

Échelle de Motivation
à la Consommation d'Alcool (ÉMCA)

Motivation to Drink Alcohol Scale

Céline Blanchard, Robert J. Vallerand
Laboratoire de Recherche sur le Comportement Social
Département de Psychologie
Université du Québec à Montréal

et

Nathalie M. Brière
RRSSS Gaspé- Iles-de-la-Madeleine

Robert J. Vallerand, Ph.D.
Laboratoire de Recherche sur le Comportement
Social, Département de psychologie
Université du Québec à Montréal
P.O. Box 8888, Station "Centre-ville"
Montreal, Qc. Canada
H3C 3P8
Tel.: (514) 987-4836
FAX (514) 987-7953
e-mail:vallerand.robert_j@uqam.ca

Ce projet a été possible grâce à une subvention octroyée par le Conseil Québécois de la Recherche Sociale (CQRS) aux deuxième et troisième auteurs et une bourse de recherche du Conseil de Recherche en Science Humaine (CRSH) à la première auteure. Nous remercions monsieur Pierre Provencher pour sa participation dans les phases de planification et de coordination du projet. Des copies de l'Échelle de motivation à la consommation d'alcool sont

disponibles en communiquant auprès de Robert J. Vallerand, Laboratoire de recherche sur le comportement social, C. P. 8888, succ. « Centre-ville », Montréal, Québec, H3C 3P8.

Résumé

Cette recherche porte sur la motivation à consommer des boissons alcoolisées. Trois études ont été effectuées pour développer et valider l'Échelle de motivation à la consommation d'alcool (ÉMCA). La première étude consistait à développer et à vérifier la structure factorielle des sept sous-échelles. Les deuxième et troisième voulaient confirmer la structure factorielle, vérifier la fidélité et la validité de l'instrument. Les résultats appuient les propriétés psychométriques de l'ÉMCA. Cette dernière pourrait s'avérer fort utile pour les programmes de dépistage précoce et d'intervention.

Mots clés: instrument de mesure, motivation, consommation d'alcool

Abstract

This research deals with motivation to drink alcohol. Three studies were conducted to develop and validate the « Échelle de motivation à la consommation d'alcool » (ÉMCA) (Motivation to drink alcohol scale). A first study was conducted to develop and explore the factorial structure of the scale. The second and third studies were designed to confirm the factorial structure and to test the reliability and validity of the scale. Results support the psychometric properties of the EMCA. The scale could thus be a useful tool for early detection and intervention programs.

Key words: measure, motivation, alcohol consumption

Introduction

Une enquête menée par Santé Canada (EPSC, 1985) révèle que la consommation abusive d'alcool constitue un problème sérieux au Canada. Le problème semble plus probant chez les 20 à 24 ans. Entre autre, l'enquête indique qu'une consommation de huit boissons alcoolisées ou plus en une seule journée au moins une fois au cours de la semaine précédant l'enquête est rapportée plus fréquemment chez les 20 à 24 ans. Plus spécifiquement, ce type de comportements est émis de façon plus fréquente à l'intérieur de ce groupe (12%) comparativement à 6% chez les 15-19 ans et à environ 4% dans la population adulte, c'est-à-dire les 25 ans et plus. De plus, chez les 20-24 ans, un jeune homme sur cinq se déclare être un gros buveur (15 consommations et plus par semaine selon le Rapport Action-Santé de Santé Bien-être social Canada, 1987), tandis que chez les 15 à 19 ans, 9% des garçons font la même déclaration. Dans les deux groupes de jeunes, moins de 5% des filles et des jeunes femmes se rangent dans la catégorie des gros buveurs. Par ailleurs, en dépit de ces taux élevés de consommation abusive d'alcool parmi les 20-24 ans, ces derniers n'indiquent pas avoir l'intention d'apporter un changement dans leurs habitudes de consommation d'alcool. Ce problème pose donc un défi de taille aux intervenants du milieu de la santé.

Au cours des dernières années, un grand nombre de recherches ont été effectuées dans le but d'identifier les facteurs étiologiques ou déclencheurs d'une consommation abusive d'alcool. Plusieurs des déterminants étudiés se sont révélés d'importants prédicteurs d'une consommation d'alcool. Parmi ceux-ci on retrouve les modèles familiaux et le comportement de consommation des pairs (Clayton & Lacey, 1982; Curran, Stice, & Chassin, 1997; Newcomb & Bentler, 1988; Oetting & Beauvais, 1987), la déviance, les problèmes de comportements ou l'absence de conformité sociale (Carman, Fitzgerald, & Holmgren, 1983; Jessor & Jessor, 1977), un faible

niveau d'estime personnelle ou la détresse psychologique (Hesselbrock, Hesselbrock, & Workman-Daniels, 1986; Jackson, Henriksen, Dickinson, & Levine, 1997; Kaplan, 1985; Tarbox, 1979), le locus de contrôle (Baumann, Obitz, & Reich, 1982; Costello & Manders, 1974; Nerviano & Gross, 1976), les événements déclencheurs ou critiques (Beckman, 1980; Nadeau, 1990; Newcomb & Harlow, 1986), les facteurs héréditaires et génétiques (Bohman, 1978; Dongier, 1988; Searles, 1988; Slutske, Heath, Dinwiddie, Madden, Bucholz, Dunne, Statham, & Martin, 1998) ainsi que les contextes situationnels (Ien van de Goor, Knibbe, & Drop, 1989; Trocki, 1989).

En dépit de l'abondante littérature sur ces divers déterminants, peu de recherches ont porté sur la motivation des consommateurs d'alcool. L'étude de la motivation semble importante car elle permet d'étudier l'influence des facteurs individuels et sociaux sur la consommation d'alcool.

Une analyse motivationnelle de la consommation d'alcool

La motivation représente un concept important à la compréhension de multiples comportements. L'étude de la motivation est l'exploration des forces internes et externes qui agissent sur l'individu et qui l'amènent à émettre un comportement précis. Elle permet ainsi d'expliquer ce qui incite une personne à consommer de l'alcool (ex., la recherche des effets positifs de l'alcool). Il devient alors possible de mieux prévenir ou de changer le comportement de cette personne. Plusieurs analyses théoriques ont été proposées afin d'étudier et de comprendre la motivation (voir Vallerand & Thill, 1993; Weiner, 1980). Une perspective qui s'est révélée fort utile au cours des dernières années, et qui a démontré sa validité et son utilité dans de nombreux secteurs d'application, est celle de Deci et Ryan (1985, 1987, 1991). Cette approche théorique propose une distinction entre la motivation intrinsèque, la motivation

extrinsèque et l'amotivation. Ces différents concepts ainsi que leur application à la consommation d'alcool sont présentés ci-dessous.

Motivation intrinsèque et consommation d'alcool

De façon générale, la motivation intrinsèque (MI) réfère au fait de faire une activité pour les sensations de plaisir et de satisfaction que l'on retire pendant la pratique de l'activité (Deci, 1975). Une personne est intrinsèquement motivée lorsqu'elle effectue des activités volontairement et par intérêt pour l'activité. Deci et Ryan (1985, 1987) postulent qu'il est essentiel que les individus inclus parmi leurs activités quotidiennes des activités pour lesquelles ils éprouvent de l'intérêt et qu'ils choisissent eux-mêmes de faire. Selon ces derniers, ce type d'activité permet de satisfaire les besoins fondamentaux de compétence et d'autonomie. Lorsque ces besoins sont satisfaits, les individus ressentent du plaisir non seulement après l'activité, mais également pendant. Alors que certains individus peuvent satisfaire ces besoins lorsqu'ils pratiquent leurs activités de loisir, exécutent leur travail ou étudient, il semble probable que pour d'autres personnes la consommation d'alcool constitue un des principaux moyens, sinon le seul, leur permettant d'éprouver des sentiments de compétence et d'autonomie. Donc, l'individu qui est motivé de façon intrinsèque à consommer de l'alcool boit de l'alcool par choix et par intérêt (c.-à-d. parce qu'il aime cela). Également, il consomme de l'alcool parce qu'il éprouve du plaisir et de la satisfaction pendant qu'il consomme. Ce plaisir et cette satisfaction, inhérents et non conséquents à l'activité de consommer, lui permettent de rehausser ces perceptions de compétence et d'autonomie.

