

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

**RECENSION DES ÉCRITS SUR LES MOTIFS D'USAGE LIÉS AUX SUBSTANCES
PSYCHOACTIVES CHEZ LES CONSOMMATEURS**

**ESSAI PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE DE LA
MAITRISE EN PSYCHOÉDUCATION**

**PAR
MAUDE LEFEBVRE**

MARS 2024

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire, de cette thèse ou de cet essai a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire, de sa thèse ou de son essai.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire, cette thèse ou cet essai. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire, de cette thèse et de son essai requiert son autorisation.

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES
MAITRISE EN PSYCHOÉDUCATION (M. Sc.)

Direction de recherche :

Joel Tremblay

Prénom et nom

Directeur de recherche

Comité d'évaluation :

(Selon le type de travail de recherche, l'étudiant peut avoir de deux à trois évaluateurs)

Joel Tremblay

Prénom et nom

directeur ou codirecteur de recherche

Évelyne Touchette

Prénom et nom

Évaluateur

Prénom et nom

Évaluateur

Résumé

Cette recension des écrits permet de regrouper l'étendue des connaissances concernant les motifs de consommation au sein de la littérature scientifique, et ce, concernant l'usage de toutes substances psychoactives confondues. Ce regroupement permet de constater la diversité des motifs et de mieux comprendre les désirs et les besoins sous-jacents à une consommation qu'elle soit occasionnelle ou plus chronique. Les motifs de consommation mis de l'avant dans cet essai extrapolent les quatre motifs du modèle incitatif de Cox et Klinger (1998) : l'adaptation, l'amélioration, le social et la conformité. Les quatre motifs sont présentés, mais ceux-ci sont précisés par des sous-motifs permettant de mieux cibler la motivation poussant à la consommation. Certains motifs aussi présentés sont nouveaux et non en lien avec le modèle de Cox et Klinger vu l'élargissement des types de substances ainsi que des mœurs sociétales évoluant année après année. En somme, 23 motifs de consommation sont soulevés dans cet essai et ceux-ci sont analysés selon le type de substance consommée par le consommateur. Aussi, plus de 7 instruments de mesure permettant d'évaluer les motifs de consommation ont été recensés et décrits au sein de cet essai.

Table des matières

Résumé	iii
Introduction	1
Objectifs de recherche	3
Méthode	4
Diagramme de Flux	5
Résultats	6
Les principaux modèles de compréhension des motifs de consommation	6
Le modèle incitatif de Cox et Klinger	6
Théorie de l'action raisonnée ou des comportements planifiés d' Ajzen et Fishbein	7
Théorème de Zinberg	8
Motifs de consommation	9
Tableau résumé des motifs de consommation selon la substance psychoactive	10
Motif d'amélioration	13
Sur le plan cognitif	13
Sur le plan physique et des performances sportives	14
Sur le plan sexuel	14
Sur le plan de l'humeur	15
Les motifs d'adaptation	17
Maintenir l'état d'éveil et augmenter le niveau d'énergie	17
Améliorer le sommeil	18
Diminuer les douleurs physiques	18
Stress/anxiété	19
Se détendre	19
Motifs sociaux	20
Facilitateur social	20
Conformité	21
Récréatif	22
Ennui	24

Curiosité/tenter l'expérience.....	25
Élargir la conscience.....	25
Vivre une expérience spirituelle.....	26
Motif d'identité.....	26
Motif épicurien.....	27
Conclusion.....	28
Références.....	30
Appendice A Tableau résumé des articles consultées,.....	33
Appendice B Tableau résumé des instruments de mesure évaluant les motifs de consommation.....	39

Introduction

Pourquoi les gens consomment-ils des substances psychoactives ? Cette question est au centre de la recherche ainsi qu'au centre de la pratique en ce qui a trait à la consommation de substances. Les chercheurs soulèvent, donc que la motivation serait un élément clé dans la compréhension des comportements de consommation (Kuntsche et al., 2005). Cette motivation à consommer est un concept variable et évolutif auprès des consommateurs de stupéfiants (Cox et Klinger, 1998). De fait, elle peut varier selon le type de substance consommée, selon les expériences de vie et les désirs de l'individu ainsi que selon l'environnement dans lequel la consommation a lieu. Cependant, les consommateurs consomment toujours dans le but d'obtenir une plus-value souvent mise de l'avant à travers leur motivation à consommer, autrement appelée les motifs de consommation (Cooper, 1994, dans Lee et al., 2007).

