations éthiques s'avèrent également moindres lorsqu'il s'agit de s'intéresser à certains produits qui, de par leur nature, créent eux-mêmes des situations de saillance de mortalité, comme par exemple les services d'assurance ou de conventions obsèques (Fransen *et al.*, 2008).

3. Les limites et voies futures de recherche

Ce travail doctoral comporte un certain nombre de limites qui ouvrent la voie à de nouvelles perspectives de recherche. Dans la suite, nous présentons les limites théoriques et méthodologiques, pour ensuite proposer pour chacune des voies futures de recherche dans le domaine de la TMT.

3.1. Les limites théoriques et les voies futures de recherche

L'évincement de certaines variables du cadre conceptuel

Alors que nous avons proposé un cadre conceptuel intégrateur à l'issue de la présentation de la revue de littérature, nous avons fait le choix d'évincer certaines variables du cadre conceptuel, notamment les besoins expérientiels (besoin d'émotion, besoin de satisfaction et besoin d'accomplissement) et les besoins existentiels (besoin de contrôle et besoin de sens). Ces deux blocs ont été envisagés comme variables médiatrices expliquant le recours respectivement à une stratégie d'approche et une stratégie d'évitement. Ce choix

s'explique par une volonté d'alléger le modèle et de se concentrer sur des mécanismes de défense inexplorés à ce jour dans les recherches sur la TMT. Pour autant, il aurait été intéressant de mieux comprendre les besoins suscités par la saillance de mortalité, et donc, les antécédents qui poussent à l'adoption d'une stratégie plutôt qu'une autre. Le modèle intégrateur proposé ouvre ainsi la voie à des recherches complémentaires sur les besoins suscités par la saillance de mortalité.

Le choix de la variable dépendante mobilisée

Nous avons fait délibérément le choix de ne prendre en considération qu'une seule variable liée aux préférences produits. Il s'agit donc uniquement du degré d'attractivité perçue d'un produit. Cette unique mesure comporte des limites, dans le sens où les préférences peuvent très bien évoluer au cours du temps (d'autant plus que cette recherche présente les effets dans une situation donnée) et tarder à influencer les comportements d'achat. Ainsi, il aurait été envisageable de compléter une telle étude par d'autres variables liées à l'attitude et au comportement, telles que l'intention d'achat, le montant dépensé envisagé ou la quantité souhaitée. D'autres variables liées au traitement de l'information mériteraient également d'être prises en compte, comme le temps de réponse en situation de saillance de mortalité *versus* en groupe de contrôle, ou encore l'activité cognitive du cerveau parmi les conditions expérimentales.

De la même manière, nous avons fait le choix de mesurer les préférences pour des produits plutôt utilitaires et de consommation courante. Il pourrait être intéressant d'adapter notre modèle à des catégories de produits plus spécifiques, voire directement liés à la thématique de la mort, pour tester les effets de la saillance de mortalité. Par exemple, il a été démontré que les produits financiers étaient associés à une consommation future et à une orientation prévention (Zhou et Pham, 2004). Une future recherche pourrait étudier si la situation de saillance de mortalité (faible ou forte) ne pourrait pas venir inverser un tel effet.

La pertinence des mécanismes de défense mis en évidence

Cette recherche présente deux processus en réponse à une situation de saillance de mortalité : une stratégie d'évitement et une stratégie d'approche. Il a bien été précisé que ces processus étaient indépendants, de sorte que l'utilisation de l'un n'exclut pas la présence de l'autre. Pour autant, la situation de saillance de mortalité rend plus saillant un mécanisme

plutôt qu'un autre. A travers cette dichotomie approche *versus* évitement, cette recherche n'a cependant pas la prétention d'avoir cerné l'ensemble des mécanismes de défense possibles. Afin de cerner les multiples réponses potentielles, il serait intéressant de compléter ces résultats en insérant d'autres mesures de mécanismes de défense. D'ailleurs, selon Brauer (2000), il existerait deux raisons possibles à une médiation partielle : (1) il y a réellement une médiation partielle effective ; (2) il existe une médiation complète, mais celle-ci peut passer par plusieurs variables médiatrices et certaines ne sont pas prises en compte dans le modèle, ce qui pourrait être le cas ici. Cette recherche ouvre également la voie vers des études plus complexes permettant de rendre compte de la façon dont plusieurs stratégies peuvent être utilisées pour atteindre des buts spécifiques (Markman et Brendl, 2000).

Les variables modératrices considérées

Les variables individuelles modératrices ont été choisies en fonction des résultats des études antérieures, de notre étude qualitative exploratoire et de leur pertinence quant à l'objet de recherche étudié. Il est indéniable que d'autres variables individuelles auraient pu être considérées, comme le besoin d'émotion, le besoin de cognition, le niveau optimal de stimulation ou encore le sentiment d'efficacité personnelle. Il aurait été également intéressant d'inclure une mesure de perception de l'idée de mort pour établir un lien potentiel entre la saillance de mortalité, la façon dont est perçue cette idée (menace ou défi) et les effets sur les comportements. Enfin, alors que nous avons vu que la thématique de la mort est directement liée à la conscience de soi, il serait intéressant d'insérer une mesure de la façon dont l'individu se perçoit (*self concept*) afin de tester ses effets potentiels sur le traitement de l'information (Aaker et Williams, 1998 ; Gardner et *al.*, 1999), et plus spécifiquement sur les réponses à la saillance de mortalité.

De plus, parmi les variables modératrices considérées, certaines mériteraient d'être approfondies. Par exemple, alors que l'âge chronologique a été considéré comme une variable modératrice centrale prenant en compte deux tranches d'âge, à savoir les 40-59 ans et les 60-79 ans, il n'en reste pas moins qu'il pourrait exister des différences individuelles à l'intérieur de chacune de ces classes. La cible des seniors s'avère en effet être une cible relativement complexe, devant affronter un certain nombre de difficultés liées au vieillissement, et ce à des âges variables. Concernant l'effet de l'âge chronologique, il pourrait également être envisagé de mener une étude longitudinale de long terme, plus complexe, afin de s'assurer que les différences liées à l'âge soient bien le résultat de

changements développementaux au cours de l'existence, et ne sont pas liés aux caractéristiques de l'échantillon. L'anxiété face à la mort, également été introduite comme variable modératrice, a été conceptualisée en tant que variable unidimensionnelle. Pour autant, de nombreuses recherches définissent l'anxiété face à la mort comme un construit multidimensionnel (Benton, Christopher et Walter, 2007 ; Cicirelli, 2006). En particulier, la dimension cognitive de ce construit pourrait être introduite dans notre modèle, mobilisant ainsi diverses notions, comme les croyances sur le processus qui mène à la mort, les pensées liées à l'état du corps mort, les pensées liées à l'entourage, les pensées liées à la mort prématurée etc. (DePaola, Griffin, Young et Neimeyer, 2003 ; Neimeyer, 1994). Enfin, la discussion des résultats a été l'occasion de nous interroger sur la pertinence de mobiliser les variables d'estime de soi et d'externalité adaptées à des domaines bien spécifiques, plutôt qu'à des domaines généraux.

3.2. Les limites méthodologiques et les voies futures de recherche

Le choix d'étudier trois conditions expérimentales et leur opérationnalisation

Dans cette recherche, nous avons fait le choix d'étudier deux intensités distinctes de saillance de mortalité, faible ou subtile et forte, à l'image de nombreuses recherches antérieures liées à la TMT. Cependant, il peut être envisageable de créer trois niveaux d'intensité, faible, moyen et fort, afin de tester une éventuelle relation curvilinéaire de la saillance de mortalité sur les préférences produits. Ici, cette idée a été abandonnée du fait de la complexité dans sa mise en œuvre.

De plus, le groupe de contrôle mobilisé utilise un affect négatif (la douleur dentaire) pour assurer une comparaison plus pertinente entre les conditions expérimentales. Pour autant, deux limites à ce choix peuvent être évoquées. D'une part, la thématique choisie de la douleur dentaire peut être perçue différemment par les individus des deux tranches d'âge considérées. D'autre part, cette méthodologie utilisée ne nous permet pas de juger de la spécificité qualitative ou quantitative de la thématique de la mort par rapport à d'autres thématiques menaçantes à susciter des mécanismes de défense. Pour juger de cela, il aurait fallu avoir deux conditions de contrôle : une condition de contrôle associée à un affect négatif (comme c'est le cas ici) et une condition de contrôle neutre. De cette manière, si les effets observés sur les mécanismes de défense s'avèrent plus faibles pour les groupes de contrôle d'affect négatif que pour les groupes de contrôle neutre, cela signifie que la

spécificité de la mort est principalement d'ordre quantitatif (en suscitant plus d'affect négatif), et non d'ordre qualitatif (la mort étant une version extrême de la condition menaçante). En revanche, s'il n'y a pas de différence significative dans les mécanismes de défense observés, cela suggère que la thématique de la mort et ses effets sur les comportements sont uniques qualitativement, en comparaison à d'autres menaces potentielles. D'autres menaces mériteraient d'être testées, telles que la menace liée au sens, à l'absurdité, à l'isolement, à la solitude ou à la liberté (Yalom, 1980).

Il est à noter également que le fait d'avoir utilisé trois images différentes pour les trois conditions expérimentales, et non d'avoir manipulé une seule et même image constitue une limite méthodologique à notre recherche.

Les limites liés aux outils de mesure

Une première limite liée aux outils de mesure porte sur la mesure du degré de saillance de mortalité perçue. En effet, malgré nos efforts pour créer des items permettant de mesurer ce construit, c'est-à-dire la capacité d'un stimulus à susciter des rappels de l'échéance finale, il n'en reste pas moins qu'une échelle de mesure mériterait d'être développée via les différentes étapes du paradigme de Churchill (1979).

De plus, la TMT suggère que la cause principale de la mise en oeuvre des mécanismes de défense serait la réduction de l'anxiété existentielle ressentie. Un certain nombre de résultats ont d'ailleurs été expliqués au regard de cet objectif premier. Pourtant, dans cette recherche, aucun outil nous permettant de mesurer la motivation à réguler l'anxiété ressentie n'a été inséré. Il serait donc envisageable, dans le cadre d'une recherche future, d'insérer post-exposition une mesure permettant d'évaluer la tendance de la saillance de mortalité à susciter une volonté de s'engager dans un processus d'autorégulation de l'anxiété situationnelle.

La durée de l'outil de distraction post-exposition

La nécessité d'inclure un délai de distraction post-exposition pose également un autre problème méthodologique. La principale question qui est en jeu ici est liée à la durée de ce délai. En effet, alors que certaines recherches montrent que le délai permet de placer les pensées liées à la mort en dehors de l'attention focale (Greenberg, Pyszczynski, Solomon, Simon et Breus, 1994), d'autres montrent bien que les effets de la saillance de mortalité semblent être plus forts lorsque ce même délai est plus long (Burke, Martens et Faucher,

2010). Ainsi, la majorité des études, soit 67,7%, mobilise un seul outil de distraction, alors que 22,4% en mobilisent deux. Notre choix de mobiliser deux éléments de distraction se justifie par notre cible d'étude. Pourtant, ce choix mériterait d'être mis à l'épreuve empiriquement, en comparant des échantillons avec divers délais de distraction. A notre connaissance, aucune recherche n'a testé un potentiel effet curvilinéaire entre la durée du délai de distraction et le niveau des effets de la saillance de mortalité.

Les limites liés à la validité externe de la recherche

Cette recherche comporte également des limites liées à la possibilité de généraliser les résultats. Tout d'abord, comme précisé précédemment, le nombre de catégories de produits considérées dans cette recherche reste limité et les catégories choisies sont de nature utilitaires. Les résultats observés ne peuvent donc être généralisés à tous types de produits. Il serait intéressant de les compléter avec d'autres catégories de produits peut être plus impliquantes (comme les produits financiers, les produits de luxe).

De plus, le choix d'utiliser des visuels pour créer des conditions de saillance de mortalité, bien que justifié par souci de réalisme et de crédibilité, constitue une limite à la généralisation des résultats. En effet, des stimuli textuels, comme de simples articles journalistiques, peuvent très bien créer des situations de saillance de mortalité. Ainsi, le modèle mériterait d'être testé via des stimuli de nature différente afin d'assurer une généralisation des résultats.

Enfin, il est important de noter que notre population totale n'était pas homogène en termes de CSP ni de sexe, ce qui est susceptible de nuire à la validité externe de cette recherche. De plus, elle a été menée au sein d'un seul contexte culturel, tout en contrôlant l'effet potentiel de la religiosité. Or, il est indéniable que les orientations culturelles religieuses influencent la façon de concevoir la vie et l'expérience de l'anxiété face à la mort (Morrow, 2007 ; Zeyrek, 2006). Les recherches montrent également qu'au sein d'une société individualiste, les individus accordent plus d'importance aux buts orientés promotion (Aaker et Lee, 2001). Il serait ainsi intéressant de multiplier cette étude au sein de plusieurs contextes culturels, ou au moins dans des contextes culturels divers selon le niveau d'individualisme et de collectivisme, afin de mettre à l'épreuve les mécanismes de défense en situation de saillance de mortalité.

Conclusion de la section 4

Cette dernière section a été l'occasion de discuter les résultats empiriques obtenus présentés dans la section précédente et d'aborder les contributions de ce travail doctoral, ses limites et voies futures de recherche qui y sont liées.

La discussion des résultats a permis d'appréhender d'une part l'apport des rappels de la mortalité dans la compréhension des préférences en consommation, et d'autre part, la pertinence de la manipulation de l'intensité de tels rappels pour susciter des préférences spécifiques. Ce travail doctoral a permis de montrer que, selon son intensité, la saillance de mortalité suscite deux mécanismes de défense possibles. La discussion a porté également sur les différences individuelles dans ces mécanismes mis en œuvre, montrant ainsi que l'intensité de la situation (faible ou forte) joue un rôle majeur dans la sensibilité de l'individu à son égard.

Cette section a permis également de discuter des contributions de cette recherche, à la fois théoriques, méthodologiques et managériales. Cette recherche contribue grandement à la littérature existante en envisageant deux mécanismes de défense distincts et indépendants en réponse à la saillance de mortalité. L'utilisation de visuels ouvre également la voie vers de nouvelles méthodologies pour créer une condition de saillance de mortalité et vers des contributions managériales intéressantes, notamment dans le domaine de la communication.

Enfin, si ce travail doctoral présente des limites théoriques et méthodologiques, il ouvre aussi la voie vers de nombreuses perspectives de recherche future.

Conclusion du chapitre 6

Le chapitre 6 a permis de présenter l'ensemble des résultats de l'étude expérimentale et de les discuter au regard de la littérature existante à ce jour. Les résultats obtenus ont permis en particulier de ne pas rejeter les hypothèses principales de cette recherche, relatives aux liens directs et indirects de la saillance de mortalité sur les préférences produits promotion versus prévention. Ils viennent confirmer l'existence de deux mécanismes de indépendants et distincts en réponse à une situation de saillance de mortalité à travers l'adoption d'un cadrage situationnel spécifique selon l'intensité de la saillance de mortalité. Les tests des liens modérateurs ont montré également que l'effet des variables individuelles était fortement dépendant de la manipulation de l'intensité de la saillance de mortalité. La discussion de ces résultats a permis de souligner l'importance de l'opérationnalisation de la situation de saillance de mortalité dans la capacité à éveiller des motivations et des préférences distinctes.

L'étude de l'effet de la saillance de mortalité a donné lieu à de nombreuses contributions théoriques et managériales. De même, l'ensemble des choix opérés dans cette recherche ont permis de mettre en évidence des contributions méthodologiques majeures, notamment liées à la manipulation de la saillance de mortalité, aux outils de mesure et aux procédures statistiques mobilisés.

Enfin, ce dernier chapitre a permis de préciser les limites inhérentes à cette recherche, pour en déduire de nouvelles pistes de recherche futures quant à l'étude de l'influence de la saillance de mortalité sur les comportements conscients et inconscients.

CONCLUSION GENERALE

« *If we don't know death, how can we know life ?* »

Wong (2010)

Le contexte innovant de la recherche

Alors que la TMT a vu le jour il y a presque 30 ans (Greenberg, Pyszczynski et Solomon, 1986), de nombreuses études ont été menées dans le domaine de la psychologie afin de rendre compte de la façon dont la peur de la mort est fondamentalement ancrée dans la nature humaine, ainsi que la prédisposition de l'homme à éviter les menaces pouvant porter atteinte à son immortalité. La TMT se fonde sur les travaux de Becker (1973), qui lui-même a adopté une approche pluridisciplinaire, considérant les apports de Freud, Rank, Nietzsche, Kierkegaard et Darwin pour présenter les fondements motivationnels du comportement humain. La mort s'avère être un processus complexe et dynamique, qui implique des éléments à la fois biologiques, psychologiques, spirituels, sociétaux et culturels. Cependant, la littérature existante à ce jour sur la TMT reste modeste et peine à mobiliser ces apports interdisciplinaires en vue d'une meilleure compréhension des comportements. De la même manière, le concept central de cette recherche, à savoir la saillance de mortalité, mobilisé par la TMT, a fait l'objet récemment d'une attention particulière. Cependant, les travaux ont une portée essentiellement conceptuelle (Arndt et *al.*, 2004; Maheswaran et Agrawal, 2004). Les études empiriques portant sur l'effet de la saillance de mortalité sur le comportement du consommateur sont assez récentes (Ferraro et *al.*, 2005 ; Heine et *al.*, 2002 ; Jonas et *al.*, 2005 ; Kasser et Sheldon, 2000 ; Mandel et Smeesters, 2007), mais ont ouvert la voie vers de nouvelles perspectives de recherche axées sur les processus motivationnels et les types de comportements en réponse aux rappels de la perspective de fin de vie. Pour autant, aucune recherche n'a développé un cadre intégrateur intégrant la saillance de mortalité, les processus d'autorégulation mis en œuvre et les comportements permettant de faire face à l'anxiété existentielle potentielle.

De plus, la façon dont les individus appréhendent l'idée de leur propre mort et font face à la peur de la mort semble être d'un intérêt majeur pour les managers dans la mesure où les rappels de la mortalité sont relativement nombreux dans la vie quotidienne. La façon d'appréhender la mort détermine la façon de considérer la vie et d'utiliser ce temps de vie

(Neimeyer, 2005 ; Tomer et Eliason, 2006). Alors que la perspective de fin de vie comme événement destinal peut être perçue comme la destruction des réussites et aspirations, elle peut au contraire être considérée comme la condition d'une vie significative (Wong, 1999). Ainsi, dans une perspective managériale, au-delà de la simple considération de l'âge chronologique et de l'avancée en âge comme variable de segmentation, les représentations individuelles de la mort et les attitudes à l'égard de la mort peuvent être des indicateurs pertinents et innovants dans la compréhension des comportements, et en particulier des comportements de consommation.

C'est dans un tel contexte que s'est inscrit ce travail doctoral. Nous avons ainsi souhaité compléter la littérature existante sur la TMT afin de mieux comprendre les réponses à une situation de saillance de mortalité ainsi que les mécanismes de défense mis en œuvre. Nous avons également cherché à déterminer si les préférences produits en consommation étaient susceptibles d'évoluer selon l'exposition à la situation de saillance de mortalité afin d'aider les professionnels dans la définition de leurs stratégies marketing et en particulier de leurs stratégies de communication. Au regard des résultats et des contributions de ce travail, nous pensons avoir atteint ces objectifs.

Le résumé de la recherche

Alors que la thématique de la mort reste peu étudiée à ce jour, une approche pluridisciplinaire a été adoptée afin d'aboutir à une meilleure compréhension du phénomène à la fois individuel et social qu'est la mort. Dans cet objectif, les apports de la biologie, de l'anthropologie, de la psychanalyse et de la philosophie ont été présentés et ont permis de montrer que selon le sens et la représentation de la mort, elle peut être alors plus ou moins redoutée et source d'anxiété. Les éléments conceptuels ainsi présentés ont permis alors d'introduire et de mieux comprendre le concept central de saillance de mortalité, très peu étudié à ce jour dans la littérature française en marketing. Définie dans cette recherche comme une situation de rappel de la perspective de fin de vie selon sa dimension cognitive et sa dimension physique, la saillance de mortalité fait appel à la capacité d'autorégulation de l'individu en suscitant de façon situationnelle une priorisation de ses objectifs en vue d'une meilleure gestion des émotions, notamment dans un objectif défensif de réduction de l'anxiété selon la TMT. Sur la base des limites inhérentes aux résultats des études antérieures et des apports des théories de la motivation, une nouvelle piste de recherche a été proposée, fondée notamment sur la coexistence de deux processus indépendants en réponse à la

saillance de mortalité : une stratégie d'évitement axée sur la défense de soi et une stratégie d'approche axée sur la croissance de soi.

Afin d'appréhender la pertinence de cette piste de recherche, une étude qualitative exploratoire a été mise en œuvre. Elle a permis ainsi de mettre en évidence les besoins existentiels et expérientiels suscités par les rappels de la mortalité, ainsi que leur influence sur les comportements orientés vers la recherche de plaisir, de satisfaction de soi et l'atteinte d'états désirés. De l'examen de la littérature et des résultats de l'étude qualitative, un cadre conceptuel intégrateur a été proposé portant sur l'effet de la saillance de mortalité sur les besoins suscités, les stratégies mobilisées et les préférences produits promotion versus prévention. Une fois les choix opérés quant à la non prise en compte de certaines variables, les hypothèses associées au cadre conceptuel ont été rédigées et portaient sur :

- les effets direct et indirect de la saillance de mortalité sur les préférences produits promotion versus prévention ;
- les effets modérateurs de certaines variables individuelles.

Afin de mettre à l'épreuve ce cadre conceptuel et ses hypothèses, une expérimentation a été mise en place. Dans ce cadre, nous avons fait le choix de créer la situation de saillance de mortalité à l'aide de visuels, et non de questions ouvertes, afin de minimiser le rejet potentiel de la part du répondant et d'assurer une crédibilité et un réalisme dans les conditions d'exposition. L'enquête finale a été précédée de deux pré-tests quantitatifs successifs qui avaient pour objectif de valider le choix des visuels permettant de créer la situation de saillance de mortalité et le choix des outils de mesure mobilisés. L'expérimentation finale a été réalisée en ligne auprès de 360 individus des deux tranches d'âge étudiées, à savoir les 40-59 ans et les 60-79 ans. Deux facteurs ont été manipulés : l'intensité de la saillance de mortalité (faible et forte) et la présence ou non d'un élément de distraction après exposition à la saillance de mortalité. Un groupe de contrôle a également été créé. Un plan d'expérience rigoureux a ainsi été mis en place, composé de douze cellules expérimentales, soit 30 individus par cellule. Une attention particulière a été accordée à la vérification des manipulations des conditions expérimentales et à l'effet potentiel des effets de confusion. Enfin, les tests des hypothèses ont été réalisés grâce au logiciel SPSS.

La réponse à la problématique

L'objectif de ce travail doctoral était donc de répondre à la problématique suivante : dans quelle mesure la situation de saillance de mortalité est-elle susceptible d'influencer le

cadrage situationnel en consommation et les préférences produits ? Dans ce cadre, les résultats obtenus ont permis d'apporter plusieurs éléments de réponse :

- Il existe des préférences produits distinctes en réponse à la saillance de mortalité en comparaison au groupe de contrôle, de sorte que la manipulation de l'intensité de la saillance de mortalité influence l'attractivité de certains produits présentés comme promotion versus prévention.
- Les résultats confirment également l'existence de deux mécanismes de défense indépendants (à savoir le cadrage situationnel) en réponse à la saillance de mortalité après l'élément de distraction : la stratégie d'évitement et la stratégie d'approche. En manipulant l'intensité de la saillance de mortalité, il est possible de susciter l'adoption de l'une des deux stratégies. Les données empiriques confirment alors leur rôle de médiateurs partiels dans la relation entre la saillance de mortalité et les préférences produits promotion versus prévention.
- Parmi des adultes de plus de 40 ans, l'âge chronologique est une variable individuelle centrale qui permet de distinguer les individus dans la façon d'appréhender et de répondre à la saillance de mortalité, à savoir dans les stratégies mobilisées (évitement versus approche) et dans les préférences produits suscitées (prévention versus promotion).
- Les effets modérateurs de la tendance d'âge subjectif, l'estime de soi positive, l'externalité et l'anxiété face à la mort sur l'adoption d'une stratégie spécifique en réponse à la saillance de mortalité semblent dépendre de l'intensité de la saillance de mortalité et ne sont donc pas vérifiés pour les deux intensités créées (faible et forte). On pourrait alors supposer que de telles variables individuelles révèlent une sensibilité plus ou moins forte à l'égard de l'intensité des rappels de l'idée de fin de vie.