En ce qui concerne la consommation d'alcool, il semble important de distinguer deux types de motivation intrinsèque. Le premier type correspond au plaisir de consommer, de goûter l'alcool en tant que tel et réfère à la motivation intrinsèque à la stimulation (MIS). Le second

type réfère au plaisir éprouvé durant l'expérience (l'épisode) de la consommation. Ce second type de motivation intrinsèque réfère à la motivation intrinsèque expérientielle (MIE). Bien que très peu de travaux dans le secteur de la motivation intrinsèque aient fait une telle distinction, certains auteurs tels Berlyne (1971) et Vallerand et al. (1989, 1992) ont soulevé la pertinence de distinguer entre différents types de motivation intrinsèque. Ainsi, il se pourrait, qu'en ce qui concerne la consommation d'alcool, les deux types de motivation intrinsèque soient associées à différents comportements. Par exemple, la motivation intrinsèque à la stimulation pourrait expliquer les comportements de dégustateur, alors que la motivation intrinsèque expérientielle pourrait expliquer les abus d'alcool durant certaines fêtes. Ces hypothèses restent à être vérifiées, mais elles s'avèrent fort intéressantes.

Les résultats d'une revue de la littérature en MI sont pertinents à cette analyse de la consommation d'alcool car ils suggèrent que la personne qui serait motivée de façon intrinsèque à consommer de l'alcool ressentirait plus d'émotions positives au moment de la consommation et afficherait un niveau subséquent de persévérance plus élevé à consommer de l'alcool que les gens motivés de façon extrinsèque ou que ceux qui feraient preuve d'amotivation. En effet, bien que ces prédictions soient contraires à la majorité des recherches qui démontrent que la MI est une forme de motivation menant à des conséquences positives, il n'en demeure pas moins que certains chercheurs ont postulé que la MI peut mener à des conséquences négatives. À titre d'exemple, une motivation intrinsèque éprouvée vis-à-vis des activités moins acceptables socialement, soit le vandalisme (Csikszentmihalyi & Larson, 1978), le phénomène de gang (Sato, 1984), ainsi que les comportements de paris (Chantal, Vallerand, & Vallières, 1995) peut certainement être liée à des conséquences négatives.

En somme, c'est le désir (ou les attentes) de revivre les émotions positives de plaisir et de satisfaction éprouvées au moment de la consommation d'alcool qui amènerait l'individu à

consommer de nouveau. En d'autres mots, ce ne sont pas les conséquences obtenues suite à sa consommation d'alcool (ex., une augmentation du plaisir social) qui motivent intrinsèquement l'individu, mais plutôt le plaisir et les sensations positives intenses qu'il vit pendant qu'il consomme de l'alcool, et qui sont une indication que ses besoins fondamentaux de compétence et d'autodétermination sont comblés. Donc, cette analyse motivationnelle postule que la personne motivée de façon intrinsèque devrait consommer de l'alcool sur une base plus régulière que la personne motivée extrinsèquement ou amotivée et ce, même lorsque les conséquences positives d'une telle consommation sont rares ou encore malgré les conséquences négatives évidentes que cette consommation peut entraîner.

Motivation extrinsèque vis-à-vis de la consommation d'alcool

L'approche motivationnelle que propose Deci et Ryan (1985, 1987) nous amène également à postuler que la motivation extrinsèque (ME) peut être impliquée dans la consommation d'alcool. Afin de mieux saisir le rôle joué par la ME dans l'acquisition et le maintien de la consommation d'alcool, nous allons tout d'abord présenter la définition conceptuelle de Deci et Ryan (1985, 1987). Selon ces derniers, il existe trois types de ME qui se situent sur un continuum d'autodétermination. Du plus bas au plus haut niveau d'autodétermination, ces types de ME sont: la régulation externe, l'introjection et l'identification.

La régulation externe correspond à la ME telle qu'elle est généralement définie dans la littérature. Dans un tel cas, le comportement est régularisé par des sources de contrôle extérieures à la personne, comme par exemple des récompenses extérieures à l'activité (ex., consommer de l'alcool pour se sentir sûr de soi) ou des contraintes imposées par autrui (ex., pression des pairs à consommer de l'alcool). Un autre exemple serait l'individu qui consomme de l'alcool pour la détente que cela lui procure, parce que la situation sociale le suggère fortement ou

pour se faire accepter de ses amis. Di Blasio, Chantal, Vallerand et Provencher (1995) ont proposé que la régulation externe puisse référer à la motivation à retirer un bénéfice social, physique ou psychologique (régulation externe dans le but d'obtenir quelque chose - REXO) ou à éviter une situation contrariante (régulation externe dans le but d'éviter quelque chose - REXÉ). Nous reviendrons un peu plus loin à ces deux types de régulation externe.

Dans le cas de la régulation introjectée, la personne commence à intérioriser les sources de contrôle de ses comportements. Cependant, bien que cette forme d'intériorisation réfère à des sources de contrôle internes à la personne, il ne s'agit pas de processus autodéterminés pour autant (c.-à-d., choisis), étant donné que ces sources de contrôle sont limitées à l'intériorisation de contraintes jadis extérieures à la personne. L'individu qui consomme des boissons alcoolisées afin de se prouver à lui-même qu'il est une personne importante, ou encore l'individu qui veut se prouver qu'il est capable de consommer tout comme ses amis, fait preuve d'introjection. À mesure que le comportement devient valorisé par l'individu et plus spécifiquement, que ce comportement est perçu comme étant initié volontairement par celui-ci, le processus d'intériorisation des motifs externes devient régularisé par identification. L'activité, même si elle est réalisée pour des fins instrumentales (et non pas par plaisir), est alors effectuée de façon autodéterminée. Par exemple, l'individu qui consomme des boissons alcoolisées parce que c'est l'activité qu'il a choisie afin de s'amuser avec ses amis ou encore parce que la consommation d'alcool est l'activité qu'il choisie pour se détendre, fait preuve de régulation identifiée.

Nous croyons que les différents types de ME peuvent être impliqués dans la motivation à consommer de l'alcool. En effet, un nombre important d'individus consomment d'une certaine façon par régulation externe (ex., pour obtenir des effets positifs; parce que la situation sociale le suggère). Cependant, ceci semblerait être surtout le cas des individus qui consomment de l'alcool occasionnellement (Brown, Goldman, Inn, & Anderson, 1980; Christiansen & Goldman, 1983;

Southwick, Steele, Marlatt, & Lindell, 1981). De façon similaire, certaines recherches portant sur les raisons expliquant la consommation d'alcool ont soulevé que le fait de bien paraître face à soi-même et aux yeux des autres, représentait une raison importante pour plusieurs consommateurs d'alcool (ex., Brissett, Asher, & Spicer, 1984; Huba, Segal, & Singer, 1977; Johnson, Schwitters, Wilson, Nagoshi, & McClearn, 1985; Jung, 1977). Ce type de raison permet ainsi d'identifier les individus motivés de façon introjectée vis-à-vis de la consommation d'alcool. Enfin, l'individu qui consomme surtout de l'alcool par choix et détente semble consommer par régulation identifiée. Ces différents types de ME s'avèrent donc pertinents afin de mieux saisir les motivations sous-jacentes à la consommation d'alcool et permettent d'intégrer l'ensemble des résultats obtenus dans les recherches sur les attentes et les raisons expliquant la consommation d'alcool.

Amotivation et consommation d'alcool

Un dernier concept proposé par Deci et Ryan (1985, 1987) réfère à l'amotivation. Une personne est amotivée lorsqu'elle ne perçoit plus de relation entre ses actions et les résultats qu'elle en retire. Cette personne n'est ni intrinsèquement, ni extrinsèquement motivée: il y a absence relative de motivation. Généralement, lorsque amotivés, les individus se sentent désabusés, se demandent pourquoi ils effectuent l'activité en question et éventuellement abandonnent la pratique de cette dernière. Toutefois, Deci et Ryan (1991) ont récemment décrit un second type d'amotivation; il s'agit de la perte de contingence entre le désir de cesser un comportement (ou une émotion) et le fait de poursuivre ce comportement. En d'autres termes, la personne ne perçoit plus que la consommation est sous son contrôle. La personne boit et, malgré son désir de cesser, elle ne croit pas pouvoir y changer quoi que ce soit. On peut ainsi voir que l'amotivation pourrait s'avérer être un facteur fort important dans l'étude de la compréhension des

processus impliqués chez les individus qui continuent à consommer malgré le fait qu'ils expriment le désir de mettre un terme à ce comportement.

Cadre d'analyse

La recension des écrits présentée ci-dessus révèle qu'une approche motivationnelle multidimensionnelle permettrait de mieux comprendre la consommation d'alcool ainsi que les processus qui régissent l'acquisition et le maintien d'un tel comportement. En fait, nous croyons que les individus qui consomment de l'alcool peuvent consommer pour de multiples motivations, soit intrinsèque, extrinsèque ou amotivée et que différentes motivations peuvent expliquer différents styles de consommation. Dans ce sens, on pourrait s'attendre à trouver des corrélations positives entre les différents types de motivation dans une population donnée.