Les grands modèles conceptuels de la motivation ont mis de l'avant quatre motifs de consommation de base (Cox et Klinger, 1998). Tout d'abord, le motif d'amélioration ayant comme principal but d'amplifier les émotions positives du consommateur comme le plaisir. Ensuite, le motif social quant à lui permet au consommateur d'obtenir des récompenses interpersonnelles positives. Le motif d'adaptation a comme utilité d'éviter ou de diminuer les émotions négatives présentes chez le consommateur. Finalement, l'individu peut aussi consommer dans le but d'éviter le rejet des pairs ce qui fait appel au motif de conformité (Cooper, 1994, dans Lee et al., 2007). Ces quatre motifs ont englobé à eux seuls une grande partie des motivations des consommateurs pendant plusieurs années. Cependant, l'évolution constante des propriétés chimiques des substances ainsi que l'arrivée de nouvelles drogues ont remis en doute l'idée que ces quatre motifs pouvaient à eux seuls couvrir l'ensemble des motivations des consommateurs (Biolcati et Passini, 2019). De nouveaux motifs de consommation se sont mis à prendre place au sein de la littérature. Certains motifs sont spécifiques à certaines substances, d'autres à certains contextes et même certains à des tranches d'âge (Dennhardt et Murphy, 2013). Cette spécification des motifs par la recherche permet une meilleure compréhension de la consommation, ce qui est primordial lors de la mise en place d'interventions vu que ceux-ci sont la clé afin de comprendre le besoin caché derrière la

consommation de l'individu (Cooper, 1994). Sans cette compréhension, les approches d'intervention ont peu de chances de réussir (Dennhardt et Murphy, 2013).

Cette recension de la littérature abordera en premier lieu le modèle incitatif de Cox et Klinger (1998) ainsi que quelques théories complémentaires à ce grand modèle. Ensuite, les motifs de consommation recensés dans la littérature seront décrits et nuancés selon les substances psychoactives consommées. Pour conclure, des instruments de mesure en lien avec les motifs de consommation seront présentés.

Objectifs de recherche

Ce projet s'insère au sein d'un projet de recherche (Tremblay et al., 2018 ; financé MSSS) visant à développer une batterie d'évaluation qui sera utilisée lors de l'accueil des personnes consultant au sein des services spécialisés en dépendance du Québec. Plusieurs composantes formeront cette évaluation, dont une section qui portera sur les motifs d'usage de substances psychoactives.