Vers de nouvelles perspectives de recherche

« A change came over me which I believe is irreversible. Questions of prestige, of political success, of financial status, became all at once unimportant. In the first hours, when I realized I had a cancer, I never thought of my seat on the Senate, of my bank account, or of

the destiny of the free world... In their stead has come a new appreciation of things I once took for granted » (p. 35)

Yalom (*Existential Psychotherapy*, 1980)

Il est indéniable que la TMT a l'avantage d'apporter une explication conceptuelle quant à la nature et la fonction de la culture et de l'estime de soi, expliquant ainsi ce que d'autres théories sociales psychologiques abordent comme étant le point de départ de leurs analyses. Sans remettre en cause ces deux mécanismes de défense largement étudiés dans la recherche antérieure, ce travail ouvre la voie, selon nous, à de nouvelles perspectives de recherche jusque-là inexploitées.

Les théories de la motivation mobilisées ici en complément de la TMT, et en particulier la SDT, ont permis d'envisager différentes façons dont les individus font face à l'anxiété existentielle et quels vont être les buts prioritaires poursuivis en situation de saillance de mortalité. Cette recherche permet en particulier d'approfondir le mécanisme de valorisation de l'estime de soi. Notre travail suggère en effet que la stratégie d'approche mobilisée dans un objectif de croissance de soi ouvre la voie vers un nouveau moyen pour l'homme de se sentir bien et de valoriser l'estime de soi, afin d'affronter la perspective de l'inévitabilité de la mort. Ainsi, le système de valeurs intrinsèques est envisagé ici comme une protection contre l'anxiété existentielle. Ce travail doctoral permet donc de proposer d'autres outils, plus intrinsèques qu'extrinsèques, pour maintenir une image de soi favorable et se protéger ainsi de la conscience de la mort. Il serait alors possible d'envisager un bouleversement du système de valeurs, des valeurs extrinsèques vers des valeurs intrinsèques, au fur et à mesure de l'avancée en âge ou face à la maladie par exemple.

De la même manière, en proposant un nouveau mécanisme de défense axé sur la croissance de soi, cette recherche ouvre la voie à une étude plus approfondie de l'attention réceptive en jeu en situation de saillance de mortalité qui pourrait permettre d'atténuer des réponses à la menace exclusivement défensives. Cela permet alors d'introduire une autre forme de conscience de soi, plus globale et intégrante, définie par Ryan (1995) comme un intérêt non discriminatoire pour ce qui apparaît à la fois en interne et en externe et qui favorise la synthèse, l'organisation et l'intégration des informations dans le fonctionnement. C'est cette forme de conscience de soi qui semble être à l'œuvre dans le mécanisme de croissance de soi : elle permet à l'individu d'appréhender les situations avec une forme d'ouverture, lui permettant d'avoir une perception exacte de la réalité, sans distorsion ou évitement immédiat, comme cela peut être le cas pour l'usage d'une stratégie d'évitement.

Lorsque les individus maintiennent une attention ouverte et centrée sur le présent, ils répondent de façon moins défensive à la menace. Cette conscience suggère un mode exploratoire de traitement de l'information plus ouvert permettant de faciliter l'autorégulation et le bien-être psychologique.

Enfin, les deux mécanismes mis en évidence permettent également d'aller plus loin dans la compréhension des motivations qui guident les comportements. Les deux processus peuvent en effet être expliqués par des motivations susceptibles d'opérer à différents niveaux d'abstraction. A un niveau plus concret, l'individu peut chercher à atteindre des buts contextuels : cela peut être l'évitement d'affect négatif ou la recherche de bénéfices ou d'un affect positif. A un niveau plus abstrait, l'individu peut chercher à atteindre des buts dits supérieurs : cela peut être la réduction d'une anxiété existentielle trop forte ou la valorisation de l'estime de soi. Selon le niveau d'abstraction étudié, la motivation répond à des fonctions fondamentales distinctes qui semblent pour autant être liées entre elles. Ce travail doctoral ouvre ainsi la voie à une exploration plus approfondie de la motivation humaine face à la perspective de fin de vie selon différents niveaux d'abstraction et d'aspiration.

Bibliographie

A

- Aaker D.A. (1991)**, *Managing Brand Equity*, New York : Free Press.
- Aaker J. et Lee A. (2001)**, I seek pleasures, we avoid pains : the role of self regulatory goals in information processing of persuasion, *Journal of Consumer Research*, 28, 33-49.
- Aaker J.L. et Williams P. (1998)**, Empathy versus pride : the influence of emotional appeals across cultures, *Journal of Consumer Research*, 25, 241-261.
- Abric J.C. (1987)**, *Coopération, compétition et représentations sociales*, Cousset, Delval.
- Ahmad R. (2003)**, Benefit segmentation : a potentially useful technique of segmenting and targeting older consumers, *International Journal of Market Research*, 45, 3, 373-88.
- Aiken L.S. et West S.G. (1991)**, *Multiple Regression : testing and interpreting interactions*. Newbury Park, CA : Sage Publications.
- Alain (1925)**, *Propos sur le bonheur*, Folio Essais.
- Alaphilippe D. et Chasseigne G. (1993)**, Construction d'une échelle de représentation du contrôle chez les personnes âgées, *L'année psychologique*, 3, 269-282.
- Allport G.W. (1935)**, *Attitudes, Handbook of Social Psychology*, 798-844, Worcester, MA : Calrk University Press.
- Alvarado K.A., Templer D.I., Bresler C. et Thomas-Dobson S. (1995)**, The relationship of religious variables to death depression and death anxiety, *Journal of Clinical Psychology*, 51, 202-204.
- Amine A. et Forgues B. (1993)**, Vers une mesure de la désirabilité sociale dans les réponses aux questionnaires, *Actes de l'Association Française du Marketing*, 9, Marseilles, 109-128.
- Andreani J.C. et Conchon F. (2005)**, Les méthodes d'évaluation de la validité des enquêtes qualitatives en marketing, *3^{ème} Congrès sur les Tendances du Marketing en Europe*, Venise, 28-29 Novembre.
- Andrews F.M. et Withey S.B. (1976)**, *Social indicators of well-being : AMERICA's perceptions of life quality*, New York : Plenum.
- Antoine F. (1993)**, *Mourir au JT : Les cadavres exquis de l'information télévisée*, 45-64 ; in : Lits M., dir., *La peur, la mort et les médias*, Bruxelles, Ed. Vie ouvrière.
- Ariès P. (1975)**, *Essais sur l'histoire de la mort en Occident*, Seuil, Reed « Points histoire ».
- Ariès P. (1977)**, *L'homme devant la mort*, Seuil.
- Arndt J., Allen J.J.B. et Greenberg J. (2001)**, Traces of terror : subliminal death primes and facial electromyographic indices of affect, *Motivation and Emotion*, 25, 253-277.
- Arndt J., Cook A. et Routledge C. (2004)**, The blueprint of terror management: Understanding the cognitive architecture of psychological defense against the awareness of death. In: Greenberg J, Koole SL, Pyszczynski T, editors. *Handbook of experimental existential psychology*. New York: Guilford Press, pp. 35-53

- Arndt J., Greenberg J. et Cook A. (2002)**, Mortality salience and the spreading activation of worldview-relevant constructs : Exploring the cognitive architecture of terror management, *Journal of Experimental Psychology : General*, 131, 307-324.
- Arndt J., Greenberg J., Pyszczynski T. et Solomon S. (1997)**, Subliminal exposure to death-related stimuli increases defense of the structural worldview, *Psychological Science*, 8, 379-385.
- Arndt J., Greenberg J., Solomon S., Pyszczynski T. et Simon L. (1997)**, Suppression, accessibility of death-related thoughts, and cultural worldview defense : exploring the psychodynamics of terror management, *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 5-18.
- Arndt J. et Solomon S. (2003)**, The Control of death and the death of control: The effects of mortality salience, neuroticism and worldview threat on the desire for control, *Journal of Research in Personality*, 37, 1-22.
- Arndt J., Schimel J. et Goldenberg J.L. (2003)**, Death can be good for your health : fitness intentions as a proximal and distal defense against mortality salience, *Journal of Applied Social Psychology*, 33, 8, 1726-1746.
- Arndt J., Solomon S., Kasser T. et Sheldon K.M. (2004)**, The urge to splurge revisited : further reflections on applying terror management theory to materialism and consumer behavior, *Journal of Consumer Psychology*, 14, 3, 225-29.
- Arndt J., Lieberman J.D., Cook A.L. et Solomon S. (2005)**, Terror Management in the Courtroom : Exploring the Effects of Mortality Salience on Legal Decision Making, *Psychology, Public Policy and Law*, 11, 3, 407-438.
- Aron A., Aron E.N. et Norman C. (2001)**, The Self Expansion Model of Motivation and Cognition in Close Relationships and Beyond, In M. Clark & G. Fletcher (Eds.), *Blackwell Handbook in Social Psychology*, Vol 2, *Interpersonal Processes*, 478-501, Oxford : Blackwell.
- Ashby F.G., Isen A.M. et Turken A.U. (1999)**, A Neuropsychological Theory of Positive Affect and its Influence on Cognition, *Psychological Review*, 106, 529-550.
- Ashford S.J., Blatt R. et Van de Walle D. (2003)**, Reflections on the looking glass: a review of research on feedback-seeking behaviour in organizations, *Journal of Management*, 29, 773-799.
- Atalay A.S. (2007)**, Mortality Salience and Consumer Risk Taking : Striving for Personal Control and Self-esteem, Thesis in Business Administration, The Pennsylvania State University.
- Atalay, A.S. et Türe M. (2009)**, Should I Keep or Should I Give: The Effects of Mortality Salience on Disposing, Working Paper Session, *35th Annual Meeting of the Association for Consumer Research*, San Francisco.
- Atchley R.C. (1993)**, A Continuity Theory of Normal Aging, *The Gerontologist*, 29, 183-190.
- Atkinson J.W. (1964)**, *An Introduction to Motivation*, Princeton, NJ : Van Nostrand.
- Atkinson J.W. et Litwin G.H. (1960)**, Achievement motive and test anxiety as motive to approach success and motive to avoid failure, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 60, 52-63.

Avnet T. et Higgins E.T. (2006), How regulatory fit affects value in consumer choices and opinions, *Journal of Marketing Research*, 43, 1, 1-10.

B

Bachelard G. (1949), *Le rationalisme appliqué*, PUF, Paris.

Baldwin M.W. et Wesley R. (1996), Effects of existential anxiety and self-esteem on the perception of others, *Basic and Applied Social Psychology*, 18, 75-95.

Baltes P.B. (1997), On the incomplete architecture of human ontogeny : selection, optimization and compensation as foundation of developmental theory, *American Psychologist*, 52, 366-380.

Baltes P.B. et Baltes M.M. (1990), psychological perspectives on successful aging : the model of selective optimization with compensation. In P.B Baltes & M.M. Baltes (Eds.), *Successful Aging : Perspectives from the Behavioral Sciences* (pp. 1-34-. New York : Cambridge University Press.

Baltes P.B. et Carstensen L.L. (1996), The process of successful ageing, *Ageing and Society*, 16, 397-422.

Bandura A. (1977), *Social learning Theory*, New York ; General Learning Press.

Bandura A. (1986), *Social Foundations of Thought and Action : A Social Cognitive Theory*, Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.

Barak B. (1987), Cognitive age: A new multidimensional approach to measuring age identity, *International Journal of Aging and Human Development*, 25, 2, 109-128.

Barak B. et Schiffman L.G. (1981), Cognitive age : a nonchronological age variable, in *Advances in Consumer Research*, 7, J. Olson, ed. Ann Arbor, MI : Association for Consumer Research, 602-606.

Bardin L. (1977, 2000, 2003), *L'analyse de contenu*, PUF, Paris.

Bardin L. (2007), *L'analyse de contenu*, Presses Universitaires de France, PUF, Quadrige Manuels, Paris.

Bargh J.A. (2002), Losing consciousness : automatic influences on consumer judgement, behavior and motivation, *Journal of Consumer Research*, 29, 280-285.

Bargh J.A., Chen M. et Burrows L. (1996), Automaticity of social behavior : direct effects of trait construct and stereotype activation on action, *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 230-244.

Bargh J.A. et Chartrand T. (1999), The unbearable automaticity of being, *American Psychologist*, 54, 462-476.

Bargh J.A. et Pietromonaco P. (1982), Automatic information processing and social perception : the influence of trait information presented outside of conscious awareness on impression formation, *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 3, 437-449.

Baron R.M. et Kenny D.A. (1986), The moderator-mediator variable distinction in social psychological research : conceptual, strategic and statistical considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 6, 1173-82.

- Barnhoer T., Duggan D.S. et Griffith J. (2011)**, Dispositional mindfulness moderates the relation between neuroticism and depressive symptoms, *Personality and Individual Differences*, 51, 958-962.
- Barone M. et Gajewska M. (2006)**, *La mort et après*, Le Portique, 2.
- Barrau A. (1994)**, *Mort à jouer, mort à déjouer*, Socio-anthropologie du mal de mort, Préface Louis-Vincent Thomas, Paris, PUF, Sociologie d'aujourd'hui, 112-115.
- Barus-Michel J., Ben Slama F., Blanchet A. et De Poplawski J. (1984)**, *Les retraités et l'expérience du temps*, FNG/GERAL, sept.
- Bassili J.N. et Smith M.C. (1986)**, On the spontaneity of trait attribution, *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 239-245.
- Batra R. et Ray M.L. (1986)**, Affective responses mediating acceptance of advertising, *Journal of Consumer Research*, Vol 13.
- Baudrillard J. (1976)**, *L'échange symbolique et la mort*, ed. Gallimard, Paris.
- Bauer D.J. et Curran P.J. (2005)**, Probing interactions in fixed and multilevel regression : Inferential and graphical techniques, *Multivariate Behavioral Research*, 40, 373-400.
- Baumeister R.F. (1991)**, *Meanings of life*, New York: Guilford
- Baumeister R.F. (1990)**, Suicide as escape from self, *Psychological Review*, 97, 90-113
- Baumeister R.F. (1999)**, *The Self in Social Psychology*, Philadelphia, PA : Psychology Press (Taylor & Francis)
- Baumeister R.F., Heatherton T.F. et Tice D.M. (1994)**, *Losing Control: How and why people fail at self-regulation*, San Diego, CA: Academic Press.
- Bechara A., Tranel D., Damasio H. et Damasio A.R. (1996)**, Failure to respond autonomically to anticipated future outcomes following damage to prefrontal cortex, *Cerebral Cortex*, 6, 215-225.
- Becker E. (1971)**, *The Birth and Death of Meaning : An Interdisciplinary Perspective on the Problem of Man*, NY : Free Press.
- Becker E. (1973)**, *The Denial of Death*, New York, NY : Free Press.
- Belk R.W. (1975)**, Situational variables and consumer behavior, *Journal of Consumer Research*, 2, 157-164.
- Bell S.M. et Ainsworth M.D.S. (1972)**, Infant crying and maternal responsiveness, *Child Development*, 43, 1171-1190.
- Ben Zur H. et Breznitz S.J. (1981)**, The effects of time pressure on risky choice behavior, *Acta Psychologica*, 47, 89-104.
- Bène S. (2011)**, Facebook mort ou vif, *Questions de communication*, 19, 91-112.
- Benton J.P., Christopher A.N. et Walter M.I. (2007)**, Death anxiety as a function of aging anxiety, *Death Studies*, 31, 337-350.
- Berelson B. (1952)**, *Content Analysis in Communication Research*, The Free Press.
- Bergadaà M. (1989)**, *Le temps dans le comportement de l'individu*, 2^{ème} partie, Recherche et Applications en Marketing, 4, 1, 37-54.

- Bergadaà M. et Urien B. (2006)**, Le risque alimentaire comme risque vital de consommation : émergence, adaptation et gestion, *Revue Française de Gestion*, 32, 162, 127-144.
- Bergadaà M. et Urien B. (2008)**, La personne âgée : son attitude face à l'idée de mort, le cadre temporel de son action et son sens de l'objet, *2^{ème} Conférence Internationale sur le Temps*, « Rupture, finitude, mort et management », Brest, 25 et 26 juin 2008
- Bergadaà M. et Urien B. (2010)**, Les Marketers devraient-ils s'intéresser au temps des seniors ?, *Actes du 26^{ème} Congrès International de l'AFM*, Le Mans-Angers.
- Berntson G.G. et Cacioppo J.T. (2008)**, The functional neuroarchitecture of evaluative processes. In A.J. Elliot (Ed.), *Handbook of approach and avoidance motivation*, pp. 307-321, New York, NY : Psychology Press.
- Bertaux D. (1997)**, *Les récits de vie*, Paris : Nathan
- Berthier N. (2004)**, *Les techniques d'enquête*, Armand Colin.
- Blais M.R., Vallerand R.J., Brière N.M. et Pelletier L.G. (1988)**, *Life domains and their perceived importance*, Manuscrit inédit, Laboratoire de Psychologie Sociale, Université du Québec à Montréal.
- Blau Z.S. (1956)**, Changes in status and age identification, *American Sociological Review*, 21, 198-203.
- Bloch M. (1993)**, La mort et la conception de la personne, *Terrain*, 20, 7-20.
- Bloch P.H. et Richins M.L. (1983)**, A theoretical model for the study of product importance perceptions, *Journal of Marketing*, 47, pp. 69-81.
- Bondar A. (2002)**, Balance and cognition : resource allocation and its control in young and older adults, *Human Development*, 48, 2, 110-121.
- Bong M. (2005)**, Within-grade changes in Korean girls' motivation and perceptions of the learning environment across domains and achievement levels, *Journal of Educational Psychology*, 97, 656-672.
- Bonsu S.K. et Belk R.W. (2003)**, Do not go cheaply into that good night : death ritual consumption in Asante Ghana, *Journal of Consumer Research*, 30, 41-55.
- Boulbry G. (2003)**, L'impact du vieillissement cognitif sur l'efficacité publicitaire. Le cas de la publicité à évocations nostalgiques, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Rennes 1.
- Boyd J.N. et Zimbardo P.G. (1997)**, Constructing time after death : the transcendental future time perspective, *Time and Society*, 6, 35-54.
- Brauer M. (2000)**, L'identification des processus médiateurs dans la recherche en psychologie, *L'Année Psychologique*, 100, 661-681.
- Brockner J. et Higgins E.T. (2002)**, Regulatory focus theory : its implications for the study of emotions in the workplace, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 87, 5-24.
- Brown W.S. (2000)**, Ontological security, existential anxiety, and workplace privacy, *Journal of Business Ethics*, 23, 61-65.
- Brown K.W., Ryan R.M., Creswell J.D. et Niemiec C.P. (2008)**, Beyond me : mindful responses to social threat. In H.A. Wayment & J.J. Bauer (Eds.), *Transcending self-*

interest : *Psychological explorations of the quiet ego* (pp. 75-84), Washington, DC : APA Books.

La Bruyère J. (1688), *Les Caractères*.

Bruyneel S.D., Dewitte S., Franses P.H. et Dekimpe M. (2008), I felt low and now my purse feels right, Depleting mood regulation increases spending on lottery, *Journal of Behavioral Decision Making*, 22, 153-170.

Buber M. (1923), *Je-Tu*, Trad. G. Bianchis, Paris, Aubier, 1969.

Buehler R. et McFarland C. (2001), Intensity bias in affective forecasting : the role of temporal focus, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 1480-1493.

Burke B., Martens A. et Faucher E. (2010), Two decades of terror management theory : A meta-analysis of mortality salience research, *Personality and Social Psychology Review*, 14, 2, 155-195.

Butler R.N. (1963), The life review : an interpretation of reminiscence in the aged, *Psychiatry*, 26, 65-75.

C

Caci H. et Baylé F.J. (2007), L'échelle d'affectivité positive et d'affectivité négative, Première traduction en français, *Congrès de l'Encéphale*, Paris.

Cacioppo J.T. et Bernston G.G. (1994), Relationship between attitudes and evaluative space : a critical review, with emphasis on the separability of positive and negative substrates, *Psychological Bulletin*, 115, 410-423.

Cacioppo J.T., Gardner W.L. et Bernston G.G. (1997), Beyond bipolar conceptualizations and measures : The case of attitudes and evaluative space, *Personality and Social Psychology Review*, 1, 3-25.

Cadario R. et Parguel B. (2012), Reconsidérer la discrétisation des variables quantitatives : vers une nouvelle analyse de modération dans la recherche expérimentale, manuscrit publié dans « Séminaire méthodologique de l'EDOGEST ».

Cameron L.D. et Leventhal H. (2003), *The self-regulation of health and illness behavior*, Routledge, NY.

Campbell D.T. et Stanley J.C. (1966), *Experimental and quasi-experimental Designs for Research*, Rand McNally, Chicago, Illinois.

Carel H. (2007), My 10-year death sentence, article paru dans *The Independent*, le 25 juin 2008.

Caron M. (2005), *Introduction à Heidegger*, Ellipses.

Carricano M., Poujol F. et Bertrandias L. (2010), *Analyse de données avec SPSS*, 2^{ème} édition, Synthex économie gestion, Pearson.

Carrigan M. (1998), Segmenting the grey market : the case for the fifty-plus lifegroups, *Journal of Marketing Practice : Applied Marketing Science*, 4, 2, 43-56.

Carstensen L.L., Isaacowitzer D. et Charles S.T. (1999), Taking time seriously: a theory of socioemotional selectivity, *American Psychologist*, 54, 165-181.

- Carstensen, L.L., Fung H. et Charles S. (2003)**, Socioemotional selectivity theory and the regulation of emotion in the second half of life, *Motivation and Emotion*, 27, 103-123.
- Cartensen L.L et Mikels J.A (2005)**, At the intersection of emotion and cognition : aging and the positivity effect, *Current Directions in Psychological Science*, 14, 117-121.
- Carstensen L.L. (1991)**, Selectivity theory : social activity in life-span context (In K.W. Schaie (Ed.), *Annual Review of Gerontology and geriatrics* (Vol 11, pp. 195-217), New York : Springer).
- Carstensen L.L. (1992)**, Social and emotional patterns, a support for socioemotional selectivity theory, *Psychology and Aging*, 7, 3, 331, 338.
- Carstensen L.L. (1995)**, Evidence for a life-span theory of socioemotional selectivity, *Current Directions in Psychological Science*, 4, 151-156.
- Cartwright K. (2001)**, Cognitive developmental theory and spiritual development, *Journal of Adult Development*, 8, 4, 213-220.
- Carver, C. S., Avivi, Y. E., & Laurenceau, J.-P. (2008)**, Approach, avoidance, and emotional experiences. In A. J. Elliot (Ed.), *Handbook of Approach and Avoidance Motivation*. (pp. 385-397). New York, NY US: Psychology Press.
- Carver C.S. et Scheier M.F. (1981)**, *Attention and self-regulation : a control-theory approach to human behavior*, New York : Springer-Verlag.
- Carver C.S. et Scheier M.F. (1990)** Origins and functions of positive and negative affect : a control-process view, *Psychological Review*, 97, 19-35.
- Carver C.S. et Scheier M.F. (1998)**, *On the self regulation of behavior*, Cambridge University Press, New York.
- Carver C.S. et White T.L. (1994)**, Behavioral inhibition, behavioral activation, and affective responses to impending reward and punishment : the BIS/BAS scales, *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 319-333.
- Cervone, D., More, N., Orom, H., Shadel, W. G., et Scott, W. D. (2004)**. Self-efficacy beliefs on the architecture of personality: On knowledge, appraisal, and self-regulation. In R. F. Baumeister & K. D. Vohs (Eds.), *Handbook of self-regulation*, 188-210. New York, NY: Guilford Press.
- Charles S.T. et Carstensen L.L. (2004)**, A life-span view of emotional functioning in adulthood and old age, In P. Costa (Eds.), *Recent advances in psychology and aging*, Vol 15, pp. 133-162. Amsterdam : Elsevier
- Chen, M., & Bargh, J. A. (1999)**, Consequences of automatic evaluation: immediate behavioral predispositions to approach or avoid the stimulus, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 2, 215-224.
- Chevalier C. (2000)**, Contribution à la Modélisation du Processus de Persuasion Publicitaire: Une Application aux Individus Âgés de 60 ans et plus, *Thèse pour le Doctorat en Science de Gestion* ; Université Paris I-Panthéon-Sorbonne.
- Choron J. (1963)**, *Death and Western Thought*, New York : Collier Books.
- Chumpitaz Caceres R. et Vanhamme J. (2003)**, Les processus modérateurs et médiateurs : distinction conceptuelle, aspects analytiques et illustrations, *Recherche et Applications en Marketing*, 18, 2, 67-100.