Toutefois, il devrait être possible de trouver des "patterns" motivationnels selon le type de comportements de consommation. Ainsi, tel que suggéré ci-dessus, la motivation première du dégustateur devrait être la motivation intrinsèque à la stimulation, suivie de la motivation identifiée. Ces deux types de motivation ne devraient pas porter à l'excès puisque le plaisir de la personne se trouve dans le fait de pouvoir goûter l'alcool, ce qui est impossible lorsque trop intoxiqué. Par contre, la consommation excessive d'un individu pourrait être le fruit d'une combinaison de motivation intrinsèque expérientielle (pour l'expérience intense du contexte et du moment) et de l'amotivation (perte de contrôle). Nous croyons aussi que la consommation peut aussi être associée à la régulation externe de façon ponctuelle ou sur une courte période de temps. En effet, plusieurs évidences démontrent que les individus qui consomment de l'alcool principalement afin de transiger avec un stress (c.-à-d. pour éviter des situations contrariantes) (Cooper, Frone, Russell, & Mudar, 1995) éprouvent des problèmes de consommation abusive. Selon la présente analyse motivationnelle, une fois leurs problèmes résolus, ces individus

motivés par régulation externe pourraient envisager d'arrêter de consommer de l'alcool de façon abusive puisque les raisons pour lesquelles ils consommaient ne sont plus présentes. Par contre, s'ils se sentent amotivés à arrêter, ceci pourrait s'avérer plus difficile que prévu. La régulation externe à obtenir quelque chose, quant à elle ne devrait pas mener à des comportements de consommation abusive en soi. Ce n'est que si elle est associée à l'amotivation à cesser le comportement de consommation que l'on devrait observer une consommation qui pose problème.

Les éléments qui nous amènent à souscrire à une telle analyse motivationnelle de la consommation d'alcool sont de deux ordres. Premièrement, la théorie motivationnelle de Deci et Ryan permet d'intégrer dans un cadre théorique les résultats de recherche obtenus jusqu'à maintenant sur les attentes et les raisons rapportées par les consommateurs d'alcool afin d'expliquer leur consommation. En plus, elle permet de préciser les dynamiques motivationnelles impliquées dans chacune de ces attentes ou raisons. Deuxièmement, il semble également possible de mesurer avec fidélité et validité la MI, les trois types de ME, ainsi que l'AM. En effet, nous avons développé des instruments mesurant ces divers concepts pour les domaines de l'éducation (Vallerand & Bissonnette, 1992; Vallerand et al., 1989, 1992, 1993), des relations interpersonnelles (Blais et al., 1990), du sport (Brière et al., 1995), des loisirs (Pelletier et al., 1995), du travail (Blais et al., 1993), des personnes âgées (O'Connor & Vallerand, 1994; Vallerand & O'Connor, 1989, 1991; Vallerand, O'Connor, & Hamel, 1995), ainsi que pour le domaine du "gambling" (Chantal, Vallerand, & Vallières, 1994). Dans l'ensemble, ces recherches ont démontré qu'il était possible de mesurer adéquatement différents types de motivation et qu'ils étaient tous impliqués dans des comportements pertinents à l'intérieur de chacun des domaines étudiés (voir Vallerand, 1997 pour une recension).

But des études

En somme, plusieurs problèmes sociaux peuvent être prédits à partir d'instruments de motivation reposant sur la théorie motivationnelle de Deci et Ryan (1985, 1987, 1991). L'objectif global de l'article consiste à développer et valider un questionnaire sur la motivation à consommer de l'alcool. Un tel instrument pourrait être utilisé en recherche sociale, ainsi que par les intervenants des différents milieux communautaires dans le cadre de programmes d'intervention et dans le dépistage précoce des individus à risque de développer une dépendance à l'alcool. De façon plus précise, deux objectifs spécifiques et un plus général sont formulés. Un premier objectif consiste à développer un questionnaire de la motivation à consommer de l'alcool et à évaluer ses propriétés psychométriques. Dans un tel cadre, nous croyons essentiel que ce questionnaire s'appuie sur une théorie ayant fait ses preuves dans d'autres secteurs appliqués, permettant ainsi de comprendre le comportement des consommateurs d'alcool et de mener à des pistes d'interventions prometteuses. Tel que souligné précédemment, la théorie motivationnelle de Deci et Ryan répond à ces critères. Elle a donc servi de base conceptuelle au questionnaire. Le second objectif consiste à démontrer à l'aide du questionnaire que certains types de motivation bien précis sous-tendent différents types de consommation d'alcool (ex.: consommation régulière vs occasionnelle). Enfin, un dernier objectif, plus global celui-ci, consiste à faire avancer nos connaissances sur la consommation d'alcool, le tout menant à des retombées appliquées importantes. En effet, l'ensemble des recherches proposées ci-dessous en plus de permettre de créer un instrument utile pour le milieu scientifique, devrait également aider les divers intervenants du milieu à concevoir l'alcoolisme selon une vision nouvelle. La perspective motivationnelle devrait mener à une meilleure compréhension de l'alcoolisme et conséquemment à des techniques de dépistage et d'interventions plus efficaces sur le plan appliqué. À cette fin, trois études ont été réalisées.

Étude 1

La première étude avait pour but de développer l'Échelle de motivation à la consommation d'alcool (ÉMCA) et de vérifier ses propriétés psychométriques, notamment sa structure factorielle et sa cohérence interne. Cet instrument comprend 7 sous-échelles correspondant aux concepts d'amotivation, de régulation externe à obtenir quelque chose et à éviter quelque chose, d'introjection, d'identification et de MI expérientielle et de MI à la stimulation. Étant donné que la population des 20-24 ans est celle qui est la plus à risque de développer un comportement de consommation abusive d'alcool (EPSC, 1985), c'est auprès de cette population que nous avons développé l'instrument. Cependant, le vocabulaire accessible utilisé dans le questionnaire devrait faire en sorte qu'il puisse être utilisé avec des populations variées.

Le développement de l'instrument s'est effectué en deux phases. Dans un premier temps, il s'agissait de développer des énoncés permettant de mesurer les différents construits motivationnels. Cet objectif fut atteint par le biais de différentes méthodes. Une première méthode consistait à demander à des étudiants de niveau universitaire ($n = 40$) âgés entre 20 et 24 ans et démontrant différents types de consommation (c.-à-d., selon les catégories de l'EPSC, 1981, 1985) de répondre à la question "En général, quand je bois de l'alcool, c'est parce que ...". Les sujets pouvaient indiquer alors plusieurs réponses. Une seconde approche fut de réaliser une recension exhaustive des études ayant porté sur les raisons amenant les gens à boire. De celles-ci, on retira les raisons correspondant aux types de motivation proposés par Deci et Ryan. Ces deux sources d'information ont permis de préparer un certain nombre d'items, tout en assurant une validité écologique à ces derniers. Enfin, nous avons également préparé d'autres énoncés reposant sur la formulation théorique de Deci et Ryan (1985), de façon à respecter la définition conceptuelle des divers construits tels qu'appliqués à la consommation d'alcool.

Cette première étape terminée, la deuxième consistait à rédiger une première version de l'instrument. Ce dernier fut présenté sous forme de questionnaire de façon analogue aux autres instruments de motivation développés au Laboratoire de recherche sur le comportement social (voir Vallerand, 1997). Plus précisément, les sujets répondaient au questionnaire en indiquant à quel point chacun des énoncés permettait de répondre à la question "Pourquoi consommez-vous des breuvages alcoolisés?". Cette approche a été utilisée avec succès dans plusieurs secteurs appliqués et permet de mesurer avec précision la motivation des gens relativement à divers types de comportements tels ceux que l'on retrouve en éducation (Vallerand et al., 1989, 1992, 1993), dans les loisirs (Pelletier et al., 1995), les sports (Brière et al. 1995; Pelletier et al., 1995), la relation de couple (Blais et al., 1990), le travail (Blais et al., 1993), les comportements de paris (Chantal et al., 1994) et le vieillissement (Vallerand & O'Connor, 1991; Vallerand et al., 1995). Un total de 70 items (10 items par échelle) ont ainsi été rédigés dans le cadre de la version expérimentale de l'ÉMCA. C'est cette échelle qui fut évaluée dans la présente étude. Le Tableau 1 indique des exemples d'énoncés pour chacune des sept sous-échelles.

Insérez Tableau 1 à peu près ici

Méthode

Participants

Les participants de cette étude ont été recrutés dans différentes universités et entreprises montréalaises (n= 490; 285 femmes 205 hommes). Les travailleurs devaient avoir occupé un emploi pour plus de huit mois. L'âge des participants variait entre 20 et 24 ans dans l'ensemble

avec une moyenne d'âge de 23 ans. L'échantillon comprenait 288 étudiants-es, 173 travailleurs et 31 participants qui n'ont pas fourni ces informations.