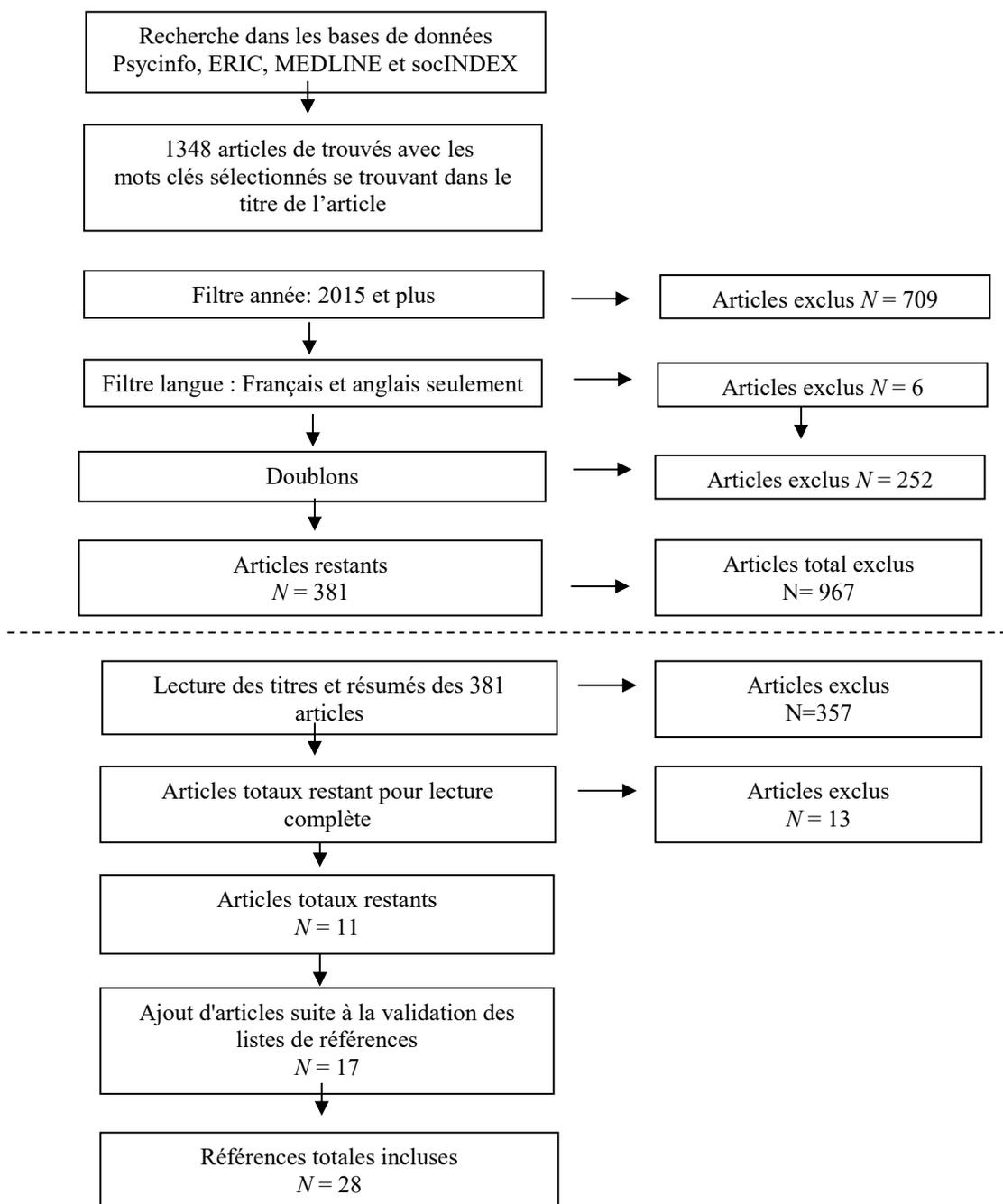
La présente recension de littérature vise donc à orienter les travaux de l'équipe quant à cet aspect. La recension des écrits va donc se centrer sur les motifs d'usage de substances psychoactives chez les consommateurs. Plus précisément, le but de l'essai est d'abord d'identifier et de décrire les principaux modèles de compréhension des motifs d'usage des substances psychoactives. Ensuite, une description des principaux motifs utilisés auprès des consommateurs va être abordée. Pour finir, les principaux instruments de mesure utilisés dans la pratique pour mesurer ces motifs vont être présentés. Le cadre conceptuel sera divisé en plusieurs sous-sections.