- Churchill G.A (1979)**, A paradigm for developing better measures of marketing constructs, *Journal of Marketing Research*, 16, 1, 64-73.
- Churchill G. (1998)**, *Marketing research : methodological foundations*, 3^{ème} édition, New York : The Dryden Press.
- Cicirelli V.G. (1998)**, Personal meanings of death in relation to fear of death, *Death Studies*, 22, 8, 713-733.
- Cicirelli V.G. (2002)**, *Older adults' view on death*, New York : Springer Publishing Company.
- Cicirelli V.G. (2006)**, Fear of death in mid-old age, *Journal of Gerontology*, 61, 75-81.
- Cluff C.B. (1984)**, Pastoral enlightenment for seniors ; do they need it ? Do they want it ? *Journal of the American Geriatrics Society*, 32, 8, 609-613.
- Cohen J. (1968)**, Multiple regression as a general data-analytic system, *Psychological Bulletin*, 70, 426-443.
- Cohen J., Cohen P., West S.G. et Aiken L.S. (2003)**, *Applied multiple regression and correlation analysis for the behavioral sciences* (3rd edition). New York : Routledge.
- Cohen L. (2000)**, *The creative age : Awakening Human Potential in the Second Half of Life*, New York, Avon Books.
- Collins L.M., Graham J.W. et Flaherty B.P. (1998)**, An alternative framework for defining mediation, *Multivariate Behavioral Research*, 33, 2, 295-312.
- Conche M. (1980)**, *Temps et Destin*, PUF, Perspectives Critiques.
- Cook T.T. et Campbell D.T. (1979)**, *Quasi-experimentation : design and analysis for field settings*, Rand McNally, Chicago Illinois.
- Cook T.T. et Shadish W.R. (1994)**, Social experiments : some developments over the past fifteen years, *Annual Review of Psychology*, 45, 545-580.
- Cooper P.E., Thomas L.E., Stevens S.J. et Suscovitch A. (1981)**, Subjective time experience in and intergenerational sample, *Journal of Aging and Human Development*, 28, 1, 183-193.
- Cooper D.P., Goldenberg J.L. et Arndt J. (2011)**, Empowering the self : using the terror management health model to promote breast self-examination, *Self and Identity*, 10, 3, 315-325.
- Corr, P. J. (2002)**. J.A. Gray's reinforcement sensitivity theory: tests of the joint subsystems hypothesis of anxiety and impulsivity, *Personality and Individual Differences*, 33, 511-532.
- Cosgrove J. (2001)**, What-the-Hell Consumption, *Business Week*, October 29, 12.
- Cox E.P. (1980)**, The optimal number of response alternatives for a scale : a review, *Journal of Marketing Research*, 17, 4, 407-422.
- Cozzolino P.J. (2006)** Death contemplation, growth and defense : converging evidence of dual existential systems ? *Psychological Inquiry*, 17, 278-287.
- Crowe E. et Higgins E.T. (1997)**, Regulatory focus and strategic inclinations : promotion and prevention in decision making, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 69, February, 117-132.

- Csikszentmihalyi M. (1980)**, *The psychology of optimal experience*, New York : Harper & Row.
- Csikszentmihalyi M. et Rathunde K. (1998)**, The development of the person : an experiential perspective on the ontogenesis of psychological complexity, In W. Damon (Series Ed.) & R.M. Lerner (Volume Ed.), *Handbook of Child Psychology : Vol 1 Theoretical models of human development* (5th ed., 635-684), NY : Wiley.
- Cumming E. (1963)**, Further thoughts on the theory of disengagement , *UNESCO International Science Journal*, 15, 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*, 23, 23-24.
- Cunningham W.A., Raye C.L. et Johnson M.K. (2005)**, Neural correlates of evaluation associated with promotion ad prevention regulatory focus, *Cognitive, Affective, and Behavioral Neuroscience*, 5, 202-211.
- Cury, F., Elliot, A., Da Fonséca, D. et Moller, A. C. (2006)**, The social-cognitive model of achievement motivation and the 2x2 achievement goal framework, *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 4, 666-679.
- Cury, F., Da Fonséca, D., Zahn, I. et Elliot, A. (2008)**, Implicit theories and iq test performance: a sequential mediational analysis, *Journal of Experimental Social Psychology*, 44, 3, 783-791.
- Cury, F., Elliot, A., Sarrazin, P., Da Fonseca, D. et Rufo, M. (2002)**, The trichotomous achievement goal model and intrinsic motivation: a sequential mediational analysis, *Journal of Experimental Social Psychology*, 38, 5, 473-481.

D

- Dagognet F. et Nathan T. (1999)**, *La mort vue autrement*, Les empêcheurs de penser en rond.
- Dalby P. (2006)**, Is there a process of spiritual change or development associated with ageing ? A critical review research, *Aging & Mental Health*, 10, 1, 4-12.
- Dalle N. et Niedenthal P.M. (2001)**, Le mariage de mon meilleur ami : Emotional response categorization and naturally induced emotions, *European Journal of Social Psychology*, 31, 737-742.
- Damasio A. (2002)**, *Le sentiment même de soi : corps, émotions, conscience*, Odile Jacob.
- D'Andrade R.G. (1992)**, *Schemas and motivation*, In R.G. D'Andrade & C. Strauxx (Eds.), *Human motives and cultural models* (23-44), Cambridge, UK : Cambridge University Press.
- Darpy D. et Volle P. (2003)**, *Comportements du consommateur : concepts et outils*, Paris, Dunod.
- De Bonis M. (1996)**, *Connaître les émotions humaines*, Mardaga, Psychologie et Sciences Humaines, numéro 212.

- Deci E.L. et Ryan R.M. (1980)**, The empirical exploration of intrinsic motivational processes, In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, 13, 39-80, NY : Academic Press.
- Deci E.L. et Ryan R.M. (1985)**, *Intrinsic motivation and self detremination in human behaviour*, NY, London : Plenum Press.
- Deci E.L. et Ryan R.M. (1991)**, A motivational approach to self : inegration in personality, In R. Dienstbier (Ed.), *Nebraska Symposium on motivation*, Vol 38, Perspectives on motivation (237-288), Lincoln : University of Nebraska Press.
- Deci E.L., Vallerand R.J., Pelletier L.G. et Ryan R.M. (1991)** Motivation and education : the self-determination perspective, *Educational Psychologist*, 26, 325-346.
- Delay J. (1946)**, *Les dérèglements de l'humeur*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Delcorde R. (1983)**, *Compte rendu de l'ouvrage de Marcel Conche*, *Revue philosophique de Louvain*, 81, 50, 314-316.
- Demo D.H. (1985)**, The measurement of self-esteem : refining our methods, *Journal of personality ad social psychology*, 48, 6, 1490-1502.
- Denzin N.K. et Lincoln Y.S. (1998)**, *Collecting and interpreting qualitative materials*, Thousand Oaks, CA : Sage.
- Depaola S.J., Griffin M., Young J.R. et Neimeyer R.A. (2003)**, Death anxiety and attitudes towards the elderly among older adults : the role of gender and ethnicity, *Death Studies*, 27, 335-354.
- Derbaix C. (1995)**, The impact of affective reactions on attitudes toward the advertisement ad the brand : a step toward ecological validity, *Journal of Marketing Research*, 32, 4, 470-479.
- Derbaix C. et Gregory P. (2004)**, *Persuasion : la théorie de l'irrationalité restreinte*, Paris, Economica.
- Derbaix C. et Pham M.T. (1989)**, Pour un développement des mesures de l'affectif en marketing : synthèse des prérequis, *Recherche et Applications en Marketing*, 4, 4, 71-87.
- Derbaix C. et Poncin I. (2005)**, La mesure des récations affectives en marketing : evaluation des principaux outils, *Recherche et Applications en Marketing*, 20, 2, 55-76.
- Derryberry D. et Reed M. (2008)**, Motivational and attentional components of personality. In A. Elliot (Ed.), *Handbook of approach and avoidance motivation*, pp. 461-474. New York, NY : Psychology Press.
- DeWall C.N. et Baumeister R.F. (2007)**, From terror to joy : automatic tuning to positive affective information following mortality salience, *Psychological Science*, 18, 984-990.
- Dickstein L. (1972)**, Death concern : measurement and correlates, *Psychological Reports*, 30, 563-571.
- Diehl M., Coyle N. et Labouvie-Vief G. (1996)**, Age and sew differences in strategies of coping and defense across the life span, *Psychology and Aging*, 11, 127-139.
- Diener E. (1984)**, Subjective well-being, *Psychological Bulletin*, 95, 542-575.

- Diener E., Emmons R.A., Larsen R.J. et Griffin S. (1985)**, The satisfaction with life scale, *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-76.
- Dijksterhuis A. et Aarts H. (2010)**, Goals, attention and (un)conscious, *Annual Review of Psychology*, 61, 467-490.
- Dion D. (1999)**, Le foule dans un contexte commercial : concept, mesure, effets sur les comportements, *Thèse de doctorat en Sciences de gestion*, Université de Rennes 1, janvier, Rennes.
- Dollard J. et Miller N.L. (1950)**, *Personality and psychotherapy : an analysis in terms of learning, thinking, and culture*, NY : McGraw-Hill.
- Dowling E.M., Gestsdottir S., Anderson P.M., Von Eye A., Almerigi J. et Lerner R.M. (2004)**, Structural relations among spirituality, religiosity, and thriving in adolescence, *Applied Developmental Science*, 8, 1, 7-16.
- Drugeon-Lichtlé M.C. (1998)**, L'impact de la couleur d'une annonce publicitaire sur les émotions ressenties face à l'annonce, les attitudes et les croyances envers la marque, *Thèse de doctorat en Sciences de Gestion*, Université Paris Dauphine.
- Dubois N. (1985)**, Une échelle française de « Locus of Control », *Revue de Psychologie Appliquée*, 35, 4, 215-233.
- Dubois N. (1987)**, *La psychologie du contrôle, les croyances internes et externes*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- Dunkel C.S. (2002)**, Terror management theory and identity : the effect of the 9/11 terrorist attacks on anxiety an identity change, *Identity*, 2, 281-301.
- Durkheim D.E. (1895)**, *Les règles de la méthode sociologique*, Paris : Les Presses universitaires de France, 16^e édition.

E

- Eastman J. et Iyer R. (2005)**, The impact of cognitive age on Internet use of the elderly : an introduction to the public policy implications, *International Journal of Consumer Studies*, 29, 2, 125-136.
- Ebner N.C., Freund A.M. et Baltes P.B. (2006)** Developmental changes in personal goal orientation from young to late adulthood : from striving for gains to maintenance and prevention of losses, *Psychology and Aging*, 21, 664-678.
- Elliot A.J. (2008)**, Approach and avoidance motivation. In A. Elliot (Ed.), *Handbook of approach and avoidance motivation*, pp. 3-14, New Yorl, NY : Taylor & Francis.
- Elliot A.J. et Church M.A. (1997)**, A hierarchical model of approach and avoidance achievement motivation, *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 218-232.
- Elliot A.J. et Covington M.V. (2001)** Approach and avoidance motivation, *Educational Psychology Review*, 13, 73-92.
- Elliot A.J. et McGregor H.A. (2001)**, A 2*2 Achievement Goal Framework, *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 501-519.
- Elliot A.J. et Sheldon K.M. (1997)**, Avoidance achievement motivation : A personal goals analysis, *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 171-185.
- Elliot A.J. et Sheldon K.M. (1998)**, Avoidance perosnal goals and the personality-illness

- relationship, *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 1282-1299.
- Elliot A.J., Sheldon K.M. et Church M.A. (1997)**, Avoidance personal goals and subjective well-being, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 915-927.
- Elliot A.J. et Thrash T.M. (2001)**, Achievement goals and the hierarchical model of achievement motivation. *Educational Psychology Review*, 12, 139-156.
- Elliot, A. J., et Thrash, T. M. (2002)**. Approach-avoidance motivation in personality: approach and avoidance temperaments and goals, *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 804-818.
- Emmons R.A. (1986)**, Personal strivings : an approach to personality and subjective well-being, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1058-1068.
- Emmons R.A. (1991)**, Personal strivings, daily life events, and psychological and physical well-being, *Journal of Personality*, 59, 453-472.
- Endler, N. S., et Parker, J. D. (1990)**. Multidimensional assessment of coping: A critical evaluation, *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 5, 844-854.
- Enis B.M. et Cox K.K. (1975)**, Ad experiments for management decisions, *Journal of advertising Research*, 15, 2, 35-41.
- Epicure**, Lettre à Ménécée.
- Erikson E.H. (1968)**, *Identity: Youth and Crisis*, New York, Norton
- Erikson E.H. (1968)**, *Generativity and Ego Integrity*, in Middleage and Aging, BL Neugarten (Ed), Chicago: University of Chicago Press.
- Erikson E.H. (1972)**, *Adolescence et Crise: la crise de l'identité*, Paris, Flammarion.
- Erikson E.H. (1974)**, *Enfance et Société*, Neuchatel: Delachaux et Niestlé
- Erikson E.H. (1977)**, Adulthood and world views, présentation à *l'American Academy Conference on Love and Work in Adulthood*, Palo Alto, Californie, 6-7 mai.
- Erikson E.H. (1978)**, *Adulthood*, New York, W. Norton and Company, inc.
- Erikson E.H. (1980)**, Themes of Adulthood in Freud, Jung correspondence, In Themes of Work and Love in Adulthood, Erikson and Smelser (eds) Combridge: Harvard University Press, 43-74.
- Evrard Y., Pras B. et Roux E. (2003)**, *Market, études et recherches en marketing*, 3^{ème} édition, Dunod.
- Evrard Y., Pras B. et Roux E. (2009)**, *Market, études et recherches en marketing*, 4^{ème} édition, Dunod.
- Eyal T., Lberman N., Trope Y. et Walther E. (2004)**, The pros and cons of temporally near and distant action, *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 781-795.

F

- Fabre-Vassas C. (1993)**, Avant-propos, *Terrain*, 20, 5-6.
- Fallery B. et Rodhain F. (2007)**, Quatre approches pour l'analyse de donnée textuelles : lexicale linguistique, ognitive, thématique, *Montréal : 16^{ème} Conférence Internationale de Management Stratégique*.

- Feifel H. (1956)**, Attitudes of mentally ill patients toward death, *Journal of Nervous and Mental Disease*, 122, 375-380.
- Feifel H. (1959)**, Older persons look at death, *Geriatrics*, 11, 127-130.
- Feifel H. (1961)**, *Death : Relevant Variable in Psychology*, NY, Random House.
- Feifel H. (1990)**, Death and Psychology : Meaningful Rediscovery, *American Psychologist*, 45, 537-543.
- Fein S. et Spencer S.J. (1997)**, Prejudice as self-image maintenance : affirming the self through derogating others, *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 31-44.
- Feldman M. et Hersen M. (1967)**, Attitudes toward death in nightmare subjects, *Journal of Abnormal Psychology*, 72, 421-425.
- Ferenczi S. (1959)**, *Introjection and Transference*, In Sex in Psychoanalysis (Contributions to Psychoanalysis), 30-80, New York : Dover.
- Ferguson M.J. et Bargh J.A. (2008)**, Evaluative readiness : The motivational nature of automatic evaluation. Invited chapter in A.J. Elliot (Ed.), *Handbook of approach and avoidance motivation*. Lawrence Erlbaum.
- Ferraro R., Shiv B. et Bettman J.R. (2005)**, Let us eat and drink before tomorrow we shall die ; Effects of mortality salience and self-esteem on self-regulation in consumer choice, *Journal of Consumer Research*, 32, 65-75.
- Filipp S.H. et Klauer T. (1986)**, Conceptions of self over the life span : Reflections on the dialectics of change, In M.M. Baltes (Eds.), *The psychology of aging*, 67-205, Hillsdale, NJ : Erlbaum.
- Firestone R. W. (1994)**, *Psychological defenses against death anxiety*. In R. A. Neimeyer, *Death anxiety handbook: Research, instrumentation, and application*, pp. 217-241.
- Firestone R.W. (1993)**, Individual differences against death anxiety, *Death studies*, 17, 6, 17, 497-515.
- Fisher B.J. et Specht D. (1999)**, Successful aging and creativity in later life, *Journal of Aging Studies*, 13, 4, 457-72.
- Fitzsimons G.J. (2008)**, Death to dichotomizing, *Journal of Consumer Research*, 35, 1, 5-8.
- Fitzsimons G.M. et Bargh J.A. (2003)**, Thinking of you : nonconscious pursuit of interpersonal goals associated with relationship partners, *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 148-164.
- Flood, M. (2005)**, A mid-range nursing theory of successful aging, *Journal of Theory Construction & Testing*, 9, 2, 35-39.
- Florea A. et Rabatel M.L. (2011)**, Re-présentations de la mort dans les médias d'information, *Questions de communication*, 7-28.
- Florian V. et Kravetz S. (1983)**, Fear of personal death in adulthood : The impact of early and recent losses, *Death Studies*, 21, 1-24.
- Florian V. et Mikulincer (1997)**, Fear of death and the judgement of social transgressions : a multidimensional test of terror management theory, *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 369-380.
- Florian V. et Mikulincer (1997)**, Symbolic immortality and the management of the terror of death : the moderating role of attachment style, *Journal of Personality and Social*

- Psychology*, 74, 725-734.
- Florian V. et Snowden L. (1989)** Fear of personal death and positive life regard : A study of different ethnic and religious-affiliated American College students, *Journal of Cross-cultural Psychology*, 20, 64-79.
- Floyd J.J., Prentice-Dunn S. et Rogers R.W. (2000)**, A meta-analysis of research on protection motivation theory, *Journal of Applied Social Psychology*, 30, 407-429.
- Fornell C. et Larcker D.F. (1981)**, Structural equations models with unobservable and measurement error : algebra and statistics, *Journal of Marketing Research*, 18, 3, 382-388.
- Fortner B. V. et Neimeyer R. A. (1999)**, Death Anxiety in older adults: A quantitative review, *Death Studies*, 23, 5, 387-411.
- Fowler J. (1981)**, *Stages of Faith*, San Fransisco : Harper and Row.
- Fowles D.C. (1988)**, Psychophysiology and Psychopathology : a motivational approach, *Psychophysiology*, 25, 373-391.
- Frankl V. (1967)**, *Psychotherapy and Existentialism*, New York : Simon and Schuster.
- Frankl V.E. (1984)**, *Man's search for meaning* (Revised and updated), New York : Washington Square Press.
- Fransen M.L., Fennis B.M., Pruyn A.T.H. et Das E. (2008)**, Rest in peace ? Brand-induced mortality salience and consumer behavior, *Journal of Business Research*, 61, 1053-1061.
- Fredrickson B.L. (2001)** The role of positive emotions in positive psychology : the broaden-and-build theory of positive emotion, *American Psychologist*, 56, 218-226.
- Fredrickson B.L. et Branigan C. (2001)** Positive emotions broaden the scope of attention and thought-action repertoires, *Cognition and Emotion*, 19, 313-332.
- Freud S. (1912)**, *Totem et Tabou*, PUF, Gallimard Paris.
- Freud S. (1915)**, *Pulsions et destins des pulsions*, Métapsychologie, Gallimard, Collection Folio Essais
- Freud S. (1919)**, L'inquiétante étrangeté.
- Freud S. (1923)**, *Le moi et le ça, essais de psychanalyse*, Edition Payot.
- Freund A.M. (2006)** Age-differential motivational consequences of optimization versus compensatin focus in younger and older adults, *Psychology and aging*, 21, 240-252.
- Freund A.M. et Baltes P.B. (1998)**, Selection, Optimization and Compensation as strategies of life-management, *Psychology and Aging*, 13, 531-543.
- Freund A.M. et Baltes P.B. (2002)**, Strategies of selection, optimization and compensation : measurement by self-report and construct validity, *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 4, 642-662.
- Freund A.M. et Ebner N.C. (2005)**, The aging self : shifting from promoting gains to balancing losses, In W. Greve, K. Rothermund et D.Wnetura (Eds.), *The adaptive Self : Personal Continuity and intentional self-developemtn*, pp. 185-202, Ashland, OH : Hogrefe & Huber.
- Friedman R.S. et Förster J. (2001)**, The effect of promotion and prevention cues on

creativity, *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 1001-1013.

Fromm E. (1941), *Escape from freedom*, New York : Henry Holt.

Fromm E. (1956), *The art of loving*, New York ; Harper & Row.

Fromm E. (1964), *The Heart of Man : Its Genius for Good and Evil*, New York : Harper and Row.

Fung H.H. et Carstensen L.L. (2003), Sending memorable messages to the old : age differences in preferences and Memory of advertisements, *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 1, 163-178

Fung H.H., Carstensen L.L. et Lang F.R. (2001), Age related patterns of social relationships among African Americans and Caucasian-Americans : Implications for socioemotional selectivity across the life span, *International Journal of Aging and Human Development*, 52, 185-206.

G

Gabel T.G., Mansfield P. et Westbrook K. (1996), The disposal of consumers : and exploratory analysis of death-related consumption, in Kim P. Corfman and John G. Lynch (eds.), *Advances in consumer Research* Vol 23, Provo, UT : Association for consumer Research, pp. 361-367.

Gable P.A. et Harmon-Jones E. (2008), Approach-motivated positive affect reduces breadth of attention, *Psychological Science*, 19, 476-482.

Gailliot M.T., Brandon J.S. et Baumeister R.F. (2006), Self-regulatory processes defend against the threat of death : the effects of self-control on thoughts and fears of dying, *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, 1, 49-62.

Gardner W., Gabriel S. et Lee A. (1999), « I » value freedom but « we » value relationships : self-construal mirrors cultural differences in judgement, *Psychological Science*, 10, 4, 321-326.

Gavard-Perret M.L., Gotteland D., Haon C. et Jolibert A. (2008), *Faire de la recherche en sciences de gestion*, Paris : Pearson.

Gentry, J.W., Kennedy, P.F., Paul, C., Hill, R.P. (1994), The vulnerability of those grieving the death of a loved one: Implications for Public Policy, *Journal of Public Policy and Marketing*, 13, 2, 128-142.

Gentry J.W. and Goodwin C. (1995), Social support for decision making during grief due to death, *American Behavioral Scientist*, 38, 4 (February), 553-563.

Gentry J.W., Baker S.M. et Kraft F.B. (1995a), The role of possessions in creating, maintaining and preserving one's identity : Variation over the life course, in *Advances for Consumer Research*, Vol 22, ed. Frank Kardes and Mita Sujan, Provo, UT : Association for Consumer Research, 413-418.

Gentry J.W., Kennedy P.F., Paul K., Hill R.P. (1995b), Family transitions during the self : discontinuities in householed consumption patterns, *Journal of Business Research*, 34, 1, 67-69.

Gesser G., Wong P. et Recker G.T. (1988), Death attitudes across the life-span : the development and validation of the Death Attitude Profile (DAP). *Omega – The Journal of Death and Dying*, 18, 2, 113-159.

- Giannelloni J-L. et Vernet E. (2001)**, *Etudes de marché*, Vuibert Gestion, Paris.
- Giddens A. (1991)**, *Modernity and Self Identity*, Cambridge : Polity Press.
- Gilbert D.T. et Hixon J.G. (1988)**, The trouble of thinking : activation and application of stereotypic beliefs, *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 509-517.
- Gilbert D.T., Pinel E.C., Wilson T.D., Blumberg S.J. et Wheatley T.P. (1998)**, Immune neglect : a source of durability bias in affective forecasting, *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 617-639.
- Gilovich T., Kerr M. et Medvec V. (1993)**, Effect of temporal perspective on subjective confidence, *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 552-560.
- Girandola F. (2000)**, Peur et persuasion : présentations des recherches et d'une nouvelle lecture, *L'Année Psychologique*, 333-376.
- Glas G. (2007)**, Anxiety, anxiety disorders, religion, and spirituality, *Southern Medical Journal*, 100, 621-625.
- Glaser B.G. et Strauss A.L. (1967)**, *The discovery of grounded theory : Strategies for qualitative research*, Chicago, Aldine Publishing Company.
- Goldenberg J.L. et Arndt J. (2008)**, The implications of death for health : a terror management health for behavioral health promotion, *Psychological Review*, 115, 1032-1953.
- Goldenberg J.L., Hart J., Pyszczynski T., Warnica G.M., Landau M. et Thomas I. (2006)**, Ambivalence toward the body : death, neuroticism, and the flight from physical sensation, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32, 1264-1277.
- Gollwitzer P.M. (1996)**, Striving for specific identities : The social reality of self-symbolizing, In R. Baumeister (Ed.), *Private self and public self*, pp. 143-159, NY : Springer.
- Gollwitzer P.M. et Bargh J.A. (1996)**, *The psychology of action : linking motivation and cognition to behavior*, NY : Guilford Publications.
- Gonzalez A. et Paliwoda S. (2006)**, Segmenting the older consumer for online travel, *Marketing Review*, 6, 4, 331-348.
- Goodman, L. M. (1981)**, *Death and the creative life: Conversations with eminent artists and scientists as they reflect on life and death*. New York: Springer Publishing Company.
- Gray J.A. (1987)**, *The psychology of fear and stress*, 2nd edition, New York : Cambridge University Press.
- Gray J.A. (1990)**, Brain systems that mediate both emotion and cognition, *Cognition and Emotion*, 4, 269-288.
- Gray J.A. (1991)**, *The neuropsychology or temperament*, In J. Stelau, & Angleiter (Eds.), *Explorations in temperament* (pp. 105-128) New York : Plenum.
- Gray J.A. (1994)**, *Framework for a taxonomy of psychiatric disorder*, In S.H.M. van van Goozen, N.E.V. & de Poll, J.A. Sergeant (Eds.), *Emotions : Essays on emotion theory* (pp. 29-59). Hillsdale, New Jersey : Lawrence Erlbaum associates.
- Graziani P. (2005)**, *Anxiété et troubles anxieux*, Nathan, Paris.