Procédure

Afin d'être éligible pour participer à l'étude les participants devaient respecter 3 conditions: 1) être âgés de 19 à 25 ans, 2) avoir consommé au moins 1 breuvage alcoolisé au cours des 6 derniers mois et 3) ne pas avoir pris la décision d'arrêter de consommer depuis leur dernière consommation. Les participants-étudiants ont reçu le questionnaire en classe et devaient par la suite le compléter et le retourner dans l'enveloppe pré-affranchie prévue à cet effet. Les participants-travailleurs ont reçu le questionnaire via leur employeur. Ils devaient ensuite le remplir et le retourner par la poste dans l'enveloppe pré-affranchie prévue à cet effet.

Résultats

Dans un premier temps, nous avons vérifié la distribution des énoncés, notamment le degré de kurtose et de symétrie des énoncés, la moyenne, l'écart-type ainsi que la corrélation entre les énoncés (Tabachnick & Fidell, 1989). Basé sur cette première inspection des données, 20 énoncés ont été exclus n'étant pas normalement distribués et étant peu corrélés avec la majorité des énoncés. Par la suite, une analyse factorielle exploratoire (en utilisant une rotation oblique, cette dernière qui permet aux différents facteurs de corrélés entre eux) de type « maximum likelihood » a été réalisée. La structure factorielle résultante comprenait sept facteurs avec chacun quatre énoncés et permet d'expliquer 63% de la variance. Les résultats de cette analyse factorielle apparaissent au Tableau 2 (voir les saturations entre parenthèses). Comme il est possible de le constater, les sept facteurs correspondent au sept sous-échelles tel que postulé. On trouve ainsi la motivation intrinsèque à la stimulation, la motivation intrinsèque

expérientielle, la régulation identifiée, la régulation introjectée, la régulation externe à obtenir quelque chose, la régulation externe à éviter quelque chose ainsi que l'amotivation à arrêter de consommer.

Insérez Tableau 2 à peu près ici

Par la suite, nous avons calculé les indices de cohérence interne (Alpha de Cronbach; Cronbach, 1951) pour chacune des sous-échelles. Ces résultats apparaissent au Tableau 3. Comme on peut le remarquer, les niveaux de cohérence interne sont tous très satisfaisants variant entre .74 (la régulation introjectée) et .93 (motivation à régulation externe à éviter quelque chose).

Donc, dans l'ensemble, les résultats de cette première étude ont permis de sélectionner 28 énoncés, soit 4 énoncés pour chacune des 7 sous-échelles, tel que postulé. Qui plus est, le niveau de cohérence interne de chacune des 7 sous-échelles s'est montré très satisfaisant. Il devenait donc possible de poursuivre plus avant la validation de cette échelle dans une seconde étude.

Insérez Tableau 3 à peu près ici

Étude 2

Le but de cette deuxième étude était de poursuivre la validation de l'Échelle de motivation à la consommation d'alcool (ÉMCA) et ce de trois façons. Dans un premier temps, une analyse factorielle confirmatoire par équations structurales (avec le logiciel EQS; Bentler 1995) fut réalisée afin de mettre à l'épreuve la structure factorielle de l'Échelle de motivation à la

consommation d'alcool. En plus, nous avons vérifié l'invariance de la structure factorielle en ce qui concerne les populations masculine et féminine. Dans un deuxième temps, nous avons également comparé les moyennes de chacune des sous-échelles afin de vérifier si une différence entre les hommes et les femmes pouvait être obtenue. En effet, la littérature suggère que les hommes consomment plus d'alcool que les femmes. Ces résultats, en ce qui concerne les sous-échelles de motivation, permettraient donc de procurer, du moins en partie, une validité à l'échelle de motivation. Enfin, dans un dernier temps, diverses analyses de régression ont été effectuées afin d'examiner les liens entre les sous-échelles de motivation et la consommation d'alcool. Il était prévu que les échelles d'amotivation et de motivation extrinsèque identifiée, de motivation intrinsèque expérientielle et de stimulation permettraient de mieux prédire la consommation d'alcool. Donc, l'ensemble de la présente stratégie devrait permettre de procurer des informations importantes concernant la validité de l'ÉMCA.

Méthode

Participants

Pour les fins de cette étude, des étudiants universitaires et des travailleurs ont été recrutés dans différentes universités et entreprises dans la région montréalaise. Les travailleurs devaient avoir occupé un emploi pour plus de huit mois. Au total, 1931 participants ont répondu au questionnaire. Cet échantillon était composé de 1035 femmes et de 893 hommes (3 répondants n'ont pas indiqué leur sexe). L'âge moyen de cet échantillon était de 22 ans (l'âge des répondants variait entre 19 et 25 ans). Aussi, 76% des participants étaient célibataires (n=1480), 18% cohabitaient avec un conjoint (n=325), 6% étaient mariés (n=108) et 18 n'ont pas fourni ces informations. De plus, 73% étudiaient à l'université à temps plein, 7% étudiaient à temps partiel

et 20% n'étudiaient pas. Le revenu annuel moyen de l'ensemble de l'échantillon était de 10 000\$ par année.

Procédure

Afin d'être éligible pour participer à l'étude les participants devaient respecter 3 conditions: 1) être âgés de 19 à 25 ans, 2) avoir consommé au moins 1 breuvage alcoolisé au cours des 6 derniers mois et 3) ne pas avoir pris la décision d'arrêter de consommer depuis leur dernière consommation. Les participants-étudiants ont reçu le questionnaire en classe et devaient par la suite le compléter et le retourner dans l'enveloppe pré-affranchie prévue à cet effet. Les participants-travailleurs ont reçu le questionnaire via leur employeur. Ils devaient ensuite le remplir et le retourner par la poste dans l'enveloppe pré-affranchie prévue à cet effet.

Instruments

Les participants ont répondu à cinq instruments différents dans le cadre de ce questionnaire. Une première échelle était, bien sûr, l'ÉMCA. Cette échelle avait été développée dans le cadre de la première étude et comprenait 28 énoncés, soit 4 énoncés par échelle et ce pour chacune des 7 sous-échelles.

Une deuxième échelle était le Michigan Alcohol Screening Test (MAST; Selzer, 1971). Le MAST est un instrument de mesure de 25 énoncés qui permet de détecter un niveau d'alcoolisme sévère. Pour chacun des énoncés les répondants doivent indiquer une réponse dichotomique soit oui ou non et la réponse est évaluée selon un système de points accordés pour chacun des énoncés. Les points varient de 0 à 5, avec 5 étant considéré comme étant diagnostic de l'alcoolisme et 0, son absence totale. Un score total sur l'échelle des 25 énoncés de 3 points ou moins est considéré comme indiquant une absence d'alcoolisme, 4 points suggère qu'il y a peut-être un niveau d'alcoolisme important et 5 points indique qu'il y a alcoolisme chez le répondant

(voir Selzer, 1971 pour plus d'information). Le niveau de consistance interne de cette échelle dans le cadre de cette étude était de .73.

Une troisième échelle permettait de mesurer la désirabilité sociale. Cette échelle adaptée de Crowne et Marlowe (1960) était composée de 5 énoncés évalués sur une échelle de type Likert de 1 à 7 points. Un score de 1 indiquait un niveau élevé de désaccord avec l'énoncé et un score de 7 indiquait un niveau élevé d'accord avec l'énoncé. Cette échelle a obtenu un niveau de consistance interne de .55.

Une quatrième échelle permettait de mesurer le niveau d'intérêt vis-à-vis de la consommation d'alcool. Sept énoncés furent utilisés pour cette sous-échelle. Les participants devaient indiquer sur une échelle de type Likert de 7 points à quel point ils étaient en désaccord ou en accord avec chacun des énoncés. Le niveau de consistance interne de cette échelle d'intérêt à la consommation d'alcool dans le cadre de cette étude était de .94.

Enfin, une dernière section du questionnaire comprenait des mesures de fréquence et de quantité de consommation de boissons alcoolisées. Cette mesure menait à la consommation hebdomadaire moyenne pour chacun des individus (Nadeau, Guyon, & Bourgault, 1998). Les mesures étaient basées sur une période de 6 mois. Les répondants ayant consommé de l'alcool au moins une fois par semaine durant les derniers 6 mois complétaient la première partie. Ils (elles) devaient préciser aussi le nombre de boissons alcoolisées consommées pour chacun des jours de la semaine. L'addition du nombre de boissons alcoolisées consommées par jour a permis d'obtenir un score total de consommation hebdomadaire. Les répondants ayant consommé moins d'une boisson alcoolisée par semaine durant les derniers 6 mois complétaient la deuxième partie de l'échelle. Dans cette partie, ils (elles) inscrivaient le nombre total de boissons alcoolisées consommées depuis les derniers 6 mois, ainsi que le nombre moyen de boissons alcoolisées consommées. Un score de consommation hebdomadaire total fut obtenu en multipliant la

fréquence par la quantité de consommation et en divisant le tout par le nombre de semaines (nb de fois X nb de consommations ÷ le nombre de semaines) (voir Johnson et al., 1985). Nous référons à ce score par le vocable « consommation hebdomadaire ».