Méthode

Afin de trouver les articles pertinents pour le projet de recherche, quatre bases de données ont été priorisées, soit PsycInfo, ERIC, MEDLINE et SocINDEX. À la suite de cette sélection, certains mots-clés en lien avec le sujet de recherche ont été identifiés « motive*or motivation of use » et « drug* or alcohol or substance* ». Ces derniers devaient se retrouver au niveau du titre des articles. Cette spécification de recherche a sélectionné un total de 1348 articles potentiels (voir diagramme de flux). Afin de réduire le nombre de documents, les articles datant de 2015 et plus ont été sélectionnés. Cette stratégie fut basée sur l'hypothèse que les articles récents ont une recension des écrits à jour, fournissant une banque de références actuelles ce qui amène une plus grande justesse d'informations. Par la suite, les articles écrits dans d'autres langues que le français et l'anglais ont été retranchés tout comme les doublons.

Après le recours à ces stratégies, il est resté 381 articles : une lecture des résumés a été effectuée afin de conclure si oui ou non l'article était pertinent pour la recension de la littérature. Afin d'être conservés, les articles devaient aborder la notion de motifs d'usage de substances via une des trois méthodes suivantes : soit une étude directe des motifs de consommation de substances psychoactives au sein de sous-groupes sociaux spécifiques, soit la conception d'un instrument de mesure permettant l'identification des motifs de consommation ou soit un modèle conceptuel des motifs de consommations de substances. Avec ces critères d'inclusion, vingt-quatre articles ont été conservés pour une lecture complète et seulement onze ont été conservés à la suite de la lecture complète. Après cette sélection, chaque liste de références des articles conservés a été consultée pour identifier d'autres articles liés aux trois sujets principaux. Cette stratégie a fait ressortir 17 articles pertinents pour cette recension des écrits. Donc, un total de 28 articles a été utilisé par la rédaction de cet essai.

Diagramme de Flux



Résultats

Les principaux modèles de compréhension des motifs de consommation

Trois modèles de compréhension seront présentés afin de mieux saisir les motivations sous-jacentes à une consommation de substances psychoactives. Tout d'abord, le modèle incitatif de Cox et Klinger sera analysé suivi de la théorie de l'action raisonnée ou des comportements planifiés d'Azjen et Fishbein ainsi que du théorème de Zinberg

Le modèle incitatif de Cox et Klinger

La décision de consommer ou de ne pas consommer est un processus multifactoriel complexe variable d'un individu à l'autre. Certains modèles de compréhension des motifs d'usage sont donc mis en place afin de mieux interpréter ce phénomène. Le modèle incitatif de Cox et Klinger (1998) est l'un des premiers à faire son apparition au sein de la littérature. Cox et Klinger (1998) orientent leur modèle sur les facteurs motivationnels qui poussent un individu à consommer ou à ne pas consommer de l'alcool. Selon leur modèle, la décision de boire est influencée par des motifs internes et par des facteurs présents dans l'environnement. C'est l'interaction entre ces deux types de facteurs (internes et environnementaux) qui pousse l'individu vers l'atteinte d'un but souhaité. Plus précisément, le but souhaité lors de la consommation peut être soit positif (pour renforcer les humeurs positives), soit négatif (pour éviter ou atténuer les expériences négatives). La source de ces buts est soit interne (concernant le changement affectif personnel) ou externe (concernant l'environnement social individuel). Ces buts souhaités ont été catégorisés en quatre motifs de consommation par les auteurs du modèle. Tout d'abord, boire pour améliorer l'humeur ou le bien-être (amélioration : positif, interne), pour obtenir des récompenses sociales (social : positif, externe), pour atténuer les émotions négatives (adaptation : négatif, interne), et pour éviter le rejet social (conformité : négatif, externe) (Cox et Klinger, 1998).