- Greenberg J., Martens A., Jonas E., Eisenstadt D., Pyszczynski T. et Solomon S. (2003)**, Psychological defense in anticipation of anxiety : eliminating the potential for anxiety eliminates the effects of mortality salience on worldview defense, *Psychological Science*, 14, 516-519.
- Greenberg, J., Pyszczynski, T., et Solomon, S. (1986)**, *The causes and consequences of the need for self-esteem: A terror management theory*, In R.F. Baumeister (Ed), Public Self and Private Self, 189-212. New York : Springer-Verlag New York Inc.
- Greenberg, J., Pyszczynski, T., et Solomon, S. (1995)**, Towards a dual motive depth psychology of self and social behavior. In M. Kernis (Ed.), *Self-efficacy and self-regulation*, New York : Plenum.
- Greenberg J., Pyszczynski T., Solomon S., Rosenblatt A., Veeder M., Kirkland S. et Lyon D. (1990)**, Evidence for terror management theory II: The effects of mortality salience on reactions to those who threaten or bolster the cultural worldview, *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 308–318
- Greenberg J., Pyszczynski T., Solomon S., Simon L. et Breus M. (1994)**, Role of consciousness and accessibility of death-related thoughts in mortality salience effects, *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 627-637.
- Greenberg, J., Solomon S. et Pyszczynski T. (1997)**, Terror Management Theory of Self-esteem and cultural worldviews : Empirical assessment and conceptual refinements, *Advances in Experimental Social Psychology*, 29, 61-189.
- Greenberg, J., Arndt, J., Simon, L., Pyszczynski, T., et Solomon, S. (2000)**, Proximal and distal defenses in response to reminders of one's mortality: Evidence of a temporal sequence, *Personality Social Psychological Bulletin*, 26, 91-99.
- Greenberg, J., Porteus, J., Simon, L., Pyszczynski, T., et Solomon, S. (1995)**. Evidence of a terror management function of cultural icons: The effects of mortality salience on the inappropriate use of cherished cultural symbols, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1221–1228.
- Greenberg, J., Simon L., Pyszczynski T., Solomon S. et Chatel D. (1992)**, Terror Management and Tolerance : Does mortality salience always intensify negative reactions to others who threaten one's worldview ? *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 212-220.
- Guba A. (1981)**, Criteria for assessing the trustworthiness of naturalistic inquiry, *Education, Communication and Technology*, 29, 2, 75-91.
- Gubrium J.F. et Holstein J.A. (1997)**, *The new language of qualitative method*, NY : Oxford University Press.
- Gueguen-Porcher H. (2010)**, La mesure du possible chez Aristote, Etude sur la notion aristotélicienne de Dunaton, *Thèse de doctorat*, Université Paris Diderot.
- Guillaume P. (1979)**, *La psychologie de la forme*, Paris : Flammarion.
- Guillemot S. (2010)**, Les motivations des personnes âgées au récit de vie et leurs influences sur la consommation de services biographiques, *Thèse de doctorat*, Université de Bretagne Occidentale, laboratoire ICI.
- Guiot D. (1996)**, L'âge cognitif : un concept utile pour le marketing des seniors, *Actes de l'Association Française de Marketing*, 23, 45-60.
- Guiot D. (1999)**, Age subjectif et segmentation des seniors, *Décisions Marketing*, 18, 15-23.

- Guiot D. (2000)**, Subjective age biases among adolescent girls, *Advances in Consumer Research*, 27, ed. S. Hoch et R. Meyer, Provo, Utah, Association for Consumer Research, 215-223.
- Guiot D. (2001)**, Tendence d'âge subjectif : quelle validité prédictive ? *Recherche et Applications en Marketing*, 16, 1, 25-43.
- Guiot D. (2006)**, Un cadre d'analyse du processus de vieillissement et de son influence sur le comportement d'achat du consommateur âgé, *Recherche et Applications en Marketing*, 21, 1, 57-79.
- Guiot D. et Urien B. (2001)**, Le temps, de nouvelles variables explicatives du comportement des seniors en matière de services financiers, *Actes de la Conférence Internationale sur le Management des Services*, 173-188, ed A Capiez, Presses de l'Université d'Angers.
- Guiot D., Barak B., Lee K., Zhang Y. et Gould S. (2006)**, L'âge subjectif par delà les frontières : Une étude cross-culturelle dans le secteur de la mode vestimentaire, *Décisions marketing*, 43-44, 55-65.
- Guthleben D. (2011)**, La mort aux Etats-Unis dans l'information télévisée française, *Questions de communication*, 20, 135-154.

H

- Hair J.F., Anderson R.E., Tatham L. et Black W.C. (1998)**, *Multivariate data analysis with readings*, 5^{ème} édition, Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall.
- Hair J.F., Black W.C., Babin B.J., Anderson R.E. et Tatham R.L. (2006)**, *Multivariate Data Analysis*, 5^{ème} édition, Ed. Pearson – Prentice Hall, New Jersey.
- Hamilton D. et Jackson M. (1998)**, Spiritual Development : Paths and Processes, *Journal of Instructional Psychology*, 25, 4, 262-270.
- Handal P.J. (1969)**, The relationship between subjective life expectancy, death anxiety, and general anxiety, *Journal of Clinical psychology*, 25, 1, 39-42.
- Hanusch F. (2010)**, *Representing Death in the News, Journalism, Media and Mortality*, Australia, Palgrave Macmillan.
- Harding S.R., Flannelly K.J., Weaver A.J., Costa K.G. (2005)**, The influence of religion on death anxiety and death acceptance, *Mental Health, Religion & Culture*, 8, 253-261.
- Hardy M.A. (1993)**, *Regression with dummy variables*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Harmon-Jones E., Simon L., Greenberg J., Pyszczynski T., Solomon S. et McGregor H. (1997)**, Terror management theory and self esteem: evidence that increased self-esteem reduces mortality salience effects, *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 24-36.
- Harmon-Jones E. et Gable, P.A. (2009)**, Neural activity underlying the effect of approach-motivated positive affect on narrowed attention, *Psychological Science*, 20, 406-409.
- Harmon-Jones E., Harmon-Jones, C., Fearn, M., Sigelman, J.D. et Johnson P. (2008)**, Action orientation, relative left frontal cortical activation, and spreading of alternatives: a test of the action-based model of dissonance, *Journal of Personality and*

- Social Psychology*, 94, 1–15.
- Hart J., Shaver P.R. et Goldenberg J.L. (2005)**, Attachment, self-esteem, worldviews, and terror management: Evidence for a tripartite security system, *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 999-1013.
- Harter, S. (1998)**, The development of self-representations. In W. Damon (Series Ed.) & Nancy Eisenberg (Vol. Ed.), *Handbook of child psychology*, Vol. 3, Social, emotional, and personality development (5th edition), New York: Wiley.
- Havighurst R.J. (1969)**, *Human development and education*, NY : McKay.
- Hayes A.F. (2012)**, **PROCESS** : A versatile computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling, Retrieved from <http://www.afhayes.com/public/process2012.pdf>.
- Hayes A.F. (2013)**, *An introduction to mediation, moderation and conditional process analysis : A regression-based approach*. New York : The Guilford Press.
- Hayes A.F. et Matthes J. (2009)**, Computational procedures for probing interactions in OLS and logistic regression : SPSS and SAS implementations, *Behavior Research Methods*, 41, 924-936.
- Hayes A.F. et Preacher K.J. (in press)**, Statistical mediation analysis with a multicategorical independent variable, *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*.
- Hayes J., Schimel J., Arndt J. et Faucher E. (in press)**, A theoretical and empirical review of the death-thought accessibility concept in terror management research, *Psychological Bulletin*, 136, 5, 699-739.
- Heatherton T.F. et Baumeister R.F. (1991)**, Binge eating as escape from self-awareness, *Psychological Bulletin*, 110, January, 86-108.
- Heatherton T.F. et Polivy J. (1991)**, Development and validation of a scale for measuring state self-esteem, *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 895-910.
- Heckhausen, J. et Schulz R. (1995)**, A life-span theory of control, *Psychological Review*, 102, 284–304.
- Heckhausen J. (1997)**, Developmental regulation across adulthood: primary and secondary control of age-related challenges, *Developmental Psychology*, 33, 176–187.
- Heidegger M. (1927)**, *Etre et temps*, 46-53, Bibliothèque de Philosophie, Editions Gallimard.
- Heine S.J., Proulx T. et Vohs K.D. (2006)**, The meaning maintenance model : on the coherence of social motivations, *Personality and Social Psychology Review*, Vol 10, No 2, 88-110.
- Helminiak, D.A. (1987)**. *Spiritual development: An interdisciplinary study*. Chicago: Loyola University Press.
- Herzenstein M. et Horsky S. (2007)**, Marketing under frequent terror attacks, *Advances in consumer research*, 34.
- Herzenstein M., Posavac S.S. et Brakus J.J. (2007)**, Adoption of new and really new products: the effects of self-regulation systems and risk salience, *Journal of Marketing Research*, 44, 2, 251-260.

- Higgins E.T. (1996)**, Ideal, oughts, and regulatory focus : affect and motivation from distinct pains and pleasures ; In P.M. Gollwitzer & J.A. Bargh (Eds.), *The psychology of action : Linking cognition and motivation to behavior*, pp. 91-114, New York : Guilford.
- Higgins E.T. (1997)**, Beyond Pleasure and Pain, *American Psychologist*, 52, 1280-1300.
- Higgins E.T. (1998)**, *Promotion and prevention : Regulatory focus as a motivational principle*, In M.P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, vol 30, pp. 1-46, New York : Academic Press.
- Higgins E.T. (2000)**, Making a good decision : Value from fit, *American Psychologist*, 55, 11, 1217-1230.
- Higgins E.T., Bargh J.A. et Lombardi W. (1985)**, Nature of priming effects on categorization, *Journal of Experimental Psychology : Learning, Memory and Cognition*, 11, 1, 59-69.
- Higgins E.T., Bond R.N., Klein R. et Strauman T. (1986)**, Self-discrepancies and emotional vulnerability : How magnituden accessibility, and type of discrepancy influence affect, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 5-15.
- Higgins E.T., Friedman R.S., Harlow R.E., Idson L.C., Ayduk O.N. et Taylor A. (2001)**, Achievement orientations from subjective histories of success : Promotion pride versus prevention pride, *European Journal of Social Psychology*, 31, 3-23.
- Higgins, E. T., Shah, J., et Friedman, R. (1997)**. Emotional responses to goal attainment: Strength of regulatory focus as moderator, *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 515-525.
- Higgins, E. T., Roney C.J., Crowe E. et Hymes C. (1994)**, Ideal versus Ought Predilections for Approach and Avoidance : Distinct Self-regulatory Systems, *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 2, 276-286.
- Hilgard E.R., Atkinson R.L. et Atkinson R.C. (1980)**, *Introduction à la psychologie*, Montréal, Editions vivantes.
- Hintermeyer P. (2011)**, Le monde de l'euthanasie, *Questions de communication*, 20, 155-174.
- Hoelter J.W. (1979)**, Multidimensional treatment of fear of death, *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 47, 996-999.
- Hogg M.A. (2007)**, *Uncertainty-identity theory*, In M.P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, San Diego, CA : Academic Press.
- Holbrook M.B. et Batra R. (1987)**, Assessing mediators to the role of emotions responses as consumer advertising, *The Journal of Consumer Research*, 14, 3, 404-420.
- Holstein, M. B., et Minkler, M. (2003)**, Self, society, and the "new gerontology", *The Gerontologist*, 43, 6, 787-796.
- Howell D.C. (1998)**, *Méthodes statistiques en sciences humaines*, Paris, France : De Boeck Université
- Hubler S. (2001)**, Americans fend off sorrow with laden fork and spoon : people are craving sweets, getting together for potlucks, canning goods, baking pies and Carbo Loading (and therefore exercising), *Los Angeles Times*, October 2.

I

- Irwin J.R. (2001)**, Continuous and discrete variables, *Journal of Consumer Psychology*, 10, 1/2, 37-53.
- Irwin J.R. et McClelland G.H. (2001)**, Misleading heuristics and moderated multiple regression models, *Journal of Marketing Research*, 38, 1, 100-109.
- Irwin J.R. et McClelland G.H. (2003)**, Negative consequences of dichotomizing continuous predictor variables, *Journal of Marketing Research*, 40, 3, 366-371.
- Izard C.E. (1971)**, *The face of emotion*, New York : Appleton-Century-Crofts.
- Izard C.E. (1972)**, *Patterns of emotion*, New York : Academic Press.

J

- Jaccard J. et Turrisi R. (2003)**, Interaction effects in multiple regression (2nd Ed.). Thousand Oaks, CA : Sage Publications.
- Jallais C. (2006)**, *Effets des humeurs positive et négative sur les structures de connaissances de type script*, Thèse de doctorat de Psychologie, Université de Nanates, UFR de Psychologie.
- James, W.H. (1957)**, Internal versus External Control of Reinforcement as a Basic Variable in Learning Theory, Unpublished Doctoral Dissertation, Ohio State University.
- James W. (1902)**, *Varieties of Religious Experience : A study in Human Nature*, New York : Mentor Edition.
- James L.R. et Brett J.M. (1984)**, Mediators, moderators, and tests for mediation, *Journal of Applied Psychology*, 69, 2, 307-321.
- Jankélévitch V. (1966)**, *La Mort*, Paris, Flammarion, Champs.
- Jankélévitch V. (1994)**, *Penser la mort*, Paris, L. Levi.
- Janz N.K. et Becker M.H. (1984)**, The Health Belief Model : A decade later, *Health Education Quarterly*, 11, 1, 1-47.
- John O.P. et Gross J.J. (2004)**, Healthy and unhealthy emotion regulation: Personality processes, individual differences, and lifespan development, *Journal of Personality*, 72, 1301-1334.
- Johnson E. (2011)**, The unconscious influence of mortality salience on younger and older adults, *Masters Theses & Specialist Projects*, Paper 1087.
- Johnson B.R., Jang S.J., Larson D.B. et Li S.D. (2001)**, Does adolescent religious commitment matter ? A re-examination of the effects of religiosity on delinquency, *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 38, 1, 22-43.
- Johnson S.L., Ballister C. et Joiner T.E. (2005)**, Hypomaniac vulnerability, terror management and materialism, *Personality and individual differences*, 38, 287-296.
- Jonas E. et Fischer P. (2006)**, Terror management and religion : Evidence that intrinsic religiousness mitigates worldview defense following mortality salience, *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, 553-567.

Jonas E., Fritsche I. et Greenberg J. (2005), *Currencies as cultural symbols, An existential psychological perspective on reactions of Germans toward euro*, *Journal of Economic Psychology*, 26, 129-146.

Jung C.G. (1956), *Two essays on analytical psychology*, Cleveland : Meridian Books.

K

Kahana M.J. (1996), Associative retrieval processes in free-recall, *Memory and Cognition*, 24, 103-109.

Kahneman D. et Tversky A. (1979), Prospect theory : an analysis of decision under risk, *Economica*, 47, 2, 263-291.

Kant E. (1781), Critique de la raison pure.

Kasen S., Vaughan R.D. et Walter H.J. (1992), Self efficacy for AIDS preventive behaviors among tenth grade students, *Health Education Quarterly*, 19, 187-202.

Kasser T. et Ryan R.M. (1996), Further Examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 280-287.

Kasser T. et Sheldon K.M. (2000), Of Wealth and Death : materialism, mortality salience and consumption behavior, *Psychological Science*, 11, 4, 348-351.

Kastenbaum R. (1982), Time course and time perspective in later life, *Annual Review of Gerontology and Geriatrics*, 2, 80-101.

Kaufmann, W. (1976), *Existentialism, religion and death*, New York: New American Library.

Kaufmann S.R. (1986), *The ageless self sources of meaning in late life*, Madison, University of Wisconsin, Press.

Kenny D.A. (2003), Mediation, <http://www.users.rcn.com/dakenny/mediate.htm/>.

Kenny D.A., Kashy D.A. et Bolger N. (1998), Data analysis in social psychology, *The handbook of social psychology*, vol 1, 4^e edition, eds. A.T. Gilbert, S.T. Fiske et G. Lindzey, Boston: The McGraw-Hill Companies, Inc., 233-265.

Kierkegaard (1844), *The concept of dread*, Princeton : University Press edition, 1957, traduit par Walter Lowrie.

Kinnear P. et Gray C. (2005), *SPSS facile, appliqué à la psychologie et aux sciences sociales*, Bruxelles : De Boeck.

Klinger, E. (1975), Consequences of commitment to and disengagement from incentives, *Psychological Review*, 82, 1-25.

Klinger E. (1977). *Meaning and void: Inner experience and the incentives in people's lives*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

Klug L. et Sinha A. (1987), Death Acceptance : a two-component formulation and scale, *Omega*, 18, 229-235.

Knutson B., Rick S., Wimmer G.E., Prelec D. et Loewenstein G. (2007), Neural predictors of purchases, *Neuron*, 53, 1, 147-156.

- Kopp S.W. et Pullen B.K. (2002)**, Death goods : death anxiety prevents purchase and preparation, *American Marketing Association*, Winter Educators, Austin, Texas.
- Krieger S.R., Epting F.R. et Leitner L.M. (1974)**, Personal constructs, threat, and attitudes toward death, *Omega*, 5, 299-310.
- Kubler-Ross E. (1969)**, *On Death and Dying*, London, UK : Tavistock.
- Kübler-Ross, E. (1997)**, *The wheel of life: A memoir of living and dying*. New York: Simon & Schuster.
- Kuhl J. (2000)**, *A functional-design approach to motivation and self-regulation: The dynamic of personality systems interactions*. In M. Boekaerts, P. R. Pintrich M. Zeidner (Dir.), *Handbook of self-regulation* (pp. 111-169), San Diego, Academic Press.
- Kuhnen C.M. et Knutson B. (2005)**, The neural basis of real-time financial risk processing, *Journal of Cognitive Neuroscience*, 14, 323-339.

L

- Labouvie-Vief G. (2003)**, Dynamic Integration : Affect, Cognition, and the Self in adulthood, *Current Directions in Psychological Science*, 12 :201-206.
- Labouvie-Vief G., Hakim-Larson J., DeVoe M. et Schoerberlein S. (1989)**, Emotions and Self-Regulation : A Life Span View, *Human Development*, 32 :279-299.
- Lacan J. (1966)**, *Écrits*, éditions du Seuil, 2 volumes, Paris (réed. 1999).
- Lafon B. (2011)**, Les funérailles télévisées, *Questions de communication*, 19, 113-141.
- Laing R.D. (1967)**, *The Politics of Experience*, Londres, Tavistock Publications.
- Lambin J.J. (1990)**, *Recherche en marketing*, Paris, MacGraw-Hill.
- Lambin J.J. (1994)**, *La recherche marketing*, Paris : Ediscience International.
- Landau, M.J., Greenberg, J., Solomon, S., Pyszczynski, T., et Martens, A. (2006)**. Windows into nothingness: terror management, meaninglessness, and negative reactions to modern art, *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 879–892.
- Landragin F. (2004)**, *Saillance physique et saillance cognitive*, Corela, 2, 2.
- Lang, F.R. et Carstensen L.L. (2002)**. Time counts: Future time perspective, goals, and social relationships, *Psychology and Aging*, 17, 125–139.
- Larrick R.P. (1993)**, Motivational factors in decision theories: The role of self preservation, *Psychological Bulletin*, 113, 440-450.
- Lawton M.P., Kleban M.H. et Dean J. (1993)**, Affect and age: cross sectional comparisons of structure and prevalence, *Psychology and Aging*, 8, 165-175.
- Lazarus, R.S. et Folkman S. (1984)**, *Stress, appraisal, and coping*, New York: Springer Publishing Company, Inc.
- Leary M.R. (2007)**, Motivational and emotional aspects of the self, *Annual Review of Psychology*, 58, 317-44.
- Leary M.R. et Tangney J.P. (2003)**, *Handbook of Self and Identity*, NY : Guilford.

- Lebrun A.M. (1996)**, Le comportement d'achat du touriste urbain dans la ville de destination, Essai de Conceptualisation, *Thèse ès Sciences de gestion*.
- L'Ecuyer R. (1978)**, *Le concept de soi*, Paris, PUF.
- Lee A., Aaker J. et Gardner W. (2000)**, The pleasures and pains of distinct Self-construals : the role of interdependence in regulatory focus, *Journal of personality and social psychology*, 78, 6, 1122-1134.
- Legros P. (2006)**, *La mort au quotidien, Contribution à une sociologie de l'imaginaire de la mort et du deuil*, éditions Erès.
- Lehto R.H. et Stein K.F. (2009)**, Death anxiety : an analysis of an evolving concept, *Research and Theory for Nursing Practice : An International Journal*, 23, 1, 23-41.
- Lemonnier P. (2009)**, La mort, le mort, les morts et les autres, Remarques d'anthropologue, Postface, *Préhistoire Anthropologie Méditerranéennes*, 14.
- Lerner R.M., Freund A.M., De Stephanis et Habermas T. (2001)**, Understanding developmental regulation in adolescence : the use of the selection, optimization and compensation model, *Human Development*, 44, 29-50.
- Leroy X. (1992)**, Le réel et ses représentations, note de cours, module Santé et Module, EDUS 2140, document non édité, U.C.L.-RESO, Faculté de Médecine, Bruxelles, pp2-8.
- Levenson H. (1974)**, Activism and powerful others : distinctions within the concept of internal-external control, *Journal of Personality Assessment*, 38, 377-383.
- Levet-Gautrat M. et Fontaine A. (1987)**, *Gérontologie sociale*, Collection Que sais-je ?, N° 2373, Paris : Presses Universitaires de France.
- Levinas E. (1980)**, *Le Temps et l'Autre*, Montpellier, Fata Morgana, PUF.
- Levitte A. (2011)**, La perception des objets quotidiens dans l'espace urbain, *Thèse de doctorat en esthétique*, Ecole des Hautes études en Sciences Sociales.
- Levy-Leboyer C. (1980)**, *Psychologie et environnement*, PUF, Paris.
- Lewin K. (1935)**, *A dynamis theory of personality*, NY : McGraw-Hill.
- Liberman N. et Trope Y. (1998)**, The role of feasibility and desirability considerations in near and distant future decisions : A test of temporal construal theory, *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 5-18.
- Lieberman, M., Doyle, A. et Markiewicz, D. (1999)**, Developmental patterns in security of attachment to mother and father in late childhood and early adolescence: Associations with peer relations, *Child Development*, 70, 1, 203-213.
- Lichtlé M.C. et Plichon V. (2005)**, La diversité des états affectifs dans un point de vente, *Décisions Marketing*, 39, juillet-septembre, 33-42.
- Lifton R.J. (1976)**, *The life of the self*, New York: Simon e Schuster.
- Lits M. (1993)**, *La peur, la mort et les medias*, Bruxelles, Ed. Vie ouvrière.
- Liu J.E. et Smeesters D. (2010)**, Have you seen the news today ? The effect of death-related media contexts on brand preferences, *Journal of Marketing Research*, 47, 2, 251-262.

- Lockwood P., Jordan C.H. et Kunda Z. (2002)**, Motivation by positive and negative role models : regulatory focus determines who will best inspire us, *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 854-864.
- Lonetto R. (1982)**, Personifications of death and death anxiety, *Journal of Personality Assessment*, 46, 404-408.
- Lonetto R., Fleming S. et Mercer G.W. (1979)**, Structure of death anxiety – Factor analytic study, *Journal of Personality Assessment*, 43, 4, 388-392.
- Losco J. et Epstein S. (1974)**, Relative steepness of approach and avoidance gradients in humans, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1, 1, 203-206.
- Lubart T. et Georsdottit A.S. (2004)**, Créativité, haut potentiel et talent, *Psychologie française*, 49, 3, 277-291.
- Lunardo R. (2007)**, Le contrôle perçu du consommateur dans l'expérience de magasinage : proposition d'un cadre conceptuel et d'une mesure de son influence sur le comportement, *Thèse de doctorat en Sciences de gestion*.

M

- Macaluso G. (2008)** *Le stress chez la personne âgée*, Paris : L'Hamarttan.
- MacKinnon D.P., Krull J.L. et Lockwood C.M. (2000)**, Equivalence of the mediation, confounding and suppression effect, *Prevention Science*, 1, 4, 173-181.
- MacKinnon D.P. et Lockwood Ch.M., Hoffman J.M., West S.G. et Sheets V. (2002)**, A comparison of methods to test mediation and other intervening variable effects, *Psychological Methods*, vol 7, 1, pp. 83-104.
- Maheswaran D. et Agrawal N. (2004)**, Motivational and cultural variations in mortality salience effects: contemplations on terror management theory, *Journal of Consumer Psychology*, 14, 3, 213-218.
- Malas Z. et Guiot D. (2009)**, Comprendre la structure du portefeuille de l'épargnant âgé : le rôle du rapport à l'avenir, *Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Londres, 13-14 Mai.
- Malhotra N.K. (1993)**, *Marketing research : an applied orientation*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, N.J.
- Malhotra N.K. (1988)**, Self concept and product choice : an integrated perspective, *Journal of Economic Psychology*, 9, 1-28.
- Malhotra N., Décaudin J.M. et Bouguerra A. (2007)**, *Etudes marketing avec SPSS*, Pearson education, Paris.
- Malraux A. (1950)**, *Saturne, Essai sur Goya*, Gallimard.
- Mandel N. et Heine S.J. (1999)**, Terror management and marketing : he who dies with the most toys wins, *Advances in Consumer Research*, 26, 527-532.
- Mandel N. et Smeesters D. (2008)**, The sweet escape : effects of mortality salience on consumption quantities for high and low self esteem consumers, *Journal of Consumer Research*, 35, 309-23.