Résultats

Analyse factorielle confirmatoire

Une analyse factorielle confirmatoire effectuée par le biais d'analyse par équation structurale a été réalisée. Ce type d'analyse permet d'obtenir de façon simultanée une solution factorielle tout en tenant compte de l'erreur de mesure associée à chacune des variables. Les analyses ont donc été effectuées à l'aide du logiciel EQS (Bentler, 1995). La matrice des variances-covariances a été utilisée comme base d'analyse. Les covariances entre les sous-échelles ont été évaluées, soit entre la MIS et la IDEN, entre la MIC et la IDEN, entre la MIE et la REXO, entre REXO et la IDEN, entre la REXO et EXIN, entre la REXO et la REXÉ, entre la REXO et la AMO, et finalement entre la REXÉ et la AMO. Nous avons évalué le niveau d'adéquation des données à partir de trois indices: le Normed Fit Index (NFI; Bentler & Bonett, 1980), le Comparative Fit Index (CFI; Bentler, 1990) et le khi-carré. Puisque chacun des indices d'ajustement possède ses limites, il a été jugé approprié d'utiliser l'ensemble des indices afin de porter un jugement sur l'adéquation des résultats. Le NFI et le CFI peuvent obtenir des valeurs allant de 0 à 1. Plus les valeurs sont élevées, et préférablement plus que .90, plus le niveau d'ajustement est jugé adéquat (Bentler & Bonett, 1980). On s'attend généralement à un khi-carré non-significatif. Toutefois, cet indice est influencé par la taille de l'échantillon: plus l'échantillon est important, comme dans le cadre de la présente étude, plus la valeur du khi-carré risque d'être significative. Les résultats de l'analyse présentent une valeur de khi-carré significative ($\chi^2 = 1694,20$, $df = 329$, $p < .01$). Par contre, le NFI (.95) et le CFI (.96) étaient relativement élevés.

Donc, dans l'ensemble, les indices indiquent un niveau d'ajustement adéquat des données. Qui plus est, ces résultats satisfaisants ont été obtenus sans aucune modification post hoc (aucune erreur de mesure ne fut corrélée).

Le Tableau 2 présente les saturations standardisées pour chacun des 7 facteurs (colonne de droite). Comme il est possible de le constater, ces saturations sont relativement élevées et sont toutes significatives. Ceci supporte bien la structure factorielle à 7 facteurs de l'ÉMCA. La structure factorielle fut également vérifiée pour chaque sexe séparément. Les indices d'adéquacité de cette analyse se sont avérés acceptables ($\chi^2= 2989.208$, $df= 682$, $p. < 0.001$, $NFI= .90$; $CFI= .92$), indiquant que les deux matrices analysées sont comparables. Ces résultats supportent ainsi l'invariance de la structure pour les deux sexes.

Le Tableau 3 présente les résultats des analyses de cohérence interne (Cronbach, 1951) pour chacune des 7 sous-échelles. Comme on peut l'observer, ces valeurs varient entre .76 et .92 démontrant ainsi des niveaux satisfaisants de cohérence interne.

Les corrélations entre les 7 facteurs sont présentées dans le cadre du Tableau 4. On peut noter que ces corrélations sont, pour la plupart toutes positives (sauf pour les corrélations entre les sous-échelles introjectée et motivation intrinsèque à la stimulation avec .00) et significatives variant entre .07 et .60 (sauf pour les corrélations entre les sous-échelles motivation intrinsèque à la stimulation et régulation externe à éviter quelque chose avec .04).

Insérez Tableau 4 à peu près ici

Nous avons également comparé les motivations des participants qui consommaient de l'alcool moins d'une fois par semaine et au moins une fois au cours des six derniers mois

(n=1044) et ceux qui buvaient de l'alcool au moins une fois par semaine (n=779). Les individus qui buvaient au moins une fois par semaine de l'alcool furent considérés comme des consommateurs d'alcool réguliers alors que ceux qui buvaient moins d'une fois par semaine furent considérés comme des consommateurs occasionnels. Une analyse de variance multivariée de type 2 (homme-femme) x 2 (groupe occasionnel vs régulier) a été réalisée sur les 7 types de motivation. Ces résultats révélèrent la présence de deux effets principaux multivariés et l'absence d'une interaction significative. Le premier résultat indiqua la présence d'un effet pour le sexe (F multivarié = 6.1 p . < .001) et l'autre pour le groupe de consommateurs (F multivarié = 43.6, p . < .001). En ce qui concerne l'effet de sexe, les résultats ont révélé que tous les types de motivation, sauf la motivation intrinsèque à la stimulation, étaient statistiquement différents entre les hommes et les femmes. Les résultats apparaissent au Tableau 5. Comme on peut le remarquer les hommes démontrent des niveaux de motivation plus élevés que les femmes sur toutes les sous-échelles de motivation, sauf pour la motivation intrinsèque à la stimulation. Bien que ces différences soient relativement faibles, elles sont tout de même significatives et toujours dans le même sens.

En ce qui concerne maintenant l'effet principal pour les groupes de consommateurs, on peut remarquer des différences significatives pour toutes les sous-échelles. L'écart est nettement plus marqué qu'en ce qui a trait à l'effet pour le sexe. Ainsi, on remarque une différence plus prononcée en ce qui a trait à la motivation intrinsèque à la stimulation ($M=4.5$ vs 3.6) et la motivation intrinsèque expérientielle ($M=3.3$ vs 2.4). Ces résultats révèlent donc que plus les individus sont motivés à consommer de l'alcool et plus, effectivement, ils rapportent avoir consommé de l'alcool.

Insérez Tableau 5 à peu près ici

Il est aussi important de noter que les 7 sous-échelles de motivation ont démontré des corrélations négatives avec l'échelle de désirabilité sociale. La corrélation la plus forte fut obtenue avec l'échelle de motivation intrinsèque expérientielle ($r = -.20$), alors que la corrélation la plus faible fut obtenue avec l'échelle de motivation intrinsèque à la stimulation ($r = -.09$). Toutes les autres corrélations obtenues se situaient entre ces deux valeurs. Ces résultats soulèvent donc l'absence relative de désirabilité sociale, du moins dans le cadre de la présente étude.

Enfin, différentes analyses de régression multiple ont été réalisées afin de vérifier quels étaient les meilleurs prédicteurs de la consommation d'alcool parmi les sous-échelles de motivation. Il est important de spécifier que les analyses ont été effectuées en contrôlant l'effet du sexe sur ces types de consommation d'alcool. En effet, dans un premier temps, la contribution de la variable sexe fut contrôlée dans les analyses de régression. Par la suite, la contribution additionnelle des 7 sous-échelles de motivation a alors été vérifiée. Ceci permet de vérifier si les 7 sous-échelles contribuaient de façon additionnelle à celle du sexe dans l'explication de la consommation d'alcool.

Une première analyse concernait l'intérêt à la consommation. Ces résultats apparaissent au Tableau 6. Comme on peut le remarquer le sexe permettait d'expliquer 2% de la variance de l'intérêt à la consommation et un poids β de .14 a été obtenu. Toutefois, les 7 sous-échelles de la motivation ont permis d'expliquer 64% de variance additionnelle à cet effet du sexe. Et les poids β étaient très élevés, notamment en ce qui concerne, tel qu'attendu, la motivation intrinsèque expérientielle ($\beta = .42$), la motivation intrinsèque à la stimulation (poids $\beta = .37$) et enfin la régulation identifiée ($\beta = .23$).

Dans un deuxième temps, la même stratégie a été utilisée afin de prédire le nombre de consommations hebdomadaires. Comme on peut le remarquer, la variable sexe permettait d'expliquer, dans un premier temps, 6% de la variance des consommations hebdomadaires. Toutefois, lorsque les variables de motivation ont été incluses dans l'analyse de régression ceci permit d'expliquer 22% additionnel de variance. Il est important de spécifier que la motivation intrinsèque expérientielle ($\beta = .17$) et la régulation identifiée ($\beta = .14$) ont permis d'expliquer une partie substantielle de la variance. Toutefois, c'était le niveau d'amotivation des sujets ($\beta = .31$) qui permettait d'expliquer le plus de variance de cette consommation hebdomadaire.

Enfin, une dernière analyse de régression fut réalisée afin de prédire le niveau d'alcoolisme chez les sujets tel qu'identifié par le MAST. La variable sexe permit d'expliquer 3% de la variance. Toutefois, les variables de motivation ont permis d'expliquer 19% de variance additionnelle. Comme le démontrent les résultats au Tableau 6, les meilleurs prédicteurs furent la motivation intrinsèque expérientielle ($\beta = .14$), suivie de la régulation externe ($\beta = .08$) à éviter quelque chose et enfin, le niveau d'amotivation des sujets ($\beta = .31$).