De fait, Cox et Klinger (1988) ont proposé un modèle dans lequel la décision de consommer une substance est ancrée dans le contexte de la vie et dans les expériences d'une personne. Le modèle explique que les gens décident de boire ou de ne pas boire selon les conséquences affectives positives qu'ils s'attendent à tirer de leur consommation d'alcool. Les conséquences affectives positives doivent cependant être plus importantes que celles qu'ils s'attendent à tirer de l'abstinence. Une série de facteurs influence les attentes et les motivations face aux buts souhaités. Le contexte immédiat dans lequel se trouve une personne au moment où elle prend la décision de consommer une substance peut exercer une influence directe sur le but souhaité par ses comportements de consommation. Le contexte immédiat englobe le cadre physique (p. ex., être dans un bar ou à la maison), la disponibilité de la substance sur le moment, le fait d'être seul ou avec des gens et, si c'est le cas, la mesure dans laquelle ces personnes soutiennent ou désapprouvent la consommation d'une substance particulière (Cox et Klinger, 1988).

Cependant, une personne n'est pas nécessairement consciente d'avoir pris la décision de boire ou de ne pas boire ni des facteurs qui ont influencé cette décision. En fait, les décisions concernant la consommation d'alcool sont souvent inconscientes et automatisées. Comme pour toute séquence comportementale bien rodée, les aspects conscients du processus de décision ont tendance à se produire vers le début de la séquence. En résumé, Cox et Klinger (1998) soutiennent que l'utilisation de substances peut être utilement comprise comme un comportement stratégique dans lequel les personnes choisissent de consommer une substance en fonction des changements affectifs anticipés provoqués par la consommation de cette substance par rapport à ceux provoqués par d'autres comportements.

Théorie de l'action raisonnée ou des comportements planifiés d'Ajzen et Fishbein

Ce modèle prédit que la croyance que l'individu a face à son propre contrôle va venir influencer son processus décisionnel envers sa consommation. Autrement dit, une personne qui croit que l'usage de drogues est sûr et éthique, qui croit que les autres perçoivent la

consommation comme acceptable et qui croit que la drogue améliorera sa capacité à contrôler son comportement, aura l'intention de consommer. Cette personne serait donc plus susceptible de consommer qu'une personne dont les attitudes, les normes, le contrôle et les intentions sont contraires. Autrement dit, les attitudes, les croyances en matière de normes sociales et de contrôle perçu fonctionnent ensemble pour créer des intentions qui prédisent en quelque sorte le choix ou non de consommer (Ajzen, 1999, dans, Judson et Langdon, 2009).

Le sentiment de contrôle permet de générer de la confiance chez l'individu autant envers lui-même qu'envers son environnement. Il est constaté que ce sentiment de contrôle peut normaliser davantage l'usage de certains types de substances ou de le faire dans certains environnements de consommation. Par exemple, les médicaments sous ordonnance non prescrits sont souvent perçus par la population comme plus sécuritaire (évitement des drogues de rue) que les autres formes de consommation de drogue, donc cela augmente leur sentiment de contrôle et par le fait même leur susceptibilité d'en consommer (Judson et Langdon, 2009 dans Bennett et Holloway, 2017).

Théorème de Zinberg

Le théorème de Zinberg explique que l'expérience en soi de consommation de drogue dépend non seulement des qualités pharmacologiques de la drogue, mais aussi du « set » et du « setting ». Autrement dit, le « set » se réfère aux attitudes de l'utilisateur à l'égard de la drogue et, plus généralement, à son état d'esprit au moment de la consommation. Donc, le « set » est en lien davantage avec les procédés internes de la consommation. À l'inverse, le « setting » fait référence à l'environnement physique et social dans lequel la consommation de drogues a lieu. Donc le lieu, la pression sociale et la disponibilité de la substance influencent ici le « setting » (Beck et Rosenbaum, 1994, dans Bogt, 2005).