- Markman A.B. et Brendl C.M. (2000)**, The influence of goals on value and choice, in *The Psychology of Learning and Motivation*, D.L. Medin, Ed. Vol 39, San Diego, CA : Academic Press, 97-129.
- Markus H. et Wurf E. (1987)**, The dynamic self-concept: A social psychological perspective, In M. R. Rosenzweig & L.W. Porter (Eds.), *Annual Review of Psychology*, 38, 299-337.
- Martens A., Greenberg J., Schimel J., Kosloff S. et Weise D.R. (2010)**, Disdain for anxious individuals as a function of mortality salience, *European Journal of Social Psychology*, 40, 1172-1183.
- Martens A., Burke B.L., Schimel J. et Faucher E.H. (2011)**, Same but different : meta-analytically examining the uniqueness of mortality salience effects, *European Journal of Social Psychology*, 41, 6-10.
- Martin L.L. (1999)**, I-D compensation theory : some implications of trying to satisfy immediate-return needs in a delayed-return culture, *Psychological Inquiry*, 10, 195-208.
- Martin I.M. et Kamins M.A. (2009)**, An application of terror management theory in the design of social and health-related anti-smoking appeals, *Journal Of Consumer Behaviour*, 9, 3, 172-190.
- Maslow A. (1943)**, A theory of human motivation, *Psychological Review*, 50, 4, 370-396.
- Maslow A. (1954)**, *Motivation and Personality*, NY, Harper.
- Maslow A. (1962)**, *Vers une psychologie de l'être*, Paris, Fayard.
- Mathur A., Moschis G.P. et Lee E. (1999)**, Stress and Consumer Behavior – Coping Strategies of Older Adults, *Journal of Marketing Practice : Applied Marketing Science*, 6, 7, 233-247.
- Maxfield M., Kluck, B., Greenberg, J., Pyszczynski, T., Cox, C.R., Solomon S. et Weise, D. (2007)**, Age-related differences in responses to thoughts of one's own death : mortality salience and judgments of moral transgressions, *Psychological Aging*, 22, 2, 341-353.
- Maxfield M., Pyszczynski T., Kluck B., Cox C., Greenberg J., Solomon S. et Weise D. (2007)**, Age-related differences in responses to thoughts of one's own death : mortality salience and judgments of moral transgressors, *Psychology and Aging*, 22, 343-351.
- Maxfield M., Solomon S., Pyszczynski T. et Greenberg J. (2010)**, Mortality salience effects on the life expectancy estimates of older adults as a function of neuroticism, *Journal of Aging Research*, 2010.
- Maxwell S.E. et Delaney H.D. (1993)**, Bivariate median-split and spurious statistical significance, *Psychological Bulletin*, 113, 181-190.
- Mayer J.D. et Gaschke Y.N. (1988)**, The experience and meta-experience of mood, *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 102-111.
- McAdams D. P. et de St Aubin E. (1992)**, A theory of generativity and its assessment through self-report, behavioral acts, and narrative themes in autobiography, *Journal of personality and social psychology*, 62, 1003-1015.
- McAdams D.P., de St Aubin E. et Logan R.L. (1993)**, Generativity among young, midlife, and older adults, *Psychology and Aging*, 8, 221-230.

- McAdams D.P., Diamond A., de St Aubin E. et Mansfield E. (1997)**, Stories of Commitment : The Psychosocial Construction of Generative Lives, *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 678-694.
- McCoy SK, Pyszczynski T., Solomon S. et Greenberg J. (2000)**, Transcending the self: A terror management perspective on successful aging, In Tomer A, editor. *Death Attitudes and the older adults: Theories, Concepts and applications*, Philadelphia: Brunner – Routledge, pp. 37-63.
- McDonald R.T. et Hilgendorf W.A. (1986)**, Death imagery and death anxiety, *Journal of Clinical Psychology*, 42, 87-91.
- McGregor I. (2006)**, Offensive defensiveness : Toward and integrative neuroscience and compensatory zeal after mortality salience, personal uncertainty, and other poignant self-threats, *Psychological Inquiry*, 17, 299-308.
- McGregor H.A., Lieberman J.D., Greenberg J. Solomon S., Arndt J. Simon L. et Pyszczynski T. (1998)**, Terror management and aggression : evidence that mortality salience motivates aggression against worldview threatening others, *Journal of personality and social psychology*, 74, 3, 590-605.
- McGregor I. et Little B.R. (1998)**, Personal projects, happiness, and meaning: On doing well and being yourself, *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 494-512.
- McGregor I., Zanna M.P., Holms J.G. et Spencer S.J. (2001)**, Compensatory conviction in the face of personal uncertainty: Going to extremes and being oneself, *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 472-488.
- McGregor L., Gailliot M.T., Vasquez N. et Nash K. (2010)**, Ideological and personal zeal reactions to threat among people with high self-esteem: Motivated promotion focus, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33, 1587-1599.
- McMordie W.R. et Kumar A. (1984)**, Cross-cultural research on the Templer/McMordie death anxiety scale, *Psychological Reports*, 54, 959-963.
- Mehrabian A. (1976)**, *Public spaces and private spaces : the psychology of work, play and living environments*, New York : Basic Books, Inc.
- Mehrabian A. et Russel J.A. (1974)**, *An Approach to Environmental Psychology*, Cambridge, AM: M.I.T. Press.
- Micu C.C. et Chowdhury T.G. (2010)**, The effect of message's regulatory focus and product type on persuasion, *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 18, 2, 181-190.
- Milanaccio A. (2007)**, *Sociologies de la mort*, in : International Review of Sociology, 17, 105-108.
- Miles M.B. et Huberman M.A. (2003)**, *Analyse des données qualitatives*, 2^{ème} édition, Paris : De Boeck.
- Miller D.T. (1978)**, What constitutes a self-serving attributional bias ? A reply to Bradley, *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 901-906.
- Miller G.A., Galanter E. et Pribram K.H. (1960)**, *Plans and the structure of behavior*, NY : Holt, Rinehart & Winston.

- Miller R.L. et Mulligan R.D. (2002)**, Terror management : the effects of mortality salience and locus of control on risk taking behaviors, *Personality and individual differences*, vol 32.
- Mikulincer M. et Florian V. (2002)**, The effects of mortality salience on self-serving attributions – evidence for the function of self-esteem as a terror management mechanism, *Basic and Applied Social Psychology*, 24, 4, 261-271.
- Mikulincer M., Florian V. et Hirschberger G. (2003)**, The existential function of close relationships: Introducing death into the science of love, *Personality and Social Psychology Review*, 7, 20-40.
- Mikulincer, M. et Florian, V. (2000)**, Exploring individual differences in reactions to mortality salience : does attachment style regulate terror management mechanisms ? *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 260-273.
- Mikulincer, M. et Florian, V. (2006)**, *The complex and multifaceted nature of the fear of personal death: The multidimensional model of Victor Florian*, in Tomer A., Eliason g & Wong P. (Ed), 2008, Existencial and spiritual issues in death attitudes, Mahwah, NJ, US : Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Mischel W. (1968)**, *Personality and Assessment*, Ed. Wiley.
- Mischel W., Cantor N. et Feldman S. (1996)**, Principles of self-regulation: The nature of willpower and self-control. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 329–360). New York: Guilford Press.
- Mishra H., Mishra A. et Nayakankuppam D. (2010)**, How salary receipt affect consumers' regulatory motivations and product preferences, *Journal of Marketing*, 74, 93-103.
- Mitroff I. et Denton E. (1999)**, A study of spirituality in the workplace, *Sloan Management Review*, 40, 4, 83-92.
- Moeller S. (1999)**, *Compassion Fatigue : How the Media Sell Disease, Famine, War and Death*, New York, Routledge.
- Mogilner C., Aaker J.L. et Pennington G.L. (2008)**, Time will tell : the distant appeal of promotion and imminent appeal of prevention, *Journal of Consumer Research*, 34, 670-681.
- Molden D.C., Lee A.Y. et Higgins E.T. (2007)**, Regulatory focus. In J. Shah and W. Gardner (Eds.), *Handbook of motivation science*, New York: Guilford Press.
- Molden D.C., Lee A.Y. et Higgins E.T. (2008)**, Motivations for promotion and prevention, In J. Shah et W. Gardner (Eds.), *Handbook of Motivation Science*, pp. 169-187, NY : Guilford Press.
- Moloney J.C. (1949)**, *The magic Cloak : A contribution to the psychology of authoritarianism*, H. Marcuse, The ideology of death, in Feifel, Meaning of Death, Chapter 5.
- Molden D.C., Lee A.Y. et Higgins E.T. (2007)**, Motivations for promotion and prevention, In J. Shah & W. Gardner (Eds.), *Handbook of Motivation Science*, 169-187, New York : Guilford.
- Monson T.C., Hesley J.W. et Chernick L. (1982)**, Specifying when perosnality traits can and cannot predict behavior : an alternative to abandoning the attempt to predict single-act criteria, *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 385-399.

- Moore M.K. et Neimeyer R.A. (1991)**, A confirmatory factor analysis of the Threat Index, *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 122–129.
- Morin E. (1951)**, *L'homme et la mort*, Le seuil.
- Morin E (1992)**, *La Méthode*, La connaissance de la connaissance, Points Essais.
- Morrow F.R.M. (2007)**, Death anxiety : living your dying, A theoretical and heuristical study of the anxiety of death and the sacred, *Dissertation Abstracts International*, 67, 1.
- Moschis G.P. (1994)**, Consumer behavior in later life : multidisciplinary contributions and implications for research, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 3, 195-204.
- Moschis G.P. (1996)**, Life stages of the mature market, *American demographics*, 18, 9, 44.
- Moschis G.P. (2003)**, Marketing to older adults, an updated review of present knowledge and practice, *Journal of Consumer Marketing*, 20, 6, 516-525.
- Moschis G.P., Bellenger D. et Curasi C.F. (2003)**, Financial service preferences and patronage motives of older consumers, *Journal of Financial Services Marketing*, 7, 4, 331-340.
- Mouakhar Klouz D. (2009)**, La motivation du cadeau à soi : exploration par la théorie de l'orientation régulatrice individuelle, *thèse de doctorat en sciences de gestion*, Université Paris Dauphine.
- Mroczek D.K. et Kolarz C.M. (1998)**, The effect of age on positive and negative affect : a developmental perspective on happiness, *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 1333-1349.
- Muccielli A. (1991)**, *Les méthodes qualitatives*, Paris, PUF.
- N**
- Neimeyer, R.A. (1994)**, *Death Anxiety Handbook*, Washington DC, Taylor et Francis.
- Neimeyer, R.A. (2001)**, *Lessons of loss: A guide to coping*. Philadelphia & London: Brunner Routledge.
- Neimeyer, R.A. (2005)**, Tragedy and transformation: Meaning reconstruction in the wake of traumatic loss. In S. C. Heilman (Ed.), *Death, bereavement and mourning* (pp. 121-134). New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Neimeyer R.A., Bagley K. et Moore M. (1986)**, Cognitive structure and death anxiety, *Death Studies*, 10, 273-288.
- Neimeyer R., Moore M.K. et Bagley K.J. (1988)**, A preliminary factor structure for the Threat Index, *Death Studies*, 12, 225-233.
- Neimeyer, R. A. et Chapman, K. M. (1980)**, Self/ideal discrepancy and fear of death: Testing an existential hypothesis, *Omega*, 11, 233-240.
- Neimeyer R.A. et Van Brunt D. (1995)**, Death anxiety: In H. Wass & R. A. Neimeyer (Eds.) (1995). *Dying: Facing the facts* (3rd Ed). (pp. 49-88). New York: Taylor & Francis.
- Neimeyer R.A., Wittkowski J. et Moser R. (2004)**, Psychological research on death

attitudes: An overview and evaluation, *Death Studies*, 28, 309-340.

Neugarten B.L. (1979), Time, age, and the life cycle, *The American Journal of Psychiatry*, 7, 887-894.

Neugarten B.L. (1997), *Personality and aging*. In J. E. Birren & K. W. Schaie (Eds.), *Handbook of the psychology of aging* (pp. 626-649). New York: Van Nostrand Reinhold.

Newcomb T.M. (1929), *Consistency of certain extrover-introvert behavior patterns in 51 problem boys*, New York : Columbian University, Teachers College, Bureau of Publications.

Newcomb T.M., Turner R.H. et Converse P.E. (1965), *Social Psychology; the Study of Human Interaction*. New York: Holt, Rinehart and Winston

Niemiec C.P., Brown K.W., Kashdan T.B., Cozzolino P.J., Breen W.E., Levesque-Bristol C.L. et Ryan R.M. (2010), Being present in the face of existential threat : the role of trait mindfulness in reducing defensive responses to mortality salience, *Journal of Personality and Social Psychology*, 99, 2, 344-365.

Noppe I.C. et Noppe L.D. (1997), Evolving meanings of death during early, middle, and later adolescence, *Death Studies*, 21, 3, 253-275.

Nuttin J. (1980), *Motivation et perspectives d'avenir*, Presses Universitaires de Louvain.

O

Ochsmann R. et Mathy M. (1994), *Depreciating and distancing from foreigners: Effects of mortality salience*, Unpublished manuscript, University of Mainz. Mainz, Germany.

Oser F. et Gmünder P. (1991), *L'homme, son développement religieux : étude de structuralisme génétique*. Paris : Éditions du Cerf.

Osgood, C. E., Suci, G. J. et Tannenbaum P. (1957), *The Measurement of Meaning*. Urbana: University of Illinois Press.

Otto R. (1923), *The idea of the holy*, New York: Anchor Books Edition.

Owens G. (1993), *An interview-based approach to the study of adult romantic relationships*, unpublished manuscript, State University of New York.

P

Palmer, G. (1993), *Death: The trip of a lifetime*. San Francisco, CA: HarperSanFrancisco

Pascal B., *Les Pensées*.

Pasquier D. et Lucot J.-C. (1999), Une nouvelle échelle de localisation du contrôle- interne externe, N.E.L.C.-I.E., *Pratiques Psychologiques*, 2, 77-84.

Pattabhiraman T. (1993), *Aspects of Salience in Natural Language Generation*, PhD. Thesis, Simon Fraser University.

Pattabhiraman T. et Cercone N. (1990), *Selection : Salience, Relevance and the Coupling between domain-level Tasks and Text Planning*, In *Proceedings of the Fifth International Workshop on Natural Language Generation*, Dawson, 79-86.

- Payen V. (2011)**, Motivation d'approche et d'évitement : effets psychophysiologiques de la couleur rouge sur les processus cognitifs et moteurs, *Thèse de doctorat en Sciences du mouvement humain*, Université de Toulon.
- Perdue B.C. et Summers J.O. (1986)**, Checking on the success of manipulations in marketing experiment, *Journal of Marketing Research*, 23, 4, 317-326.
- Peterson C. (1999)**, Personal Control and Well-being, In D. Kahneman, E. Diener, & N. Schwarz (Eds.), *Well-being: The foundations of hedonic psychology* (pp. 213–229). New York: Russell Sage Foundation.
- Pham M.T. et Avnet T. (2004)**, Ideals and oughts and the reliance on affect versus substance in persuasion, *Journal of Consumer Research*, 30, 4, 503-518.
- Pham M.T. et Higgins E.T. (2005)**, Promotion and prevention in consumer decision making : the state of the art and theoretical propositions, in *Inside Consumption : Consumer Motives, Goals, and Desires*, ed. S. Ratneshwar and David Glen Mick, New York : Routledge.
- Piaget J. (1952)**, *The Origins of Intelligence in Children*. New York: International Universities Press. (Originally published 1936.)
- Piedmont R.L. (1997)**, Development and validation of the transcendence scale: A measure of spiritual experience. In J.E.G. Williams (Chair), *Spiritual experience and the five-factor model of personality*. Symposium conducted at the annual meeting of the American Psychological Association, Chicago, IL.
- Plichon V. (1999)**, Analyse de l'influence des états affectifs sur le processus de satisfaction dans la grande distribution, *thèse de doctorat en Sciences de gestion*, Université de Bourgogne, janvier, Dijon.
- Pollak J.M. (1980)**, Correlates of death anxiety : a review of empirical studies, *Omega : Journal of Death and Dying*, 10, 97-121.
- Popper K. (1990)**, *Le réalisme et la science*, Hermann.
- Powers W.T. (1973)**, *Behavior : The control of perception*, Chicago : Aldine.
- Preacher K.J. et Hayes A.F. (2004)**, SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models, *Behavior Research Methods, Instruments and Computers*, 36, 4, 717-731.
- Preacher K.J. et Hayes A.F. (2008)**, Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models, *Behavior Research Methods*, 40, 3, 879-891.
- Proulx T. et Heine S.J. (2006)**, Death and black diamonds : Meaning mortality, and the meaning maintenance model, *Psychological Inquiry*, 17, 309-318.
- Punj G.N. et Stewart D.W. (1983)**, A model of consumer information search for behavior for new automobiles, *Journal of Consumer Research*, 9, pp. 366-380.
- Pyszczynski T., Greenberg J. et Solomon S. (1999)**, A dual process model of defense against conscious and unconscious death-related thoughts : An extension of terror management theory, *Psychological Review*, 106, 835-845.
- Pyszczynski T, Wicklund RA, Floresky S, Gauch G, Koch S, Solomon S, Greenberg J. (1996)**, Whistling in the dark: Exaggerated estimates of social consensus in response to incidental reminders of mortality, *Psychological Science*, 7, 332–336.

- Pyszczynski T., Greenberg J. et Solomon S. (1999)**, A dual-process model of defense against conscious and unconscious death-related thoughts : an extension of terror management theory, *Psychological Review*, 106, 4, 835-845.
- Pyszczynski T., Greenberg J., Solomon S., Arndt J. et Schimel J. (2004)**, Why do people need self-esteem ? A theoretical and empirical review, *Psychological Bulletin*, 130, 435-468.
- Pyszczynski T., Solomon S. et Greenberg J. (2003)**, *In the wake of 9/11 : The psychology of terror*, Washington, DC : American Psychological Association.
- Pyszczynski, T., Greenberg, J., Solomon, S., et Maxfield, M. (2006)**. On the unique psychological import of the human awareness of mortality: Theme and variations, *Psychological Inquiry*, 17, 328-356.
- Pyszczynski T., Solomon S., Greenberg J. et Stewart-Fouts M. (1994)**, Liberating and constraining aspects of self : Why the freed bird finds a new cage. In A. Oosterwegel & R.A. Wicklund (Eds.), *The self in European and North American culture : Development and processes*. Dordrecht, The Netherlands : Kluwer.
- R**
- Rabatel A. (2011)**, Annoncer la mort, *Questions de communication*, 19.
- Rank O. (1924)**, *Le traumatisme de la naissance*, Paris, Payot.
- Rank O. (1931)**, *Psychology and the Soul*, New York : Perpetua Books Edition, 1961.
- Rank O. (1941)**, *Beyond Psychology*, New York : Dover Books.
- Rapp M. (2002)**, Dual-task in Performance in Memory and Balance : The Role of Aging, *Thèse de doctorat, Université libre de Berlin*.
- Ray J.J. et Najman J. (1974)**, Death anxiety and death acceptance : a preliminary approach, *Omega*, 5, 4, 311-315.
- Reedy M.N. (1983)**, *Personality and Aging*. In J.E. Birren and D.S. Woodruff (Eds.), *Aging: Scientific Perspectives and Social Issues*, Second Edition. New York: D. Van Nostrand.
- Reedy M.N., Birren J.E. et Schaie K.W. (1981)**, Age and sex differences in satisfying love relationships across the adult life span, *Human Development*, 24, 52-66.
- Reich K.H. (2000)**, What characterizes spirituality ? A comment on pargame,nt Emmons and Crumpler and Stifoss-Hansen, *International Journal for the Psychology of Religion*, 10, 2, 125-128.
- Riediger M., Li S.-C. et Lindenberger U. (2006)**, Selection, optimization and compensation as developmental mechanisms of adaptive resource allocation : Review and preview. In J.E. Birren & K.W. Schaie (Eds.), *The Handbooks of Aging : Vol 2, Handbook of the Psychology of Aging*, pp. 289-313. Amsterdam : Elsevier.
- Rieunier S. (2000)**, L'influence de la musique d'ambiance sur le comportement des consommateurs dans le point de vente, *Thèse de doctorat en sciences de gestion*, Université Paris Dauphine.
- Rigdon M.A. et Epting F.R. (1985)**, Reduction in death threat as a basis for optimal functioning, *Death Studies*, 9, 427-448.

- Rindfleisch A., Burroughs J. et Wong N. (2009)**, The safety of objects : materialism, existential insecurity and brand connection, *Journal of Consumer Research*, Vol 36.
- Rippetoe P.A. et Rogers R.W. (1987)**, Effects of components of protection motivation theory on adaptive and maladaptive coping with a health threat, *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 596-604.
- Robinson, J.P. et Shaver, P.R. (1973)**, *Measures of Social Psychological Attitudes*, Survey Research Center, Institute for Social Research, University of Michigan, Ann Arbor.
- Rogers R.W. (1961)**, *On becoming a person*. Boston: Houghton Mifflin
- Rogers R.W. (1975)**, A protection motivation theory of fear appeals and attitude change, *Journal of Psychology*, 91, 93-114.
- Rogers R.W. (1983)**, Cognitive and physiological processes in fear appeals and attitude change: a revised theory of protection motivation, In *Social Psychophysiology: A sourcebook* (Eds., J.T. Cacioppo and R.E. Petty), pp. 153-176, The Guilford Press: New York.
- Rogers R.W. (1985)**, Attitude change and information integration in fear appeals, *Psychological Reports*, 56, 183-188.
- Rogers T.B, Kuiper N.A. et Kirker W.S. (1977)**, Self-reference and the encoding of personal information, *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 677-688.
- Romelaer P. (2002)**, *Notes sur l'entretien semi-directif centré*, CEFAG 2002, Séminaire « Méthodes qualitatives de recherche en gestion », La Londe Les Maures.
- Rosenberg M. (1965)**, *Society and the adolescent self-image*, Princeton, NJ : Princeton University Press.
- Rosenberg M. (1979)**, *Conceiving the self*, Basic, NY
- Rosenblatt A, Greenberg J, Solomon S, Pyszczynski T et Lyon D. (1989)**, Evidence for terror management theory I: The effects of mortality salience on reactions to those who violate or uphold cultural values, *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 681-690
- Rosenfeld R.M., Kastenbaum R. et Slater P.E. (1964)**, *Patterns of Short-Range time orientation in geriatric patients*, New Thoughts on old age, ed. R. Kastenbaum, New York, 291-299.
- Ross I. (1971)**, Self concept and brand preference, *Journal of Business*, 44, 1, 38-50.
- Ross I. (1981)**, Information Processing and The Older Consumer : Marketing and Public Policy Implications, *Advances in Consumer Research*, 9, Ed A. Mitchell, Ann Arbor, Michigan, Association for Consumer Research, 31-39.
- Rotter J.B. (1966)**, Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement, *Psychological Monographs*, 80 (Whole No. 609).
- Rotter J.B. (1990)**, Internal versus external control of reinforcement : a case history of a variable, *American Psychology*, 45, 4, 489-493.
- Roussel P., Durrieu F., Campoy E. et Akremi A. (2002)**, *Méthodes d'équations structurelles : Recherche et applications en gestion*, Paris, Economica.
- Routledge C., Arndt J., Sedikides C. et Wildschut T. (2008)**, A blast from the past : the terror management function of nostalgia, *Journal of Experimental Social Psychology*,

44, 132-140.

- Routledge C. et Arndt J. (2005)**, *Time and Terror : Managing Temporal Consciousness and the Awareness of Mortality*, in Joireman J. et Strathman A. : *Understanding Behavior In The Context of Time : Theory, Research and Application*, Lawrence Erlbaum Associates.
- Rowe J.W. et Kahn R.L. (1998)**, *Successful Aging*, NY, Pantheon Books
- Russell J.A. et Mehrabian A. (1976)**, Approach-avoidance and affiliation as functions of the emotion-eliciting quality of an environment, *Environement and Behavior*, vol 10, pp. 355-387.
- Ryan R.M. (1995)**, Psychological needs and the facilitation of integrative processes, *Journal of Personality*, 63, 397-427.
- Ryff C.D. (1995)**, On structure of psychological well-being revisited, *Journal of Personality and social Psychology*, 69, 5, 719-727.
- Ryff C.D. et Dunn D.D. (1985)**, A life-span developmental approach to the study of stressful life events, *Journal of Applied Developmental Psychology*, 6, 113-127.
- Ryff C.D. et Heidrich S.M. (1997)**, Experience and well-being: Exploration on domains of life and how they matter, *International Journal of Behavioral Development*, 20, 193-206.