Les résultats des analyses de régression sont intéressants parce qu'ils permettent de démontrer la validité discriminante des sous-échelles de motivation. En effet, lorsqu'on désire prédire l'intérêt vis-à-vis de la consommation on devrait s'attendre à ce que la motivation intrinsèque expérientielle et à la stimulation soient les meilleurs prédicteurs. Effectivement, c'est ce que les résultats de la première analyse de régression révèlent. Dans un deuxième temps, pour prédire la consommation hebdomadaire, on s'attendrait à ce que la motivation intrinsèque et la régulation identifiée et possiblement l'amotivation soient les meilleurs prédicteurs. Ceci parce qu'une régulation identifiée et une motivation intrinsèque devraient être associées à un style de vie où l'alcool fait partie d'une telle orientation de vie, sans toutefois mener à un niveau d'alcoolisme sévère. Par contre, lorsqu'on regarde les résultats des analyses de régression avec le

MAST on se rend compte qu'encore ici le niveau d'amotivation à arrêter de consommer est un prédicteur de l'alcoolisme. Un nouveau prédicteur apparaît alors en plus de la motivation intrinsèque expérientielle, il s'agit de la régulation externe à éviter quelque chose. Il se pourrait donc qu'une telle motivation joue un rôle important dans le développement de l'alcoolisme. Bien sûr, il s'agit d'observations préliminaires et des recherches additionnelles devront être réalisées afin de confirmer ces résultats.

Insérez Tableau 6 à peu près ici

Étude 3

Le but de cette dernière étude était de vérifier la fidélité test-retest de l'échelle de motivation à la consommation d'alcool. En plus, nous désirions vérifier de nouveau les niveaux de cohérence interne des sous-échelles de motivation.

Méthode

Participants

Les participants de cette étude étaient 136 étudiants universitaires ayant une moyenne d'âge de 21.5 ans.

Procédure

Les sujets ont répondu à deux reprises avec un intervalle d'un mois à l'ÉMCA. Le questionnaire a été répondu en classe.

Résultats

Les résultats des analyses de corrélations test-retest sont présentés dans le cadre du Tableau 3 (voir colonne de droite intitulée test-retest). Comme on peut le remarquer les corrélations sont toutes très élevées variant entre .76 et .92. Ces résultats révèlent donc un niveau de stabilité satisfaisant pour l'ÉMCA. On peut aussi remarquer les niveaux de cohérence interne des différentes sous-échelles tel que rapporté dans le cadre du Tableau 3 (voir Étude 3, T1 et T2). Ces niveaux de cohérence interne sont tous très élevés supportant ainsi les résultats des deux études précédentes.

Discussion

Les résultats de cette recherche supportent la validité et la fidélité de l'Échelle de motivation à la consommation d'alcool. Les résultats de l'Étude 1 et de l'Étude 2 ont démontré dans le cadre d'analyses factorielles exploratoire et confirmatoire respectivement, que la structure à 7 facteurs de l'Échelle de motivation était soutenue. Les résultats de l'Étude 2 sont particulièrement intéressants et ont démontré des indices d'adéquacité très satisfaisants dans le cadre de l'analyse factorielle confirmatoire. En plus, des analyses factorielles confirmatoires additionnelles ont démontré l'invariance de la structure factorielle pour les hommes et pour les femmes. Les 7 sous-échelles sont donc aussi valides pour les hommes que pour les femmes.

En plus, les résultats des analyses de cohérence interne ont révélé que les 7 sous-échelles étaient toutes fidèles, et ce dans le cadre des trois études. Si on ajoute à ces résultats ceux des analyses des corrélations test-retest qui ont révélé un niveau de la stabilité temporelle très satisfaisant pour les différentes sous-échelles, force est de conclure que l'ÉMCA démontre un niveau de fidélité des plus intéressants.

L'analyse des moyennes en ce qui concerne les hommes et les femmes, ainsi que les différents groupes de consommateurs ont également démontré la sensibilité de l'échelle à distinguer les motivations de différentes populations. En effet, on a pu démontrer que les hommes dans l'ensemble, étaient plus motivés à la consommation d'alcool que les femmes. De même, les consommateurs réguliers démontraient des niveaux de motivation nettement plus élevés que les consommateurs occasionnels.

Enfin, les résultats des analyses de régression multiple ont révélé que l'ÉMCA permettait de prédire différents types de consommation. De plus, chose intéressante, différents patrons de prédicteurs ont été obtenus selon la variable dépendante. Ainsi, en ce qui concerne l'intérêt à la consommation d'alcool, les prédicteurs étaient surtout les variables motivation intrinsèque expérientielle, motivation intrinsèque à la stimulation et la régulation identifiée. Pour ce qui est des consommations hebdomadaires et du MAST (ou le niveau d'alcoolisme) des distinctions importantes ont été obtenues. En effet, concernant les consommations hebdomadaires, en plus de la motivation intrinsèque expérientielle et de l'amotivation, on retrouvait la régulation identifiée. Toutefois, dans le cadre du MAST, en plus de la motivation intrinsèque expérientielle et l'amotivation, on obtenait la régulation externe à éviter quelque chose. Il est donc possible de proposer que la régulation identifiée semble être associée à une consommation importante d'alcool sans toutefois être un diagnostic d'alcoolisme. Par contre, une régulation externe à éviter quelque chose pourrait être impliquée dans l'alcoolisme. Il est important toutefois de souligner que ces résultats sont préliminaires et que des recherches additionnelles devront être réalisées afin d'appuyer ces résultats.

De fait, des recherches futures portant sur la validation de l'échelle auprès de différents groupes d'âge s'avéreraient bénéfiques. Par exemple, une étude explorant le lien entre les types de motivation et de consommation chez les adolescents âgés de 15 à 19 ans indiquerait si, à cet

âge, les mêmes motivations sont impliquées dans les comportements de consommation abusifs. Dans la même ligne de pensée, un schème longitudinal permettrait de comprendre si les motivations impliquées dans les styles de consommations abusives pour les adolescents âgés de 15 à 19 ans sont également liés à ces comportements abusifs lorsque ces mêmes individus atteignent les âges de 20 à 24 ans.

Également dans le cadre de recherches futures, il serait pertinent de valider l'échelle auprès d'une population clinique (Bisson, Nadeau, & Demers, 1999). Il serait ainsi possible de vérifier les liens entre les types de motivations et les grands consommateurs. Ce genre d'étude consisterait un atout important aux objectifs de validation de l'échelle.

De plus, il serait intéressant de vérifier la séquence motivationnelle impliquant les facteurs sociaux (ex., style interpersonnel des parents, l'influence des pairs), les médiateurs psychologiques (ex., perceptions de compétence, d'autonomie et d'appartenance) et la motivation à consommer (Vallerand, 1997). Une telle étude permettrait à la fois d'intégrer une partie de la littérature portant sur la consommation d'alcool et de mettre à l'épreuve un modèle motivationnel. Les résultats d'une telle étude s'avérerait pertinent à la compréhension des facteurs qui influencent et qui maintiennent les différentes motivations, qui elles sont associées aux comportements de consommation d'alcool.

En somme, les résultats des trois études présentées révèlent que l'Échelle de motivation à la consommation d'alcool (ÉMCA) démontre des niveaux psychométriques satisfaisants, soulignant ainsi sa fidélité et sa validité. Toutefois nous tenons à souligner, notamment auprès des intervenants, qu'il s'agit des premiers résultats obtenus avec cette échelle. Nous encourageons donc les chercheurs et les cliniciens à la prudence dans l'utilisation de cette dernière. En effet, ce n'est qu'avec des recherches additionnelles que nous serons vraiment en

mesure d'étudier de façon plus complète la validité et la fidélité de l'Échelle de motivation à la consommation d'alcool et évaluer sa capacité de prédire la consommation d'alcool.

Références

- Baumann, D. J., Obitz, F.W., & Reich, J.W. (1982). Attribution theory: A fit with substance abuse problems. International Journal of the Addictions, 17, 295-303.
- Beckman, L. J. (1980). Perceived antecedents and effects of alcohol consumption in women. Journal of Studies on Alcohol, 41, 518-530.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. Psychological Bulletin, 107, 238-246.
- Bentler, P. M. (1995). EQS: Structural equations program manual. Los Angeles, CA: BMDP Statistical Software.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structure. Psychological Bulletin, 88, 588-606.
- Berlyne, D. E. (1971). Aesthetics and psychobiology. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Bisson, J., Nadeau, L., & Demers, A. (1999). The validity of the CAGE scale to screen for heavy drinking and drinking problems in a general population survey, Addiction, 94, 715-722.
- Blais, M. R., Brière N. M., Lachance, L., Riddle, A. S., & Vallerand, R. J. (1993). L'inventaire des motivations au travail de Blais. Revue québécoise de psychologie, 14, 185-215.
- Blais, M. R., Sabourin, S., Boucher, C., & Vallerand, R. J. (1990). A motivation model of couple happiness. Journal of Personality and Social Psychology, 59, 1021-1031.
- Bohman, M. (1978). Some genetic aspects of alcoholism and criminality. Archives General of Psychiatry, 35, 269-276.