S

- Safraou I. (2008)**, Besoin de cognition et besoin d'émotion : des variables individuelles stables ou des construits dynamiques variant en fonction de l'âge chronologique.
- Sanna L.J. (1999)**, Mental simulations, affect and subjective confidence : timing is everything, *Psychological Science*, 10, July, 339-345.
- Sartre (1943)**, *L'être et le néant*, Essai d'ontologie phénoménologique.
- Schiffman L.G. et Sherman E. (1991)**, Value orientations of new-age elderly : The Coming of an Ageless Market, *Journal of Business Research*, 22, 2, pp. 187-194.
- Schimel J., Hayes J., Williams T. et Jahrig J. (2007)**, Is death really the worm of the core? Converging evidence that worldview threat increases death thought accessibility, *Journal of Personality and Social Psychology*, 92, 789-803.
- Schmeichel B.J. et Martens A. (2005)**, Self-affirmation and mortality salience : affirming values reduces worldview defense and death-thought accessibility, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, May, 658-667.
- Schewe C.D. et Balazs A.L. (1992)**, Role transitions in older adults : A marketing opportunity, *Marketing & Management*, 3, 21-35
- Schiffman L.G. et Sherman E. (1991)**, Value orientations of New-Age elderly : The coming of an ageless market, *Journal of Business Research*, 22, 2, 187-194.
- Schopenhauer A. (1818)**, *Le monde comme volonté et comme représentation*, édition PUF.
- Schulz, R. (1986)**, Successful aging: Balancing primary and secondary control, *Adult Development and Aging News*, 13, 2-4

- Schulz R. et Heckhausen J. (1998)**, Aging, Culture and Control : setting a new research agenda, *Journal of Gerontology : Psychological Sciences*, 54, 3, 139-45.
- Schumaker J.F., Barraclough, R. A., et Vagg, L. M. (1991)**, Death anxiety in Malaysian and Australian university students, *Journal of Social Psychology*, 128, 41-47.
- Schwartzberg L. (1977)**, *Changer la mort*, Paris, Albin Michel.
- Searles H. (1961)**, The sources of the anxiety in paranoid Schizophrenia, *British Journal of Medical Psychology*, 34, 2, 129-141.
- See Y.H.M. et Petty R.E. (2006)**, Effects of mortality salience on evaluation of ingroup and outgroup sources : The impact of pro versus counterattitudinal positions, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 3, 405-416.
- Seligman M.E.P. et Csikszentmihalyi M. (2000)** Positive psychology: An introduction, *American Psychologist*, 55, 5-14.
- Senko C. et Harackiewicz J.M. (2005)**, Achievement goals, task performance, and interest: Why perceived goal difficulty matters, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 1739-1753.
- Shadish W.R., Cook T.D. et Campbell D.T. (2002)**, *Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference*. Boston, MA: Houghton-Mifflin.
- Shafranske E. et Gorsuch R. (1984)**, Factors Associated with the Perception of Spirituality in Psychotherapy, *Journal of Transpersonal Psychology*, 16, 231-241.
- Shah J. et Higgins E.T. (1997)**, Expectancy \times Value effects: Regulatory focus as determinant of magnitude and direction, *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 447-458
- Shah J., Higgins E.T et Friedman R.S. (1998)**, Performance incentives and means : how regulatory focus influences goal attainment, *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 285-293.
- Shah J.Y., Kruglanski A.W. et Friedman R.S. (2003)**, Goal systems theory: Integrating the cognitive and motivational aspects of self-regulation. In J. Olson, & M. Zanna (Eds.), *The Ontario Symposium on Personality and Social Psychology* (pp. 247-275)
- Sharma S., Durand R.M. et Gur-Arie O. (1981)**, Identification and analysis of moderator variables, *Journal of Marketing Research*, 18, August, 291-300.
- Shelley M.K. (1994)**, Gain/loss asymmetry in risky intertemporal choice, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 59, 124-159.
- Shin D.C. et Johnson D.M. (1978)**, Avowed happiness as an overall assessment of the quality of life, *Social Indicators Research*, 5, 475-492.
- Shoda Y. Mischel W. et Wright J.C. (1993)**, The role of situational demands and cognitive competencies in behavior organization and personality coherence, *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 1023-1035.
- Shrout P.E. et Bolger N. (2002)**, Mediation in experimental and nonexperimental studies : new procedures and recommendations, *Psychological Methods*, 7, 4, 422-445.
- Siemons J-L. (2009)**, *Mourir pour renaître, L'alchimie de la mort et les promesses de l'après-vie*, Albin Michel.

- Skinner E.A. (1996)**, A guide to constructs of control, *Journal of Personality and Social Psychology*, 71-3, 549-571.
- Smith R.B. et Moschis G.P. (1984)**, Consumer socialization of the elderly, *Advances in Consumer Research*, 11, ed. Thomas C. Kinnear, Provo, Utah, Association for Consumer Research, 548-552.
- Smith R.B., Moschis G.P. et Moore R.L. (1982)**, Social effects of mass media advertising on the elderly, presented to the Education in Journalism Annual Convention, Theory Division, Athens, Ohio.
- Smith R.B., Moschis G.P. et Moore R.L. (1985)**, Consumer Socialization : Origins, Trends and Directions for Future Research, in *SV-Historical Perspective in Consumer Research : National and International Perspectives*, eds. Jagdish N. Sheth and Chin Tiong Tan, Singapore : *Association for Consumer Research*, 275-281.
- Snyder C.R. (1994)**, *The psychology of hope : You can get there from here*, New York : Free Press.
- Solomon M.R. (1983)**, The role of products as social stimuli : a symbolic interactionism perspective, *Journal of Consumer Research*, 10, 12, 319-329.
- Solomon S., Greenberg J. et Pyszczynski T. (1991)**, A terror management theory of social behavior : the psychological functions of self-esteem and cultural worldviews. In M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, vol 24, pp. 91-159. Orlando, FL : Academic Press.
- Solomon S., Greenberg J. et Pyszczynski T. (2004)**, *The cultural animal Twenty years of terror management theory and research*, In J. Greenberg, S.L. Koole, and T. Pyszczynski (Eds.), *Handbook of Experimental Existential Psychology*, 13-34, New York : Guilford.
- Spector P.E. (1981)**, *Research Designs*, CA : Sage.
- Spielberger, C. D. (1983)**. *Manual for the State-Trait Anxiety Inventory*. Palo Alto, California: Consulting Psychologist Press Inc
- Spinoza B. (1661)**, *L'Ethique*, Edition Folio Essais, 1994.
- Srinivasan, N. et Tikoo, S. (1992)**, Effect of Locus of Control on Information Search Behavior, in *Advances in Consumer Research*, Vol. 19, eds. John F. Sherry, Jr. and Brian Sternthal, *Advances in Consumer Research*, Vol. 19 : Association for Consumer Research, pp. 498-504.
- Staats S. (1996)**, Youthful and older biases as special cases of self-age optimization bias, *International Journal of Aging and Human Development*, 37, 3, 191-203.
- Stanley M.A. et Maddux J.E. (1986)**, Self-efficacy theory in contemporary psychology Special issue, *Journal of Social and Clinical Psychology*, 4(3).
- Steele C.M., Spencer S.J. et Lynch M. (1993)**, Self-image resilience and dissonance : The role of affirmational resources, *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 885, 896.
- Stevens S.J., Coper P.E. et Thomas L.E. (1980)**, Age norms for the Templer's Death Anxiety Scale, *Psychological Review*, 46, 205-206.
- Stewart M. (1993)**, *I can't drink beer, I've just drunk water :...*, in Gefou-Madianou D. (ed.), *Drink, Gender and Culture*, London, Routledge Kegan Paul.

- Stokols D. (1978)**, Environmental psychology, In M.R. Rosenzweig & L.W. Porter (Eds.), *Annual Review of Psychology*, 29, 253-295, Palo Alto, CA : Annual Reviews.
- Strahan E.J., Spencer S.J. et Zanna M.P. (2002)**, Subliminal priming and persuasion : striking while the iron is hot, *Journal of Experimental Social Psychology*, 38, 556-568.
- Suits D.B. (1957)**, Use of dummy variables in regression equations, *Journal of the American Statistical Association*, 52, 548-551.

T

- Taal E., Seydel E. et Wiegman O. (1990)**, Risk-appraisal, outcome and self-efficacy expectancies: Cognitive factors in preventive behavior related to cancer, *Psychology and Health*, 4, 99-109.
- Tanner W.P. et Swets J.A. (1954)**, A decision making theory of visual detection, *Psychological Review*, 1954, 61, 401-409.
- Taubman-Ben-Ari O. (2000)**, The effect of death reminders on reckless driving - A Terror Management perspective, *Current Directions in Psychological Science*, 9, 196-199.
- Taubman-Ben-Ari O. et Findler L. (2005)**, Proximal and distal effects of mortality salience on willingness to engage in health promoting behavior along the life span, *Psychology & Health*, 20, 303-318.
- Taylor S.E. (1991)**, Asymmetrical effects of positive and negative events : the mobilization-minimization hypothesis, *Psychological Bulletin*, 110, 67-85.
- Taylor S.E. et Brown J.D. (1988)**, Illusion and well being : A social psychological perspective on mental health, *Psychological Bulletin*, 103, 193-210.
- Templer D.I. (1970)**, The construction and validation of a death anxiety scale, *Journal of General Psychology*, 82, 165-177.
- Tesser A. (2000)**, On the confluence of self-esteem maintenance mechanisms, *Personality and Social Psychology Review*, 4, 290-299.
- Thiétard R.A. (1999)**, *Méthodes et recherche en management*, Ed. Dunod, Paris.
- Thiétart et al., (2007)**, *Méthodes de recherche en management*, Collection Dunod.
- Thom R. (1988)**, *Esquisse d'une sémiophysique*, InterEditions, Paris.
- Thomas L.V. (1975)**, *Anthropologie de la mort*, Payot.
- Thomas L.V. (1991)**, *La mort en question, Traces de mort, mort des traces*, L'Harmattan, Nouvelles Etudes anthropologiques.
- Thomas L.V. (2000)**, *Les chairs de la mort*, Paris, Institut d'édition Saofi-Synthélabo.
- Thorson J.A. et Powel F.C. (1994)**, A revised death anxiety scale, In R.A. Neimeyer (Ed.), *Death anxiety handbook*, pp. 31-43, Washington, DC : Taylor & Francis.
- Tillich P. (1952)**, *The courage to be*, New Haven : Yale University Press.
- Tillich P. (1956)**, *Christianity and Existentialists*, Carl Michalson, ed., New York : Scribners Sons.
- Tolstoy L. (1882)**, Confession.

- Tomer A. (1994)**, Death ANxiety in Adult Life : Theoretical Perspectives, in *Death Anxiety Handbook : Research, Instrumentation and Application*, ed R.A. Neimyer, Washington DC, Taylor and Francis.
- Tomer A. et Eliason G. (1996)**, Toward a comprehensive model of death anxiety, *Death Studies*, 20, 343-365.
- Tomer A. et Eliason G. (2006)**, Life regrets and death attitudes in college students, *Omega-Journal of Death and Dying*, 51, 173-195.
- Tomer A. et Grafton E. (1996)**, Toward a compréhensive Model of Death Anxiety, *Death Studies*, 2, 343-365.
- Tornstam, L. (1997)**, Gerotranscendence: The contemplative dimension of aging, *Journal of Aging Studies*, 11, 2, 143-154.
- Treguer J.P. (2007)**, *Le senior marketing*, Ed Dunod.
- Tritt S.M., Inzlicht M. et Harmon-Jones E. (2012)**, Toward a biological understanding of mortality salience (and other threat compnesation processes), *Social Cognition*, 6, 715-733.
- Trope Y. et Liberman A. (1996)**, Social hypothesis testing: Cognitive and motivational mechanisms. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 239–270). New York: Guilford Press.
- Trope Y. et Liberman N. (2000)**, Temporal construct and time-dependent changes in preferences, *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 876-889.
- Trope Y. et Liberman N. (2003)**, Temporal construct, *Psychological Review*, 110, 7, 403-421.
- Tuckman J. et Lorge I. (1954)**, Classification of the self as young, middle-aged or old'', *Geriatrics*, 9, 534-6.

U

- Uhl M. (1999)**, *Mort et Recherche*, Eléments d'épistémologie complémentariste
- Ulvoas-Moal G. (2009)**, *L'influence de la spiritualité sur le comportement du consommateur: clarifications conceptuelles, état des recherches et voies de recherche futures*, Journées Normandes de la Consommation, 12 et 13 mars.
- Urien B. (1998)**, Temps et comportements du consommateur, Deuxième Journée de Recherche en marketing de Bourgogne, Dijon, 4 juin.
- Urien B. (2001)**, Temps et comportement exploratoire du consommateur, *Revue Française de Gestion*, n° 135, sept-octobre.
- Urien B. (2002)**, Validation d'une échelle de mesure d'une nouvelle dimension temporelle en comportement du consommateur : l'anxiété face à l'avenir, *Revue française de Marketing*, n° 189/190.
- Urien B. (2003)**, L'anxiété face à la mort et son influence sur le comportement du consommateur, *Recherche et Applications en Marketing*, 18, 4.
- Urien B. et Guiot D. (2007)**, Attitudes face à la mort et comportements d'ajustement des consommateurs âgés : vers l'élaboration d'une réponse marketing, *Décisions Marketing*, 46, avril-juin.

Urien B. et Kilbourne W. (2008), On the Role of Materialism in the Relationship between Death Anxiety and Quality of Life, in *Advances in Consumer Research*, Vol. XXXV, eds. Angela Y. Lee and Dilip Soman, *Association for Consumer Research*: Memphis TN.

Usunier J-C. (1992), *Commerce entre cultures, une approche culturelle du marketing international*, Collection Gestion, PUF.

V

Valéry, P. (1919), *La crise de l'esprit*.

Vallerand R.J. et O'Connor B.P. (1989), Motivation in the elderly: a theoretical framework and some promising findings, *Canadian Psychology*, 30, 538-550.

Vallières, E.F., et Vallerand, R.J. (1990), Traduction et validation canadienne-française de l'échelle de l'estime de soi de Rosenberg, *International Journal of Psychology*, 25, 305-316.

Van Auken S. et Barry T.E. (1995), An assessment of the trait validity of cognitive age measures, *Journal of Consumer Psychology*, 4, 2, 10, 107-132.

Vanhamme J. (2001), The Decline of the Senses : The Impact on Consumer's Age When Designing Products, Services and Stores, *Proceedings of the European Marketing Academy*, Bergen.

Vanhamme J. (2001), L'influence de la surprise sur la satisfaction des consommateurs – étude exploratoire par journal de bord, *Recherche et Applications en marketing*, 16, 2, 1-31.

Vernant J-P. (1996), *Entre mythe et politique*, La Librairie du XXème siècle, Paris, Seuil.

Viney L.L. (1984), Concerns about death among severely ill people, In F.R. Epting & R.A. Nemeyer (Eds.), *Personal meanings of death*, pp. 143-158. Washington, DC : Hemisphere / McGraw-Hill.

Vohs K.D. et Baumeister R.F. (2004), Understanding self-regulation: An introduction. *Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications*, pp. 1–9.

Vovelle M. (1974), *Mourir autrefois, Attitudes collectives devant la mort aux XVIIe et XVIIIe siècles*, Paris, Julliard.

Vrancken D. (2001), *Oser imaginer la retraite*, Retraite citoyenne, Collection Théories et Pratiques Sociales, Presses Universitaires de Nancy, 58-71.

W

Wallston K.A. et Wallston B.S. (1981), Health Locus of Control scales, in Lefcourt H.M. (Ed), *Research with the locus of control construct : Assessment methods*, vol 1, New York, Academic Press, 189-243.

Walter T. (1994), *The revival of death*, London, Routledge.

Watson D. et Tellegen A. (1985), Toward a consensual structure of mood, *Psychological Bulletin*, 98, 219-235, September.

Watson D. et Tellegen A. (1999), Issues in the dimensional structure of affect—Effects of

- descriptors, measurement error, and response formats: Comment on Russell and Carroll (1999), *Psychological Bulletin*, 125, 601-610.
- Watson D. et Clark L.A. (1992)**, Affects separable and inseparable : on the hierarchical arrangement of the negative affects, *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 489-505.
- Watson D., Clark L.A. et Tellegen A. (1988)**, Development and validation of brief measures of positive and negative affect : The PANAS scales, *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 6, 1063-1070.
- Weary G. (1979)**, Self-serving attributinal biases : Perceptual or response distortions ? *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1418-1420.
- Werner O. et Campbell D. (1970)**, Translating, working through Interpreters and the problem of decentering, In : R. Naroll and R. Cohen (eds.), *Handbook of Cultural Anthropology*. New York : American Museum of National History.
- Werth L. et Förster J. (2007)**, The effects of regulatory focus on braking speed, *Journal of applied social psychology*, 37, 12, 2764-2878.
- Westman A. et Canter F. (1985)**, Fear of death and the concept of extended self, *Psychological Reports*, 56, 2, 419-425.
- White G.L. et Leung S. (2002)**, American tastes move upscale, forcing manufacturers to adjust, *Wall Street Journal*, March 29.
- Wilkes R.E. (1992)**, A structural modeling approach to the measurement and meaning of cognitive age, *Journal of consumer Research*, 19, 9, 292-301.
- Williams R.H. (1963)**, Styles of life and successful aging, *Processes of Aging*, 1, ed. R.H. Williams, E. Tisbitts et L. Donahue, New York, ALtherton Press, 335-371.
- Williams P. et Drolet A. (2005)**, Age-related differences in responses to emotional advertisements, *Journal of Consumer Research*, 32, 4, 343-354, Marketing Science Institute Grant.
- Wilt, J., Oehlberg, K., et Revelle, W. (2011)**, Anxiety in Personality, Personality and Individual Differences, 50, 7, 987-993.
- Wisman A. (2006)**, Digging in Terror Management Theory: To 'use' or 'lose' the symbolic self?, *Psychological Inquiry*, 17, 319-327.
- Wisman A. et Goldenberg J.L. (2005)**, From the grave to the cradle : Evidence that mortality salience engenders a desire for offspring, *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 46-61.
- Witte K. et Allen M. (2000)**, A meta-analysis of fear appeals: implications for effective public health campaigns, *Health Education and Behavior*, 27, 591-615.
- Wong P.T. (1986)**, *Personal meaning and happiness in the elderly*. Paper presented in a symposium at the Annual Convention of the Canadian Psychological Association, Toronto, ON.
- Wong P.T. (1989)**, Successful aging and personal meaning, *Canadian Psychology*, 30, 516-525.
- Wong, P.T. (1994)**, *Death Attitude Profile—Revised: A multidimensional measure of attitudes toward death*. In R. A. Neimeyer, *Death anxiety handbook: Research, instrumentation, and application* (pp. pp. 121-148). Washington, DC: Taylor &

Francis.

- Wong P.T. (1995)**, *The adaptive processes of reminiscence*. In B. Haight & J. D. Webster (Eds.) *Reminiscence: Theory, research methods, and applications* (pp. 23-35). Washington, DC: Taylor & Francis.
- Wong P.T. (1998)**, *Spirituality, meaning, and successful aging*. In P. T. P. Wong & P. Fry (Eds.), *The human quest for meaning: A handbook of psychological research and clinical applications*. (pp. 359-394). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publisher
- Wong P.T. (1999)**, Meaning of life and meaning of death in successful aging, In A. Tomer (Eds.), *Death attitudes and the older adult*, pp. 23-35, Brunner / Mazel Publishers.
- Wong P.T. (2000)** Full circle : spiritual therapy for the elderly, *Canadian Psychology*, 42, 1, 85-86.
- Wong P.T. (2005)**, Existencial and humanistic theories, In J.C. Thoma & D.L. Segla (Eds.), *Comprehensive Handbook of personality and psychopathology*, Hboken, NJ : John Wiley & Sons, Inc.
- Wong P.T., Reker G.T. et Gesser T. (1994)**, Death Attitude Profile-Revised : A Multidimensional Measure of Attitudes Toward death, in *Death Anxiety Textbook*, ed R.A. Neimeyer, Washington DC, Taylor and Francis, 121-48.
- Wong P. et Stiller C. (1999)**, Living with dignity and palliative care, pp. 77-94, in *End of Life Issues : Inderdisciplinary and Multidimensional Perspectives*, edited by Brian de Vries, NY : Springer.
- Wrona A. (2011)**, La vie des morts : jesuismort.com, entre biographie et nécrologie, *Questions de communication*, 19, 73-90.
- Wurtele S.K. et Maddux J.E. (1987)**, Relative contributions of protection motivation theory components in predicting exercise intentions and behavior, *Health Psychology*, 6, 453-466.
- Wrosch C., Scheier M.F., Miller G.E., Schulz R. et Carver C.S. (2003)**, Adaptive self-regulation of unattainable goals : goal disengagement, goal reengagement, and subjective well-being, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 1494-1508.
- Wylie R. (1974)**, *The self-concept : A review of methodological considerations and measuring instruments*, vol. 1, Lincoln, NE : University of Nebraska Press.

Y

- Yalom I. (1980)**, *Existential Psychotherapy*, NY : Basic Books
- Yi S. et Baumgartner H. (2004)**, Coping with Negative Emotions in purchase-related Situations, *Journal of Consumer Psychology*, 14, 3, 303-317.

Z

- Zaaraoui-Sabri O (2006)**, *La tabou en communication publicitaire : étude des réactions affectives, cognitives et conatives du récepteur exposé à des stimuli tabous mortifère et sexuel*.

- Zajonc, R. B. (1998).** Emotion. In D. Gilbert, S. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (4 ed., pp. 591–632). New York: McGraw-Hill.
- Zeidner M., Boekaerts M. et Pintrich P.R. (2000),** Self-regulation : directions and challenges for future research, In M. Boekaerts, P. Pintrich & M. Seidner (Eds.), *Self-regulation : Theory, Research and applications*, pp. 749-768, Orlando, FL : Academic Press.
- Zeyrek E.Y. (2006),** Death anxiety and a Taoist orientation in two cultures, *Perceptual and Motor Skills*, 103, 70-78.
- Zhao X., Lynch J.G. et Chen Q. (2010),** Reconsidérer Baron et Kenny : mythes et vérités à propos de l'analyse de médiation, *Recherche et Applications en Marketing*, 26, 1, 81-95.
- Zhou R. et Pham M.T. (2004),** Promotion and prevention across mental accounts : when financial products dictate consumers' investment goals, *Journal of Consumer Research*, 31, 125-135.
- Zilboorg G. (1943),** *Fear of death*, Psychoanalytic Quaterly.
- Zimmerman B.J. (1989),** Models of self-regulated learning and academic achievement.' In B.J. Zimmerman & D. H. Schunk (Eds.), *Self-regulated learning and academic achievement: Theory, research and practice* (pp. 1-25). New York: Springer-Verlag
- Zouaghi S. et Darpy D. (2003),** Du soi au groupe : naissance du concept de nous et exploration d'une échelle de mesure du nous idéal, *Recherche et Applications en Marketing*, 18, 4, 3-22.
- Zuckerman, M. (2005),** *Psychobiology of Personality* (Second Edition, Revised and Updated), New York: Cambridge University Press.
- Zuckerman M. et Lubin B. (1965),** *Manual for the Multiple Affect Adjective Check List*, San Diego, Calif. : Educational & Industrial Testing Service.

Annexes

Annexe 1: Exemple d'entretien mené lors de la phase qualitative exploratoire

Annexe 2: Les visuels mobilisés lors de l'enquête finale

Annexe 3: Le questionnaire de l'enquête finale (groupe de saillance de mortalité forte, avec distraction)

Annexe 4: Résultats de la macro PROCESS pour le test de médiation de la stratégie d'évitement

Annexe 5: Résultats de la macro PROCESS pour le test de l'effet modérateur de la variable Age codé (H4a et H4b)

Annexe 6: Résultats de la macro PROCESS pour le test de l'effet modérateur de la variable Tendance d'âge subjectif (H6a et H6b)

Annexe 1 : Exemple d'entretien mené lors de la phase qualitative exploratoire

Individu 1 (Femme, 64 ans, retraitée)

Quand vous regardez la personne que vous êtes aujourd'hui, et celle que vous avez été, qu'en pensez-vous ?

Très sincèrement, je suis globalement satisfaite de ce que j'ai pu vivre ou faire dans ma vie et de ce que je suis devenue. Surtout que j'arrive à un âge où je trouve ça bien de faire un bilan et d'essayer de se poser les bonnes questions. Non pas que je me sente vieille ! mais maintenant que je suis à la retraite, j'ai du temps... et donc du temps pour réfléchir ! J'ai eu quand même pas mal d'épreuves dans ma vie, surtout étant jeune, avant de me marier. Et quand j'y repense, je suis fière d'avoir pu surmonter tout ça, et de façon convenable. Il m'arrive souvent d'ailleurs de penser à ça.

Et alors, à quoi pensez-vous en particulier dans ces moments là ? Je pense souvent à ce que j'ai construits, à mon mariage, mon mari, mes enfants. A la façon dont on a évolué avec mon mari aussi. Et c'est d'ailleurs un sujet de discussion avec mes enfants, à plusieurs reprises. Je pense que ça peut éventuellement les aider pour leur vie aussi. Je pense que c'est important pour les enfants d'avoir un exemple, et un bon exemple. Donc j'en parle avec eux. J'ai envie qu'ils sachent très vite quelles sont les choses les plus importantes pour eux dans la vie. Mais je doute que ce soit une chose que l'on peut connaître très rapidement... Peut être faut-il avoir un certain âge pour le savoir, je ne sais pas .

Quand vous pensez à ce que vous avez fait et ce que vous n'avez pas fait dans votre vie, qu'en pensez-vous ? Avez-vous des regrets ou des éléments dont vous êtes fiers ?

Je regrette peut-être de ne pas avoir pris assez de temps pour moi. Peut être que je n'ai pas assez profité. Après je ne sais pas si l'on peut parler de regret... car globalement je suis contente de ma vie. Mais c'est vrai que j'aurais peut être pu faire plus de choses, surtout m'investir dans les choses que j'aime. J'aime la musique, le théâtre... ce sont des choses que j'ai du abandonner avec le temps et maintenant j'aimerais m'y remettre ! Ah.. si... il y a peut être une chose que je regrette: c'est d'avoir été trop exigeante avec mes enfants parfois. Plus généralement, avec les gens, les autres, et avec moi-même. Je me rends compte, avec du recul, que ça m'a posé certains problèmes dans ma vie et que ça m'a amené à prendre les choses vraiment trop à cœur parfois. Maintenant, du haut de mes 64 ans, je veux être plus zen, avec moi et avec les autres. De toute façon, si ce n'est pas maintenant.... C'est le moment ou jamais.

Pensez-vous au moment où vous ne serez plus là ? A quelle fréquence ?

Oui, biensur j'y pense. Très souvent même, mais je suis incapable de vous donner la fréquence. J'y pense, que je le veuille ou non de toute façon ! Mais franchement ça ne me fait pas peur du tout. Je suis très positive par rapport à ça. C'est le chemin, c'est la vie. Je n'irai pas jusqu'à dire que je suis prête à mourir, faut pas exagérer, mais la mort ne me fait pas peur. C'est la normalité de toute façon. Mais je pense qu'on ne meurt pas vraiment en fait. Le corps oui, mais j'ai parfois le sentiment qu'il y a une énergie qui continue à vivre. Ca peut paraître bizarre... d'autant plus que je ne suis pas très croyante, ni très portée sur la religion. Mais c'est l'impression que j'ai. J'ai du mal à me dire que tout s'arrête ici. Je pense qu'il n'y a pas de fin totale.

Avez-vous toujours pensé cela ? Ah non non pas du tout. Ca, c'est le fruit d'une réflexion personnelle. Je pense ça depuis quelques années. Finalement, depuis que je vois la mort d'un peu plus près. J'ai perdu une amie qui m'était très chère l'année dernière, et quelqu'un d'autre aussi après (mais je ne le connaissais pas très bien). Mais plus le temps passe de toute façon, plus c'est une réalité que je dois affronter souvent. C'est vrai qu'aujourd'hui, j'y pense plus sereinement qu'avant.

Qu'est-ce que cela évoque en vous ?

Comme je vous l'ai dit, je ne crois pas en une fin totale. Je pense qu'il y a une force, une énergie immortelle. J'ai même des images parfois, lorsque j'y pense. Mais bon, c'est très personnel... et j'ai du mal à exprimer tout ça.

Cette idée vous dérange-t-elle ?

Absolument pas. D'ailleurs là, j'en parle avec vous sans problème. Par contre, je pense plus à mes enfants, après. La peine qu'ils auront, et surtout comment ils vont évoluer dans la vie après. Je ne serai plus là pour voir ça et ça, ça me fait de la peine. Il y a peut être une chose qui me contrarie un peu plus, c'est la maladie. J'ai peur d'être dépendante, d'être une charge pour mes proches. Mais franchement, l'idée de ma mort, ça non.

Précisez ce que vous ressentez (émotions, sentiments, changements physiques, souvenirs, rappels de situations particulières etc.).

Pas vraiment de peur, ni d'angoisse. Je crois bien sur à la mort physique du corps, donc cette idée me déplaît, mais sans m'effrayer pour autant. Et finalement à penser à ma mort, je pense plus à ceux que j'ai perdu et qui me manque... à la façon dont je peux préparer ce moment, pour partir sans me soucier de quoi que ce soit et sans créer de souci pour mes proches aussi.

Que faites-vous alors pour supporter cette idée dans votre vie quotidienne ?

En général, je fais des choses, j'agis. Ca me permet d'éviter de trop y penser (parce que je ne pense pas que ce soit bon). Alors je fais des choses que j'aime, je me détends, je pense à mes filles, mes petits-enfants, je cherche ce qui pourrait leur faire plaisir. C'est vrai que ça me rassure de ressentir que j'ai accompli des choses et que j'ai encore des projets aujourd'hui, pour eux, pour moi et pour mon mari.

Quels médias utilisez-vous dans votre vie quotidienne ? Que pensez-vous des nouveaux médias ?

J'utilise beaucoup internet aujourd'hui. J'ai même créé un blog, et j'essaie de l'alimenter tous les jours. J'écoute bien sur beaucoup les infos, j'aime bien les débats politiques et je lis beaucoup. Je regarde les journaux locaux, tous les jours. Et bien sur la télé, surtout canal+. De toute façon aujourd'hui, avec internet, on a tout. Tout devient plus facile, plus rapide, donc je m'y suis mise. Et c'est vrai que c'est super. Et puis au moins je reste à la page, j'évite d'être dépassée.

Pourquoi, ce sentiment « d'être dépassé » vous déplaît ? Oh oui, je veux au moins rester dans le coup. C'est dur de ressentir que l'on ne vit plus avec son époque je trouve. Donc oui, c'est important pour moi. Je veux aussi montrer à mes enfants, mes petits-enfants que je ne vieillis pas trop vite et que je reste toujours jeune !

Dans quel(s) objectif(s) utilisez-vous les médias ?

Pour m'intéresser, me cultiver, rechercher tout un tas d'informations. J'utilise internet aussi pour discuter avec mes amies (certaines sont loin, alors on garde le contact par mail). On s'envoie des photos, de notre famille, de nos voyages. Et puis je fais partie d'une association

sportive (pour retraités) et je m'occupe, entre autre, du site internet. Alors j'essaie de l'alimenter, pour fidéliser notre petit groupe et attirer de nouvelles recrues. Et j'ai beaucoup de visites et de commentaires assez plaisants. Je trouve ça sympa.

Je me suis mise aussi à l'achat sur internet. Au début, j'avais du mal car je n'avais pas confiance. Mais maintenant je le fais de plus en plus. La dernière fois que je l'ai fait c'était pour un voyage, avec mon mari. Sinon je me connecte pour acheter des vêtements ou même repérer des bonnes affaires.

Qu'est-ce qui a le plus d'importance dans votre vie quotidienne ? Avez-vous des objectifs personnels de vie ?

Maintenant... je dirais tout simplement vivre et profiter, normalement. Etre heureuse, c'est tout. Je recherche un bonheur simple en fait, dans tout ce que j'entreprends, sans trop me prendre la tête. J'ai quand même de la chance : arriver à mon âge, en bonne santé, c'est une chance ! Donc je veux et je dois en profiter. Pour moi, la vie, maintenant, c'est du présent permanent. Je ne regarde jamais derrière moi. Il faut bien se rendre compte quand même : aujourd'hui, le simple fait d'être en bonne santé, de manger à sa fin, c'est une joie. Avant je n'en étais pas consciente comme aujourd'hui. Pour moi maintenant, le bonheur passe par des choses simples. Le seul fait de voir grandir mes petits-enfants et de partager avec eux, ça me comble de bonheur.

La consommation, c'est quoi pour vous ?

La consommation, c'est l'utile et l'agréable ! J'achète des choses utiles bien sûr, utiles à mon bien-être et mon confort, mais aussi juste pour me faire plaisir. Je ne vois pas du tout la consommation comme une forme de manipulation, comme certains. Pas du tout. Pour moi, c'est quelque chose de positif au contraire. C'est ce qui me permet de me faire plaisir et de m'évader.

Quels sont les domaines de consommation qui vous attirent le plus ?

Comme toutes les femmes, les vêtements, les accessoires ! Mais je suis très gourmande aussi donc la nourriture. Et aussi, tout ce qui est gadget, nouveauté, ça me plaît. Je n'achète pas toujours évidemment, mais je m'y intéresse.

Et c'est vrai que je dépense beaucoup dans les loisirs aussi, et les voyages. Ça fait partie de ces plaisirs que je n'avais pas vraiment le temps de faire avant. Donc maintenant je veux en profiter. Je m'investis beaucoup dans mon association, donc je m'investis financièrement aussi. J'achète de nouveaux accessoires, je regarde les nouveautés qui pourraient intéresser mes camarades.




Que recherchez-vous avant tout lorsque vous consommez ?

L'utilité, c'est certain. Mais aussi les bonnes affaires, le bon cadeau qui pourra me faire plaisir et faire plaisir à ceux que j'aime. J'aime bien acheter des choses nouvelles et originales, que l'on ne retrouve pas chez tout le monde ou sur tout le monde. Même à mon âge, je trouve que c'est important de rester jeune dans sa tête et ça se reflète forcément dans ce que l'on achète et ce que l'on porte.

Les marques sont-elles importantes pour vous ?

Je serai tentée de vous répondre non, mais je me demande si ce serait vraiment sincère de ma part ! A priori, non, car il m'arrive d'acheter des choses d'une marque que je ne connais pas. Mais c'est sur que je me sens parfois plus attirée par des produits de marques, parce que j'ai l'habitude de les acheter ou tout simplement parce que ça me rassure.

Annexe 2 : Les visuels mobilisés lors de l'enquête finale

<p>Saillance de mortalité forte</p>	
<p>Saillance de mortalité faible</p>	
<p>Groupe de contrôle</p>	

Annexe 3 : Le questionnaire de l'enquête finale

Bonjour,

En tant qu'étudiante à l'université Paris Dauphine et dans le cadre d'une recherche en sciences sociales, je m'intéresse aux orientations des individus dans leur vie quotidienne. Votre aide m'est précieuse pour l'obtention de mon doctorat!

Merci par avance de prendre quelques minutes pour répondre à ce questionnaire strictement anonyme et confidentiel. Il n'y a ni bonne, ni mauvaise réponse et le contenu de vos réponses restera confidentiel.

Il vous est uniquement demandé de répondre aux questions en cochant les cases, dans l'ordre, avec sincérité et spontanéité, même si certaines questions peuvent vous paraître un peu étranges ou répétitives.

Merci infiniment pour votre collaboration !

POUR COMMENCER, PARLONS UN PEU DE VOTRE VIE QUOTIDIENNE :

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Ni d'accord, ni pas d'accord	Plutôt d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
1	2	3	4	5	6	7

<i>En ce moment, je me sens: (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord)</i>							
	1	2	3	4	5	6	7
1. Heureux(se)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Excédé(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Paisible	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Mélancolique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Nerveux(se)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. De bonne humeur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Plein(e) d'entrain	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. D'humeur affectueuse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Triste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Energique	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Bienveillant(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Somnolant(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Agité(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Maussade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Fatigué(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Actif(ve)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Déprimé(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indiquez votre degré d'accord avec les propositions suivantes : (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord)							
	1	2	3	4	5	6	7
1. Je pense souvent à la façon dont je vais atteindre mes objectifs espérés.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Je pense souvent à ce que je crains de devenir à l'avenir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Je me concentre sur le succès que j'espère atteindre dans le futur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Je m'imagine souvent vivre les mauvaises choses que j'appréhende.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Je m'imagine souvent vivre de belles choses qui pourraient m'arriver dans le futur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. En général, je cherche plus à atteindre le succès qu'à éviter l'échec.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

De la même manière: (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord)							
	1	2	3	4	5	6	7
1. J'ai le sentiment d'être une personne de valeur, au moins autant que les autres.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Je pense avoir un certain nombre de qualités.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Tout compte fait, j'ai tendance à penser que je suis un(e) incapable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Je suis capable de faire des choses au moins aussi bien que la plupart des gens.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. J'ai une attitude positive vis-à-vis de moi-même.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Dans l'ensemble, je suis satisfait(e) de moi-même.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Je souhaiterais avoir plus de respect pour moi-même.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Par moment, j'ai vraiment l'impression de me sentir inutile.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Je pense parfois que je suis vraiment bon(ne) à rien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Continuez: (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord)							
	1	2	3	4	5	6	7
1. Je pense que de nombreuses opportunités m'attendent à l'avenir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Je pense me fixer de nombreux objectifs à l'avenir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Mon avenir m'apparaît comme rempli de possibilités.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. J'ai encore la majeure partie de ma vie devant moi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Mon avenir me semble infini.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. J'aurai le temps de faire tout ce que je veux dans le futur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Il me reste beaucoup de temps dans ma vie pour faire de nouveaux projets.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. A mesure que je vieillis, j'ai le sentiment que le temps m'est compté.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Seules des possibilités limitées s'offriront à moi à l'avenir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>Indiquez votre degré d'accord avec les propositions suivantes : (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord)</i>							
	1	2	3	4	5	6	7
1. Rencontrer de bonnes opportunités est une question de chance, pour être au bon endroit au bon moment.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Il n'est pas bon de prévoir les événements car beaucoup dépendent de la chance.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Lorsque les événements de la vie me sont favorables, je pense que c'est parce que j'ai de la chance.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Je pense souvent que ce qui doit arriver arrivera, peu importe mes actions.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Avoir du succès n'est qu'une question de chance.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Il n'y a pas de réelle raison de s'inquiéter : ce qui doit arriver arrivera.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Avoir un bon relationnel dépend des humeurs d'autrui plutôt que de ses propres actions.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Complétez les phrases ci-dessous :

1. En termes d'apparence physique, je me donne ... ans.
2. De manière générale, je fais la plupart des choses comme si j'avais ... ans.
3. J'ai les mêmes centres d'intérêts qu'une personne de ... ans.
4. Au fond de moi-même, j'ai le sentiment d'avoir ... ans.

REGARDEZ MAINTENANT ATTENTIVEMENT L'IMAGE CI-DESSOUS :



Décrivez précisément quels éléments vous viennent à l'esprit (pensées, sentiments, émotions, situations expériences, souvenirs, etc.)

Maintenant, jouons un peu ! Prenez quelques minutes pour compléter ce jeu de mots cachés : vous devez trouver l'ensemble de ces mots cachés et les entourer ou les barrer dans la grille. Les mots peuvent apparaître dans plusieurs sens (en diagonale, de gauche à droite, de droite à gauche) et certains mots peuvent se chevaucher.

MAITRESSE, FEUTRE, TROUSSE, CARTABLE, ARDOISE, CAHIER, ECOLIER, GOMME, LIVRE, STYLO, TROUSSE

M	A	I	T	R	E	S	S	E	R
E	L	E	V	E	R	V	I	L	E
F	E	U	T	R	E	I	H	A	C
E	B	C	U	A	E	R	P	R	R
M	A	E	S	I	O	D	R	A	E
M	N	E	C	O	L	I	E	R	A
O	C	T	A	B	L	E	A	U	T
G	A	I	C	R	A	Y	O	N	I
T	R	O	U	S	S	E	T	E	O
C	A	R	T	A	B	L	E	S	N

<i>En ce moment, je me sens : (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord)</i>							
	1	2	3	4	5	6	7
1. Motivé(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Angoissé(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Excité(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Contrarié(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Moralement fort(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Coupable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Effrayé(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Hostile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Enthousiaste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Fier(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Irritable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Vigilant(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Honteux(se)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Stimulé(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Nerveux(se)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Déterminé(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Attentif(ve)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Peureux(se)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Actif(ve)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Craintif(ve)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Complétez maintenant les mots suivants sur la base des lettres existantes :

Ban....	Pag....	Lett....	Def.....	Voi....
Can....	Mor....	Calc...	Tel...	Cha...
Bout...	Surp....	Déc....	Bou....	Age...
Cerc....	Vert...	Liv...	Tom....	Pou....
Sty....	Spec....	Ord...	Mém...	Lun....

Actuellement, à quoi pensez-vous ?

PARLONS DE VOS BUTS PERSONNELS DANS VOTRE VIE :

<i>Indiquez votre degré d'accord avec les propositions suivantes : (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord)</i>							
	1	2	3	4	5	6	7
1. Je me soucie de ne pas vivre ma vie aussi intensément que je le pourrais.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Je m'inquiète de ne pas saisir autant d'opportunités que je le pourrais dans ma vie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. J'ai parfois peur du fait que je pourrais ne pas saisir toutes les opportunités dans ma vie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Nous vous demandons de ne rien cocher sur cette ligne.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. J'aimerais vivre ma vie aussi intensément que possible.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Il est important pour moi de tirer profit de ce que j'entreprends dans ma vie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Je veux profiter autant que possible dans ma vie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PARLONS DE VOS PREFERENCES :

Pour chacune des catégories de produit suivantes, indiquez votre préférence pour le produit de la marque A ou celui de la marque B selon leurs principales caractéristiques. Ainsi, 1 indiquerait une forte préférence pour le produit de la marque A et 6 indiquerait une forte préférence pour le produit de la marque B. Pour chaque produit, il vous est demandé d'indiquer la marque qui se rapprocherait le plus de votre préférence réelle.

Pour chaque catégorie, les 2 produits A et B ont exactement le même prix.

	PRODUIT DE LA MARQUE A	1	2	3	4	5	6	PRODUIT DE LA MARQUE B
Eau minérale	« Elle aide essentiellement à prévenir les risques de maladies cardiaques »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Elle est essentiellement source d'énergie et très agréable à boire »
Céréales	« Offrez-vous un petit déjeuner capable de prévenir tout risque d'apports insuffisants »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Offrez-vous un petit déjeuner parfumé, délicieux et appétissant »
Dentifrice	« Il protège surtout vos dents contre le tartre »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Il vous apporte surtout une blancheur éclatante »
Savon	« A base d'agents antibactériens afin d'éviter toute infection »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« A base de beurre de karité pour une peau plus douce »
Lessive	« Protège avant tout vos vêtements contre la perte de forme et la décoloration »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Apporte avant tout douceur et senteur à vos vêtements »
Crème solaire	« Protège surtout votre peau des rayons ultraviolets »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Donne surtout à votre peau un teint lisse et éclatant »
Lampe de bureau	« Elle offre une lumière qui protège vos yeux avant tout et réduit la fatigue »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Elle offre une lumière naturelle qui éclaire au mieux »
Vernis de voiture	« Permet essentiellement d'éviter que la peinture ne s'écaille »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Apporte essentiellement de la brillance à votre voiture »

Société de location de voitures	« Choisissez des modèles de voiture sans trop dépenser »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Choisissez ce qu'il y a de mieux grâce à des modèles de voiture derniers cris »
Voyage en Europe	« Offrez-vous des vacances sans ennui et sans vous faire arnaquer ! »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	« Offrez-vous des vacances mémorables aux meilleurs prix ! »

Indiquez votre degré d'accord avec les propositions suivantes : (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord)

	1	2	3	4	5	6	7
1. La perspective de ma propre mort fait naître en moi un sentiment d'anxiété.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. La perspective de ma propre mort me déprime.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. J'envisage ma propre mort comme une expérience douloureuse.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. J'ai peur de mourir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Le fait d'être mort me fait peur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indiquez votre degré d'accord avec les propositions suivantes : (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord)

	1	2	3	4	5	6	7
1. La religion est très importante dans ma vie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. La religion affecte mes actes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. La foi m'aide quand les choses vont mal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indiquez votre degré d'accord avec les propositions suivantes : (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord)

	1	2	3	4	5	6	7
1. En général, ma vie correspond de près à mes idéaux.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Mes conditions de vie sont excellentes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Je suis satisfait(e) de ma vie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Jusqu'à maintenant, j'ai obtenu les choses importantes que je voulais de la vie.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Si je pouvais recommencer ma vie, je n'y changerais presque rien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Concernant le visuel qui vous a été présenté précédemment :
Indiquez votre degré d'accord pour les propositions suivantes : (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord)

	1	2	3	4	5	6	7
1. Le visuel qui m'a été présenté précédemment montre de façon fortement explicite l'idée de sa propre mort.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Le visuel présenté met en évidence de façon fortement explicite la thématique de la mort.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Pour moi, ce qui ressort en tout premier du visuel est la perspective de la mort.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Le visuel présenté me rappelle fortement l'idée de ma propre mort.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Dans le visuel présenté, les rappels liés à la mort ont particulièrement attiré mon attention.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Pour moi, le visuel présente une forte connotation émotionnelle positive	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Pour moi, le visuel présente une forte connotation émotionnelle négative	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>En repensant au visuel présenté précédemment, indiquez votre degré d'accord avec les propositions suivantes : (1 : pas du tout d'accord ; 7 : tout à fait d'accord)</i>							
	1	2	3	4	5	6	7
1. Pour moi, ce qui ressort en premier du visuel est l'idée de mon enterrement.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Pour moi, ce qui ressort en premier du visuel est davantage l'idée de mon enterrement que la représentation de la mort en général.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Je trouve que le visuel présenté est particulièrement désagréable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Je trouve que le visuel présenté est particulièrement repoussant.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Je trouve que le visuel est particulièrement choquant.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Je rejette ce visuel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Revenons sur la liste de produits présentés précédemment : Pour toutes les caractéristiques présentées, indiquez si elles sont selon vous orientées **promotion** ou **prévention**.

Une caractéristique orientée **promotion** est définie comme une caractéristique indiquant la possibilité d'atteindre des résultats positifs (plaisir, satisfaction, stimulation, bien-être etc.).

Une caractéristique orientée **prévention** est définie comme une caractéristique indiquant la possibilité d'éviter des résultats négatifs (éviter les erreurs, les déceptions, l'incompétence, la culpabilité etc.).

		PROMOTION	PREVENTION	NI PROMOTION NI PREVENTION
Eau minérale	« Elle aide essentiellement à prévenir les risques de maladies cardiaques »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Elle est essentiellement source d'énergie et très agréable à boire »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Céréales	« Offrez-vous un petit déjeuner capable de prévenir tout risque d'apports insuffisants »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Offrez-vous un petit déjeuner parfumé, délicieux et appétissant »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dentifrice	« Il protège surtout vos dents contre le tartre »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Il vous apporte surtout une blancheur éclatante »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Savon	« A base de beurre de karité pour une peau plus douce »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« A base d'agents antibactériens afin d'éviter toute infection »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lessive	« Protège avant tout vos vêtements contre la perte de forme et la décoloration »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Apporte avant tout douceur et senteur à vos vêtements »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Crème solaire	« Protège surtout votre peau des rayons ultraviolets »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Donne surtout à votre peau un teint lisse et éclatant »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lampe de bureau	« Elle offre une lumière naturelle qui éclaire au mieux »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Elle offre une lumière qui protège vos yeux avant tout et réduit la fatigue »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vernis de voiture	« Apporte essentiellement de la brillance à votre voiture »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Permet essentiellement d'éviter que la peinture ne s'écaille »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Société de location de voitures	« Choisissez ce qu'il y a de mieux grâce à des modèles de voiture derniers cris »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	« Choisissez des modèles de voiture sans trop dépenser »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Voyage en Europe	« Offrez-vous des vacances sans ennui et sans vous faire arnaquer ! »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	« Offrez-vous des vacances mémorables aux meilleurs prix ! »	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- **Vous êtes :** un homme ; une femme
- **Quelle est votre année de naissance ?**
- **Nombre d'enfants :**
- **Actuellement, vous êtes:**
 - Célibataire
 - Marié (e)
 - En couple, non marié(e)
 - Divorcé(e)
 - Veuf(ve)
- **Etes-vous à la retraite ?** Oui Non
- **Si oui, quelle était votre profession ?**
- **Si non, quelle est votre profession actuelle ?**
- **Sur une échelle de 1 à 10, indiquez comment vous percevez votre état de santé actuel ? (1 : très mauvais ; 10 : très bon)**
- **Avez-vous perdu un proche durant les 12 derniers mois ?** Oui; Non.