Brière, N. M., Vallerand, R. J., Blais, M. R., & Pelletier, L. G. (1995). Développement et validation d'une mesure de motivation intrinsèque, extrinsèque et d'amotivation en contexte sportif: l'Échelle de Motivation dans les Sports (EMS). International Journal of Sport Psychology, 26, 465-489.

Brissett, D., Asher, R., & Spicer, J. (1984). Motivation for drinkers and treatment outcome: A study of personal and nonpersonal effects drinkers. American Journal of Drug and Alcohol Abuse, 10, 113-124.

Brown, S. A., Goldman, M. S., Inn, A., & Anderson, L. R. (1980). Expectations of reinforcement from alcohol: Their domain and relation to drinking patterns. Journal of Consulting and Clinical Psychology, 48, 419-426.

Carman, R. S., Fitzgerald, B. J., & Holmgren, C. (1983). Alienation and drinking motivations among adolescent females. Journal of Personality and Social Psychology, 44, 1021-1024.

Chantal, Y., Vallerand, R. J., & Vallières, E. F. (1994). Construction et validation de l'échelle de motivation vis-à-vis les jeux de hasard et d'argent (ÉMJHA). Loisir & société, 17, 189-212.

Chantal, Y., Vallerand, R. J., & Vallières, E. F. (1995). Motivation and gambling involvement. Journal of Social Psychology, 135, 755-763.

Christiansen, B. A., & Goldman, M. S. (1983). Alcohol-related expectancies versus demographic/ background variables in the prediction of adolescent drinking. Journal of Consulting and Clinical Psychology, 51, 249-257.

Clayton, R. R., & Lacey, W. B. (1982). Interpersonal influences on male drug use and drug use intentions. International Journal of the Addictions, 17, 655-666.

Cooper, L. M., Frone, M. R., Russell, M., & Mudar, P. (1995). Drinking to regulate positive and negative emotions: A motivational model of alcohol use. Journal of Personality and Social Psychology, 69, 990-1005.

Costello, R. M. & Manders, K. R. (1974). Locus of control and alcoholism. British Journal of Addictions, 69, 11-17.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika, 16, 297-334.

Crowne, D. P. & Marlowe, D. (1960). A new scale of social desirability independent of psychopathology. Journal of Consulting Psychology, 24, 349-354.

Csikszentmihalyi, M., & Larson, R. (1978). Intrinsic rewards in school crime. Crime and Delinquency, 24, 322-325.

Curran, P. J., Stice, E., & Chassin, L. (1997). The relation between adolescent alcohol use and peer alcohol use : A longitudinal random coefficients model. Journal of Consulting and Clinical Psychology, 65, 130-140.

Deci, E. L. (1975). Intrinsic motivation. New York: Plenum.

Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1985). Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York: Plenum.

Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1987). The support of autonomy and the control of behavior. Journal of Personality and Social Psychology, 53, 1024-1037.

Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. In R. Dienstbier (Ed.), Nebraska symposium on motivation: Vol. 38. Perspectives on motivation (pp. 237-288). Lincoln, NE: University of Nebraska Press.

Di Blasio L., Chantal Y., Vallerand, R. J., & Provencher P. (1995). Effets de la récompense et de la punition sur la motivation intrinsèque, Annales de la Société Québécoise de recherche en psychologie (SQRP).

Dongier, M. (1988). Prédilections héréditaires et alcoolisme. In P. Brisson (Ed.), L'usage des drogues et la toxicomanie, (pp. 205-217), Montréal: Gaëtan Morin.

Hesselbrock, V. M., Hesselbrock, M. N., & Workman-Daniels, K. L. (1986). Effect of major depression and antisocial personality on alcoholism: Course and motivational patterns. Journal of Studies on Alcohol, *47*, 207-212.

Huba, G. J., Segal, B., & Singer, J. L. (1977). Organization of needs in male and female drug and alcohol users. Journal of Consulting and Clinical Psychology, *45*, 34-44.

Ien van de Goor, Knibbe, R. A., & Drop, M. J. (1989). Participation in potential drinking situations and pressure to drink in the social environment as determinants of adolescent weekly alcohol consumption. Paper presented at the 15th Annual Alcohol Epidemiology Symposium, Maastricht, The Netherlands, June.

Jackson, C., Henrikson, L., Dickinson, D., & Levine, D. W. (1997). The early use of alcohol and tobacco : Its relation to children's competence and parent's behavior. American Journal of Public, *87*, 359-364.

Jessor, R. & Jessor, S. L. (1977). Problem behavior and psychological development. New York: Academic Press.

Johnson, R. C., Schwitters, S. Y., Wilson, J. R., Nagoshi, C. T., & McClearn, G. E. (1985). A cross-ethnic comparison of reasons given for using alcohol, not using alcohol or ceasing to use alcohol. Journal of Studies on Alcohol, 46, 283-288.

Jung, J. (1977). Drinking motives and behavior in social drinkers. Journal of Studies on Alcohol, 38, 944-952.

Kaplan, H. B. (1985). Testing a general theory of drug abuse and other deviant adaptations. Journal of Drug Issues, 15, 477-492.

Nadeau, L. (1990). Les problèmes liés à l'alcool chez les femmes: L'examen de l'hypothèse d'une interaction entre des facteurs de vulnérabilité et des agents déclencheurs. Revue Canadienne des Sciences du Comportement, 22, 433-444.

Nadeau, L., Guyon, L., & Bourgault, C. (1998). Heavy drinkers in the general population : Comparison of two measures. Addiction Research, 6, 165-187.

Nerviano, V. J., & Gross, W. F. (1976). Loneliness and locus of control for alcohol males: Validity against Murray need and Cattell trait dimensions. Journal of Clinical Psychology, 32, 479-484.

Newcomb, M. D., & Bentler, P. M. (1988). The impact of family context, deviant attitudes, and emotional distress on adolescent drug use: Longitudinal latent variable analysis of mothers and their children. Journal of Research in Personality, 22, 154-176.

Newcomb, M. D., & Harlow, L. L. (1986). Life events and substance use among adolescents: Mediating effects of perceived loss of control and meaninglessness in life. Journal of Personality and Social Psychology, 51, 564-577.

O'Connor, B. P., & Vallerand, R. J. (1994). Motivation, self-determination, and person-environment fit as predictors of psychological adjustment among nursing home residents. Psychology and Aging, *9*, 189-194.

Oetting, E. R., & Beauvais, F. (1987). Peer cluster theory, socialization characteristics, and adolescent drug use: A path analysis. Journal of Consulting Psychology, *34*, 205-213.

Pelletier, L. G., Fortier, M. S., Vallerand, R. J., Tuson, K. M., Brière, N. M., & Blais, M. R. (1995). Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and amotivation in sports: The Sport Motivation Scale (SMS). Journal of Sport & Exercise Psychology, *17*, 35-53.

Pelletier, L. G., Vallerand, R. J., Green-Demers, I., Blais, M. R., & Brière, N. M. (1995). Loisirs et santé mentale: Les relations entre la motivation pour la pratique des loisirs et le bien-être psychologique. Revue canadienne des sciences du comportement, *27*, 140-156.

Santé et Bien-être Social Canada (1981). La santé des Canadiens: Rapport de l'Enquête Santé-Canada. Ottawa, 82-538F au catalogue.

Santé et Bien-être Social Canada (1985). Enquête promotion santé Canada: Etude spéciale sur les jeunes. Ottawa.

Santé et Bien-être Social Canada (1987). Le rapport Action-Santé: Nos conceptions et nos actions. Ottawa, H39-106/1987F au catalogue.

Sato, I. (1984). An ethnography of motorcycle gangs. Tokyo: Keiso Shobo.

Searles, J. S. (1988). The role of genetics in the pathogenesis of alcoholism. Journal of Abnormal Psychology, *97*, 153-167.

Selzer, M. L. (1971). The Michigan Alcoholism Screening Test: The quest for a new diagnostic instrument. American Journal of Psychiatry, 127, 89-94.

Slutske, W. S., Heath, A. C., Dinwiddie, S. H., Madden, P. A. F., Bucholz, K. K., Dunne, M. P., Statham, D. J., & Martin, N. G. (1998). Common genetic risk factors for conduct disorder and alcohol dependence. Journal of Abnormal Psychology, 107, 363-374.

Southwick, L., Steele, C., Marlatt, A., & Lindell, M. (1981). Alcohol-related expectancies: Defined by phase of intoxication and drinking experience. Journal of Consulting and Clinical Psychology, 49, 713-721.

Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (1989). Using Multivariate Statistics, Second Edition. New York : HarperCollins Publishers.

Tarbox, A. R. (1979). Self-regulation and sense of competence in men alcoholics. Journal of Studies on Alcohol, 40, 869-867.

Trocki, K. F. (1989). Situational predictors of drinking. Paper presented at the Kettil Bruun Society Meetings, Maastricht, The Netherlands, June.

Vallerand, R. J. (1997). Toward a hierarchical model of intrinsic and extrinsic motivation. In M. Zanna (Ed.), Advances in experimental social psychology (pp. 271-360). New York: Academic Press.

Vallerand, R. J. & Bissonnette, R. (1992). Intrinsic, extrinsic, and amotivational styles as predictors of behavior: A prospective study. Journal of Personality, 60, 599-620.

Vallerand, R. J., Blais, M. R., Brière, N. M., & Pelletier, L. G. (1989). Construction et validation de l'échelle de motivation en éducation (EME). Revue Canadienne des Sciences du Comportement, 21, 323-349.

Vallerand, R. J. & O'Connor, B. P. (1989). Motivation in the Elderly: A theoretical framework and some promising findings. Canadian Psychology, 30, 538-550.

Vallerand, R. J. & O'Connor, B. P. (1991). Construction et validation de l'Échelle de Motivation pour les Personnes Agées (EMPA). Journal International de Psychologie, 26, 219-240.

Vallerand, R. J., O'Connor, B. P., & Hamel, M. (1995). Motivation in later life: Theory and assessment. International Journal of Aging and Human Development, 41, 221-238.

Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., Blais, M. R., Brière, N. M., Senécal, C., & Vallières, E. F. (1992). The Academic Motivation Scale: A measure of intrinsic, extrinsic, and amotivation in education. Educational and Psychological Measurement, 52, 1003-1019.

Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., Blais, M. R., Brière, N. M., Senécal, C., & Vallières, E. F. (1993). On the assessment of intrinsic, extrinsic, and amotivation in education: Evidence on the concurrent and construct validity of the Academic Motivation Scale. Educational and Psychological Measurement, 53, 159-172.

Vallerand, R.J. & Thill, E. (Éds), (1993). Introduction à la psychologie de la motivation. Laval, Québec.: Études Vivantes.

Weiner, B. (1980). Human motivation. New York: Holt, Rinehart and Winston.

Tableau 1Exemples d'énoncés de l'Échelle de Motivation à la Consommation d'Alcool (ÉMCA)

" Pourquoi consommez-vous des boissons alcoolisées ? "

Motivation intrinsèque à la stimulation	"Pour le plaisir que je ressens à savourer ce que je consomme."
Motivation intrinsèque expérientielle	"Pour le feeling spécial que je ressens au moment où je consomme."
Motivation extrinsèque: choisi." régulation identifiée	"Parce que consommer fait partie du style de vie que j'ai
Motivation extrinsèque: régulation introjectée	"Parce que les gens autour de moi consomment, donc je sens que je dois consommer aussi."
Motivation extrinsèque: régulation externe dans le but d'obtenir quelque chose	"Parce que consommer me permet de me sentir sûr-e de moi."
Motivation extrinsèque: régulation externe dans le but d'éviter quelque chose	"Parce que lorsque je ne vais pas bien, consommer me permet de moins le ressentir."
Amotivation à arrêter de consommer	"Parce que je me sens incapable d'arrêter de consommer."

Tableau 2

Résultats des saturations standardisées de l'analyse factorielle exploratoire (Étude 1) et confirmatoire (EQS) sur l'ÉMCA (Étude 2)

	Motivation intrinsèque à la stimulation	Motivation intrinsèque expérientielle	Régulation identifiée	Régulation introjectée	Régulation externe à obtenir quelque chose	Régulation externe à éviter quelque chose	Amotivation à arrêter de consommer	
MIS1	(.91)	.79						
MIS2	(.82)	.82						
MIS3	(.81)	.78						
MIS4	(.76)	.84						
MIE1		(.71)	.78					
MIE2		(.64)	.85					
MIE3		(.63)	.92					
MIE4		(.59)	.89					
IDEN1			(.61)	.61				
IDEN2			(.57)	.68				
IDEN3			(.51)	.78				
IDEN4			(.41)	.77				
INTRO1				(.82)	.82			
INTRO2				(.78)	.87			
INTRO3				(.55)	.83			
INTRO4				(.53)	.83			
REXO1					(.81)	.85		
REXO2					(.79)	.86		
REXO3					(.76)	.89		
REXO4					(.68)	.86		
REXÉ1						(.91)	.78	
REXÉ2						(.87)	.78	
REXÉ3						(.87)	.77	
REXÉ4						(.79)	.76	
AMO1							(.93)	.64
AMO2							(.83)	.53
AMO3							(.66)	.73
AMO4							(.48)	.76

* Les saturations de l'analyse exploratoire sont entre parenthèses.

* MIS: Motivation intrinsèque à la stimulation; MIE: Motivation intrinsèque expérientielle; IDEN: Motivation extrinsèque: régulation identifiée; INTRO: Motivation extrinsèque: régulation introjectée;

REXO: Motivation extrinsèque: régulation externe à obtenir quelque chose; REXÉ: Motivation extrinsèque: régulation externe à éviter quelque chose; AMO: Amotivation à arrêter de consommer.

Tableau 3

Résultats des analyses de cohérence interne (alpha de Cronbach) de l'ÉMCA (Étude 1, 2 et 3) et les corrélations du test-retest.

	<u>Étude 1</u>	<u>Étude 2</u>	<u>Étude 3</u>		
			<u>T1</u>	<u>T2</u>	<u>Test-Retest</u>
	(n=490)	(n=1931)			(n=136)
Motivation intrinsèque à la stimulation	.89	.92	.95	.79	.92
Motivation intrinsèque expérientielle	.88	.84	.91	.81	.88
Motivation extrinsèque: identifiée	.77	.68	.75	.77	.76
Motivation extrinsèque: introjectée	.74	.71	.77	.77	.78
Motivation extrinsèque: régulation externe à obtenir quelque chose	.88	.72	.82	.79	.90
Motivation extrinsèque: régulation externe à éviter quelque chose	.93	.87	.90	.82	.92
Amotivation à arrêter de consommer	.83	.89	.96	.77	.85

Tableau 4

Moyennes, écart-types et corrélations entre les sous-échelles de l'ÉMCA (Étude 2)

	Moyenne	ÉT	MIS	MIE	IDEN	INTRO	REXO	REXÉ
MIS	3.95	1.69	-					
MIE	2.78	1.48	.28**	-				
IDEN	1.89	1.05	.42**	.53**	-			
INTRO	1.63	.85	-.00	.27**	.28**	-		
REXO	1.92	1.19	.07**	.60**	.42**	.42**	-	
REXÉ	1.48	.94	.04	.39**	.37**	.24**	.57**	-
AMO	1.27	.63	.15**	.39**	.42**	.33**	.45**	.45**

Tableau 5

Moyennes des 7 sous-échelles de l'ÉMCA en fonction du sexe et du type de consommation (Étude 2)

	MIS	MIE	IDEN	INTRO	REXO	REXÉ	AMO
	Effets principaux						
<u>Consommateurs occasionnels</u> moins d'une consommation par semaine (n=1044)	3.6*	2.4*	1.6*	1.6*	1.7*	1.3*	1.1*
<u>Consommateurs réguliers</u> au moins une consommation par semaine (n=779)	4.5	3.3	2.3	1.7	2.2	1.7	1.5
<u>Femmes</u> (n=976)	3.9	2.6*	1.7*	1.5*	1.8*	1.4*	1.2*
<u>Hommes</u> (n=847)	4.0	3.0	2.1	1.7	2.0	1.6	1.3

* $p < .001$

Tableau 6

Résultats des analyses de régression multiple avec les 7 sous-échelles de l'ÉMCA comme prédicteurs et le MAST, la consommation hebdomadaire et l'intérêt envers l'alcool comme variables dépendantes (Étude 2)

Variabiles	R ²	Sexe	MIS	MIE	IDEN	INTRO	REXO	REXÉ	AMO
<u>Intérêt</u>									
Niveau 1	.02	.14***							
Niveau 2	.64	.03*	.37***	.42***	.23***	-.01	.00	-.04*	.07***
Modification du R ² = .62									
<u>Consommation hebdomadaire</u>									
Niveau 1	.06	.25***							
Niveau 2	.28	.18***	.06*	.17***	.14***	-.02	-.07	.01	.31***
Modification du R ² = .22									
<u>MAST</u>									
Niveau 1	.03	.19***							
Niveau 2	.22	.12**	.06**	.14**	-.05	.00	.01	.08**	.31***
Modification du R ² = .19									

* $p < .05$
 ** $p < .01$
 *** $p < .001$