MERCI INFINIMENT POUR VOTRE COLLABORATION !
--

Annexe 4 : Résultats de la macro PROCESS pour le test de médiation de la stratégie d'évitement

Matrice (Résultats pour le groupe de saillance de mortalité forte relativement au groupe de contrôle)

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Release 2.10 *****

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
Documentation available in Hayes (2013). www.guilford.com/p/hayes3

Model = 4
Y = MoyPref
X = x1
M = StratEVI

Statistical Controls:

CONTROL= x2
Sample size
180

Outcome: StratEVI

Model Summary

R	R-sq	F	df1	df2	p
,6712	,4505	72,5448	2,0000	177,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	-,3197	,0962	-3,3214	,0011	-,5096	-,1297
x1	1,2510	,1361	9,1917	,0000	,9824	1,5196
x2	-,2921	,1361	-2,1460	,0332	-,5607	-,0235

Outcome: MoyPref

Model Summary

R	R-sq	F	df1	df2	p
,7556	,5709	78,0407	3,0000	176,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	3,1063	,0938	33,1189	,0000	2,9212	3,2914
StratEVI	-,1664	,0711	-2,3417	,0203	-,3067	-,0262
x1	-,5870	,1564	-3,7529	,0002	-,8957	-,2783
x2	1,0919	,1304	8,3760	,0000	,8346	1,3491

```
***** TOTAL EFFECT MODEL *****
Outcome: MoyPref

Model Summary
      R      R-sq      F      df1      df2      p
      ,7467      ,5575    111,4950    2,0000    177,0000      ,0000

Model
      coeff      se      t      p      LLCI      ULCI
constant    3,1595    ,0921    34,2884    ,0000    2,9777    3,3414
x1          -,7952    ,1303    -6,1025    ,0000    -1,0524    -,5381
x2          1,1405    ,1303     8,7518    ,0000     ,8833    1,3976
```

```
***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS *****

Total effect of X on Y
      Effect      SE      t      p      LLCI      ULCI
      -,7952      ,1303    -6,1025    ,0000    -1,0524    -,5381

Direct effect of X on Y
      Effect      SE      t      p      LLCI      ULCI
      -,5870      ,1564    -3,7529    ,0002    -,8957    -,2783

Indirect effect of X on Y
      Effect      Boot SE      BootLLCI      BootULCI
StratEVI      -,2082      ,0912      -,4028      -,0442
```

```
***** ANALYSIS NOTES AND WARNINGS *****
```

Number of bootstrap samples for bias corrected bootstrap confidence intervals:

10000

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,00

----- END MATRIX -----

Matrice (Résultats pour le groupe de saillance de mortalité faible relativement au groupe de contrôle)

Run MATRIX procedure:

```
***** PROCESS Procedure for SPSS Release 2.10 *****
```

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
Documentation available in Hayes (2013). www.guilford.com/p/hayes3

```
*****
```

Model = 4
Y = MoyPref
X = x2
M = StratEVI

Statistical Controls:

CONTROL= x1

Sample size

180

Outcome: StratEVI

Model Summary

R	R-sq	F	df1	df2	p
,6712	,4505	72,5448	2,0000	177,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	-,3197	,0962	-3,3214	,0011	-,5096	-,1297
x2	-,2921	,1361	-2,1460	,0332	-,5607	-,0235
x1	1,2510	,1361	9,1917	,0000	,9824	1,5196

Outcome: MoyPref

Model Summary

R	R-sq	F	df1	df2	p
,7556	,5709	78,0407	3,0000	176,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	3,1063	,0938	33,1189	,0000	2,9212	3,2914
StratEVI	-,1664	,0711	-2,3417	,0203	-,3067	-,0262
x2	1,0919	,1304	8,3760	,0000	,8346	1,3491
x1	-,5870	,1564	-3,7529	,0002	-,8957	-,2783

***** TOTAL EFFECT MODEL *****

Outcome: MoyPref

Model Summary

R	R-sq	F	df1	df2	p
,7467	,5575	111,4950	2,0000	177,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	3,1595	,0921	34,2884	,0000	2,9777	3,3414
x2	1,1405	,1303	8,7518	,0000	,8833	1,3976
x1	-,7952	,1303	-6,1025	,0000	-1,0524	-,5381

***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS *****

Total effect of X on Y

Effect	SE	t	p	LLCI	ULCI
1,1405	,1303	8,7518	,0000	,8833	1,3976

Direct effect of X on Y

Effect	SE	t	p	LLCI	ULCI
1,0919	,1304	8,3760	,0000	,8346	1,3491

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
StratEVI	,0486	,0320	,0033	,1364

***** ANALYSIS NOTES AND WARNINGS *****

----- END MATRIX -----

Annexe 5 : Résultats de la macro PROCESS pour le test de l'effet modérateur de la variable Age codé (H4a et H4b)

Matrice (Résultats pour le groupe de saillance de mortalité forte relativement au groupe de contrôle)

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Release 2.10 *****

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
Documentation available in Hayes (2013). www.guilford.com/p/hayes3

Model = 1
Y = **StratEVI**
X = x1
M = Agecod

Statistical Controls:

CONTROL= x2

Sample size
180

Outcome: StratEVI

Model Summary

	R	R-sq	F	df1	df2	p
	,7030	,4942	42,7420	4,0000	175,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	-,1533	,2178	-,7039	,4824	-,5831	,2765
Agecod	-,1109	,1313	-,8445	,3996	-,3701	,1483
x1	2,1422	,3656	5,8594	,0000	1,4206	2,8637
int_1	-,5941	,2275	-2,6118	,0098	-1,0430	-,1452
x2	-,2921	,1313	-2,2241	,0274	-,5513	-,0329

Interactions:

int_1 x1 X Agecod

R-square increase due to interaction(s):

	R2-chng	F	df1	df2	p
int_1	,0197	6,8215	1,0000	175,0000	,0098

Conditional effect of X on Y at values of the moderator(s):

Agecod	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
1,0000	1,5481	,1737	8,9110	,0000	1,2052	1,8910
2,0000	,9540	,1737	5,4914	,0000	,6111	1,2969

Data for visualizing conditional effect of X of Y:

x1	Agecod	yhat
,0000	1,0000	-,3616
1,0000	1,0000	1,1865
,0000	2,0000	-,4725
1,0000	2,0000	,4815

***** ANALYSIS NOTES AND WARNINGS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:
95,00

----- END MATRIX -----

Matrice (Résultats pour le groupe de saillance de mortalité faible relativement au groupe de contrôle)

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Release 2.10 *****

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
Documentation available in Hayes (2013). www.guilford.com/p/hayes3

Model = 1
Y = **StratAPP**
X = x2
M = Agecod

Statistical Controls:
CONTROL= x1

Sample size
180

Outcome: StratAPP

Model Summary

R	R-sq	F	df1	df2	p
,7118	,5067	44,9314	4,0000	175,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	-,1411	,2151	-,6562	,5126	-,5656	,2833
Agecod	-,1544	,1297	-1,1902	,2356	-,4103	,1016
x2	-,0953	,3611	-,2641	,7920	-,8079	,6172
int_1	,9390	,2246	4,1800	,0000	,4956	1,3823
x1	-,1951	,1297	-1,5044	,1343	-,4511	,0609

Interactions:

int_1	x2	X	Agecod
-------	----	---	--------

R-square increase due to interaction(s):

R2-chng	F	df1	df2	p	
int_1	,0493	17,4723	1,0000	175,0000	,0000

Conditional effect of X on Y at values of the moderator(s):

Agecod	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
1,0000	,8436	,1716	4,9172	,0000	,5050	1,1823
2,0000	1,7826	,1716	10,3901	,0000	1,4440	2,1212

Data for visualizing conditional effect of X of Y:

x2	Agecod	yhat
,0000	1,0000	-,3605
1,0000	1,0000	,4831
,0000	2,0000	-,5149
1,0000	2,0000	1,2677

***** ANALYSIS NOTES AND WARNINGS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,00

----- END MATRIX -----

Annexe 6 : Résultats de la macro PROCESS pour le test de l'effet modérateur de la variable Tendance d'âge subjectif (H6a et H6b)

Matrice (Résultats pour le groupe de saillance de mortalité forte relativement au groupe de contrôle)

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Release 2.10 *****

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
Documentation available in Hayes (2013). www.guilford.com/p/hayes3

Model = 1
Y = **StratEVI**
X = x1
M = TendAges

Statistical Controls:

CONTROL= x2

Sample size
180

Outcome: StratEVI

Model Summary

R	R-sq	F	df1	df2	p
,6930	,4803	40,4300	4,0000	175,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	-,2295	,1468	-1,5629	,1199	-,5193	,0603
TendAges	-,0067	,0084	-,8002	,4247	-,0232	,0098
x1	1,9088	,2999	6,3651	,0000	1,3169	2,5006
int_1	-,0628	,0242	-2,5997	,0101	-,1105	-,0151
x2	-,2561	,1405	-1,8223	,0701	-,5334	,0213

Interactions:

int_1 x1 X TendAges

R-square increase due to interaction(s):

	R2-chng	F	df1	df2	p
int_1	,0201	6,7586	1,0000	175,0000	,0101

Conditional effect of X on Y at values of the moderator(s):

TendAges	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
6,0000	1,5318	,1824	8,3979	,0000	1,1718	1,8918
9,2500	1,3276	,1419	9,3549	,0000	1,0475	1,6077
13,0000	1,0920	,1425	7,6607	,0000	,8107	1,3733
18,7500	,7308	,2291	3,1893	,0017	,2786	1,1830
25,2500	,3224	,3679	,8762	,3821	-,4038	1,0485

Values for quantitative moderators are 10th, 25th, 50th, 75th, and 90th percentiles.
 Values for dichotomous moderators are the two values of the moderator.

***** JOHNSON-NEYMAN TECHNIQUE *****

Moderator value(s) defining Johnson-Neyman significance region(s):

Value	% below	% above
21,4467	83,3333	16,6667

Conditional effect of X on Y at values of the moderator (M)

TendAges	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
-4,7500	2,2072	,4057	5,4403	,0000	1,4065	3,0079
-2,4750	2,0642	,3543	5,8259	,0000	1,3649	2,7635
-,2000	1,9213	,3042	6,3160	,0000	1,3209	2,5217
2,0750	1,7784	,2561	6,9447	,0000	1,2730	2,2838
4,3500	1,6355	,2113	7,7390	,0000	1,2184	2,0525
6,6250	1,4925	,1726	8,6478	,0000	1,1519	1,8332
8,9000	1,3496	,1448	9,3217	,0000	1,0639	1,6353
11,1750	1,2067	,1348	8,9492	,0000	,9406	1,4728
13,4500	1,0637	,1464	7,2639	,0000	,7747	1,3528
15,7250	,9208	,1754	5,2506	,0000	,5747	1,2669
18,0000	,7779	,2147	3,6225	,0004	,3541	1,2017
20,2750	,6349	,2598	2,4437	,0155	,1221	1,1477
21,4467	,5613	,2844	1,9736	,0500	,0000	1,1226
22,5500	,4920	,3082	1,5967	,1121	-,1162	1,1002
24,8250	,3491	,3584	,9740	,3314	-,3583	1,0564
27,1000	,2061	,4099	,5030	,6156	-,6028	1,0151
29,3750	,0632	,4621	,1368	,8914	-,8489	,9753
31,6500	-,0797	,5150	-,1548	,8772	-1,0961	,9366
33,9250	-,2226	,5682	-,3918	,6957	-1,3441	,8988
36,2000	-,3656	,6218	-,5880	,5573	-1,5927	,8615
38,4750	-,5085	,6755	-,7527	,4526	-1,8418	,8247
40,7500	-,6514	,7295	-,8930	,3731	-2,0912	,7883

Data for visualizing conditional effect of X of Y:

x1	TendAges	yhat
,0000	6,0000	-,3550
1,0000	6,0000	1,1768
,0000	9,2500	-,3767
1,0000	9,2500	,9509
,0000	13,0000	-,4018
1,0000	13,0000	,6902
,0000	18,7500	-,4403
1,0000	18,7500	,2905
,0000	25,2500	-,4838
1,0000	25,2500	-,1614

Estimates in this table are based on setting covariates to their sample means

***** ANALYSIS NOTES AND WARNINGS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,00

----- END MATRIX -----

```
process vars=x1 x2 StratEVI
TendAgesub/y=StratEVI/x=x2/m=TendAgesub/model=1/jn=1/plot=1/quantile=1
```

Matrice (Résultats pour le groupe de saillance de mortalité faible relativement au groupe de contrôle)

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Release 2.10 *****

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
Documentation available in Hayes (2013). www.guilford.com/p/hayes3

Model = 1
Y = **StratEVI**
X = x2
M = TendAges

Statistical Controls:
CONTROL= x1

Sample size
180

Outcome: StratEVI

Model Summary

R	R-sq	F	df1	df2	p
,6784	,4603	37,3110	4,0000	175,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	-,1162	,1634	-,7110	,4780	-,4386	,2063
TendAges	-,0151	,0098	-1,5386	,1257	-,0345	,0043
x2	-,2606	,3217	-,8099	,4191	-,8955	,3744
int_1	,0026	,0169	,1559	,8763	-,0308	,0360
x1	1,2100	,1383	8,7517	,0000	,9371	1,4828

Interactions:

int_1 x2 X TendAges

R-square increase due to interaction(s):

	R2-chng	F	df1	df2	p
int_1	,0001	,0243	1,0000	175,0000	,8763

Conditional effect of X on Y at values of the moderator(s):

TendAges	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
6,0000	-,2447	,2350	-1,0414	,2991	-,7085	,2191
9,2500	-,2362	,1941	-1,2166	,2254	-,6193	,1470
13,0000	-,2263	,1580	-1,4324	,1538	-,5380	,0855
18,7500	-,2111	,1452	-1,4540	,1477	-,4976	,0754
25,2500	-,1940	,1987	-,9760	,3304	-,5862	,1983

Values for quantitative moderators are 10th, 25th, 50th, 75th, and 90th percentiles.

Values for dichotomous moderators are the two values of the moderator.

***** JOHNSON-NEYMAN TECHNIQUE *****

There are no statistical significance transition points within the observed range of the moderator

Data for visualizing conditional effect of X of Y:

x2	TendAges	yhat
,0000	6,0000	,1966
1,0000	6,0000	-,0482
,0000	9,2500	,1475
1,0000	9,2500	-,0887
,0000	13,0000	,0909
1,0000	13,0000	-,1354
,0000	18,7500	,0041
1,0000	18,7500	-,2070
,0000	25,2500	-,0940
1,0000	25,2500	-,2880

Estimates in this table are based on setting covariates to their sample means

***** ANALYSIS NOTES AND WARNINGS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:
95,00

----- END MATRIX -----

Matrice (Résultats pour le groupe de saillance de mortalité forte relativement au groupe de contrôle)

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Release 2.10 *****

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
Documentation available in Hayes (2013). www.guilford.com/p/hayes3

Model = 1
Y = **StratAPP**
X = x1
M = TendAges

Statistical Controls:
CONTROL= x2

Sample size
180

Outcome: StratAPP

Model Summary

	R	R-sq	F	df1	df2	p
	,6821	,4653	38,0758	4,0000	175,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	-,5446	,1489	-3,6564	,0003	-,8385	-,2506
TendAges	,0128	,0085	1,5037	,1345	-,0040	,0295
x1	,3603	,3042	1,1845	,2378	-,2400	,9606
int_1	-,0484	,0245	-1,9745	,0499	-,0968	,0000
x2	1,2445	,1425	8,7316	,0000	,9632	1,5258

Interactions:

int_1 x1 X TendAges

R-square increase due to interaction(s):

	R2-chng	F	df1	df2	p
int_1	,0119	3,8986	1,0000	175,0000	,0499

Conditional effect of X on Y at values of the moderator(s):

TendAges	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
6,0000	,0699	,1850	,3777	,7061	-,2953	,4350
9,2500	-,0874	,1439	-,6073	,5445	-,3715	,1967
13,0000	-,2689	,1446	-1,8599	,0646	-,5543	,0164
18,7500	-,5472	,2324	-2,3546	,0197	-1,0059	-,0885
25,2500	-,8618	,3732	-2,3092	,0221	-1,5983	-,1253

Values for quantitative moderators are 10th, 25th, 50th, 75th, and 90th percentiles.

Values for dichotomous moderators are the two values of the moderator.

***** JOHNSON-NEYMAN TECHNIQUE *****

Moderator value(s) defining Johnson-Neyman significance region(s):

Value	% below	% above
13,5342	51,1111	48,8889

Conditional effect of X on Y at values of the moderator (M)

TendAges	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
-4,7500	,5902	,4115	1,4342	,1533	-,2220	1,4023
-2,4750	,4801	,3594	1,3358	,1834	-,2292	1,1893
-,2000	,3699	,3085	1,1990	,2321	-,2390	,9789
2,0750	,2598	,2597	1,0004	,3185	-,2528	,7725
4,3500	,1497	,2143	,6986	,4857	-,2733	,5728
6,6250	,0396	,1751	,2264	,8212	-,3059	,3851
8,9000	-,0705	,1468	-,4799	,6319	-,3603	,2193
11,1750	-,1806	,1368	-1,3204	,1884	-,4505	,0893
13,4500	-,2907	,1485	-1,9570	,0519	-,5838	,0025
13,5342	-,2948	,1494	-1,9736	,0500	-,5895	,0000
15,7250	-,4008	,1779	-2,2532	,0255	-,7518	-,0497
18,0000	-,5109	,2178	-2,3457	,0201	-,9407	-,0810
20,2750	-,6210	,2635	-2,3564	,0196	-1,1411	-,1009
22,5500	-,7311	,3126	-2,3392	,0205	-1,3480	-,1143
24,8250	-,8412	,3635	-2,3141	,0218	-1,5587	-,1238
27,1000	-,9513	,4157	-2,2884	,0233	-1,7718	-,1309
29,3750	-1,0614	,4687	-2,2644	,0248	-1,9865	-,1363
31,6500	-1,1715	,5223	-2,2429	,0262	-2,2024	-,1407
33,9250	-1,2816	,5763	-2,2238	,0274	-2,4191	-,1442
36,2000	-1,3917	,6306	-2,2069	,0286	-2,6364	-,1471
38,4750	-1,5018	,6852	-2,1919	,0297	-2,8541	-,1496
40,7500	-1,6120	,7399	-2,1786	,0307	-3,0722	-,1517

Data for visualizing conditional effect of X of Y:

x1	TendAges	yhat
,0000	6,0000	-,0532
1,0000	6,0000	,0167
,0000	9,2500	-,0118
1,0000	9,2500	-,0992
,0000	13,0000	,0360
1,0000	13,0000	-,2329
,0000	18,7500	,1094
1,0000	18,7500	-,4378
,0000	25,2500	,1922
1,0000	25,2500	-,6695

Estimates in this table are based on setting covariates to their sample means

***** ANALYSIS NOTES AND WARNINGS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,00

----- END MATRIX -----

Matrice (Résultats pour le groupe de saillance de mortalité faible relativement au groupe de contrôle)

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Release 2.10 *****

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
Documentation available in Hayes (2013). www.guilford.com/p/hayes3

Model = 1
Y = **StratAPP**
X = x2
M = TendAges

Statistical Controls:
CONTROL= x1

Sample size
180

Outcome: StratAPP

Model Summary

	R	R-sq	F	df1	df2	p
	,7163	,5131	46,1101	4,0000	175,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	-,1290	,1552	-,8311	,4070	-,4352	,1773
TendAges	-,0181	,0093	-1,9400	,0540	-,0365	,0003
x2	,0060	,3056	,0198	,9842	-,5970	,6091
int_1	,0745	,0161	4,6330	,0000	,0427	,1062
x1	-,2443	,1313	-1,8605	,0645	-,5035	,0149

Interactions:

int_1 x2 X TendAges

R-square increase due to interaction(s):

	R2-chng	F	df1	df2	p
int_1	,0597	21,4644	1,0000	175,0000	,0000

Conditional effect of X on Y at values of the moderator(s):

TendAges	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
6,0000	,4528	,2232	2,0286	,0440	,0123	,8933
9,2500	,6948	,1844	3,7683	,0002	,3309	1,0586
13,0000	,9740	,1500	6,4915	,0000	,6778	1,2701
18,7500	1,4021	,1379	10,1678	,0000	1,1299	1,6742
25,2500	1,8860	,1888	9,9922	,0000	1,5135	2,2586

Values for quantitative moderators are 10th, 25th, 50th, 75th, and 90th percentiles.

Values for dichotomous moderators are the two values of the moderator.

***** JOHNSON-NEYMAN TECHNIQUE *****

Moderator value(s) defining Johnson-Neyman significance region(s):

Value	% below	% above
5,8770	9,4444	90,5556

Conditional effect of X on Y at values of the moderator (M)

TendAges	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
-4,7500	-,3476	,3755	-,9256	,3559	-1,0888	,3936
-2,4750	-,1782	,3417	-,5216	,6026	-,8526	,4961
-,2000	-,0088	,3084	-,0287	,9772	-,6176	,5999
2,0750	,1605	,2761	,5816	,5616	-,3843	,7054
4,3500	,3299	,2448	1,3476	,1795	-,1533	,8131
5,8770	,4436	,2248	1,9736	,0500	,0000	,8872
6,6250	,4993	,2153	2,3192	,0215	,0744	,9242
8,9000	,6687	,1882	3,5524	,0005	,2972	1,0402
11,1750	,8381	,1649	5,0824	,0000	,5126	1,1635
13,4500	1,0075	,1470	6,8515	,0000	,7173	1,2977
15,7250	1,1769	,1368	8,6002	,0000	,9068	1,4469
18,0000	1,3462	,1360	9,8971	,0000	1,0778	1,6147
20,2750	1,5156	,1448	10,4705	,0000	1,2299	1,8013
22,5500	1,6850	,1615	10,4346	,0000	1,3663	2,0037
24,8250	1,8544	,1840	10,0755	,0000	1,4912	2,2176
27,1000	2,0238	,2106	9,6104	,0000	1,6082	2,4394
29,3750	2,1932	,2398	9,1470	,0000	1,7200	2,6664
31,6500	2,3626	,2708	8,7259	,0000	1,8282	2,8969
33,9250	2,5319	,3030	8,3567	,0000	1,9340	3,1299
36,2000	2,7013	,3361	8,0373	,0000	2,0380	3,3647
38,4750	2,8707	,3699	7,7615	,0000	2,1407	3,6007
40,7500	3,0401	,4041	7,5228	,0000	2,2425	3,8377

Data for visualizing conditional effect of X of Y:

x2	TendAges	yhat
,0000	6,0000	-,3189
1,0000	6,0000	,1339
,0000	9,2500	-,3776
1,0000	9,2500	,3171
,0000	13,0000	-,4454
1,0000	13,0000	,5285
,0000	18,7500	-,5494
1,0000	18,7500	,8527
,0000	25,2500	-,6669
1,0000	25,2500	1,2191

Estimates in this table are based on setting covariates to their sample means

***** ANALYSIS NOTES AND WARNINGS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,00

----- END MATRIX -----

Entre prévention et promotion : l'impact de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel en consommation et sur les préférences produits

Résumé :

La mort est l'événement inévitable que la grande majorité des individus souhaite occulter, motivés par une volonté incontestable de continuer à vivre. Parce qu'elle est à la fois source de mystère, de fascination et d'angoisse, cette thématique a fait l'objet de beaucoup d'intérêt en psychologie grâce à la *Terror Management Theory* (ou théorie de la gestion de la terreur, TMT). Celle-ci permet de rendre compte de la façon dont la peur de la mort est fondamentalement ancrée dans la nature humaine, ainsi que les mécanismes de défense déployés en réponse aux rappels de la perspective de fin de vie suscités par la situation de saillance de mortalité. Ce travail doctoral souhaite compléter la littérature existante sur la TMT en étudiant notamment l'impact de la saillance de mortalité sur le cadrage situationnel, *i.e.* la mobilisation d'une stratégie d'approche versus d'évitement et les préférences produits promotion versus prévention. Dans cette perspective, une expérimentation a été menée auprès de 360 individus de deux tranches d'âge distinctes (40-59 ans et 60-79 ans). Les résultats obtenus confirment l'existence de deux processus indépendants (approche vs. évitement), de sorte que la manipulation de la saillance de mortalité suscite l'adoption d'une stratégie spécifique et des préférences produits distinctes. Ils montrent également le rôle modérateur fondamental de l'âge chronologique dans ce processus, qui peut s'expliquer notamment par le processus de vieillissement.

Mots clés : Saillance de mortalité, Cadrage situationnel, Comportement du consommateur, Préférences produits

Between prevention and promotion : the impact of mortality salience on situational focus regulatory in consumption and on product preferences

Abstract :

Death is the unescapable event that most of individuals want to hide motivated by a fundamental will to stay alive. Because it can be source of mystery, fascination and anxiety, this topic has been of specific interest in psychology thanks to the Terror Management Theory (TMT). This theory enables to understand how fear of death is fundamentally anchored in the human nature and the defense mechanisms that are used in response to death reminders that are aroused by the mortality salience situation. This doctoral research aims at filling the gap in the literature on TMT while studying specifically the impact of mortality salience on situational regulatory focus, *i.e.* the adoption of an approach versus avoidance strategy and the preferences for promotion versus prevention products. In this perspective, an experimentation has been conducted among 360 individuals from two distinct age classes (40-59 and 60-79). The results confirm the existence of two independent processes (approach vs. avoidance), so that the mortality salience manipulation leads to the adoption of a specific strategy and distinct product preferences. They also show the main moderator role of chronological age in this process, that can be mainly explained by the aging process.

Key words : Mortality salience, Situational regulatory focus, Consumer behavior, products preferences