Motifs de consommation

Les motifs de consommation sont définis comme les raisons conscientes ou inconscientes d'un comportement qui oriente l'énergie d'une personne vers un objectif (Cooper et al., 1994, dans, Kuntsche et al., 2005). Autrement dit, les motifs impliquent que les individus adoptent un comportement dans le but précis d'obtenir un résultat souhaité (Cox et Klinger, 1998, dans Kairouz et al., 2002). Bien que les motifs soient des structures cognitives des motivations individuelles à consommer, ils sont néanmoins ancrés dans la situation dans laquelle la consommation a lieu. On peut donc s'attendre à ce que les motifs de consommation varient d'une situation à l'autre ou d'une substance à l'autre pour un même individu (Kairouz et al., 2002). Le texte suivant sera classé en fonction des motifs, mais sous chaque motif, en fonction de onze substances psychoactives appartenant toutes à une des trois grandes catégories de substances soit les dépresseurs, les stimulants ou les perturbateurs. Vingt-trois motifs différents ont été identifiés et se retrouvent dans le tableau résumé. On retrouve aussi en appendice B, le tableau identifiant les différents tests retrouvés dans la littérature et portant sur divers motifs d'usage de substances. En plus des 28 articles retenus, ces tests ont permis de documenter les différents motifs d'usage rapportés dans la littérature scientifique.

Tableau résumé des motifs de consommation selon la substance psychoactive.

	Amélioration					Adaptation					Sociaux		Récréatif			Expérimentation	Ennui	Conscience et spiritualité	Identité	Épicurien
	Cognitive	Sportive	Physique	Sexuelle	Humeur	Énergie	Sommeil	Douleur	Anxiété/str	Se détendre	Facilitateur	Conformité	Faire le fête	« Get High	Plaisir/euph					
Alcool																				
Cooper <i>et al</i> (2016)					X						X	X		X		X		X		
Duckworth <i>et al</i> (2021)				X							X									
Elliott <i>et al.</i> , (2021)				X					X	X										
Heim <i>et al</i> (2021)											X	X								
Kairouz <i>et al</i> (2002)					X					X	X	X	X	X					X	
Kettner <i>et al</i> (2009)										X	X									
Kuntsche <i>et al.</i> , (2005)					X					X	X	X	X	X			X			
Cannabis																				
Cooper <i>et al</i> (2016))					X				X		X	X		X	X		X			
Dennhardt et Murphy (2013)	X				X						X	X		X						
Kettner <i>et al</i> (2009)										X										
Lee <i>et al</i> (2007)									X	X	X	X			X	X	X	X		
Simons <i>et al</i> (1998)	X				X						X				X			X		
Nicotine																				
Kettner <i>et al</i> (2009)										X										
Milner (2015)					X					X							X			

	Amélioration					Adaptation					Sociaux		Récréatif			Expérimentation	Ennui	Conscience et spiritualité	Identité	Épicurien
	Cognitive	Sportive	Physique	Sexuel	Humeur	Énergie	Sommeil	Douleur	Anxiété/str	Se détendre	Facilitateur	Conformité	Faire le fête	« Get High	Plaisir/euph					
Médicaments de type dépresseurs/tranquillisants																				
Bennett et Holloway (2017)					X		X		X											
Dennhardt et Murphy (2013)							X		X						X					
Drazdowski (2016)					X		X		X	X				X	X		X			
Milner (2015)					X		X		X											
Opiïde																				
Dennhardt et Murphy (2013)									X							X	X			
Drazdowski (2016)					X		X	X	X	X					X	X	X			
Milner, (2015)			X		X				X						X	X	X			
Médicaments de type stimulant																				
Benson <i>et al</i> (2015)	X		X		X									X			X			
Bennett et Holloway (2017)	X	X				X														
Dennhardt et Murphy (2013)	X	X	X															X		
Drazdowski (2016)	X	X	X															X		
Judson <i>et al</i> (2009)	X	X	X			X									X			X		
Milner, (2015)	X		X			X									X			X		
Teter et al., (2005)	X		X			X	X								X			X		
Amphétamine																				
Kettner <i>et al</i> (2009)						X								X		X				

	Amélioration					Adaptation					Sociaux		Récréatif			Expérimentation	Ennui	Conscience et spiritualité	Identité	Épicurien
	Cognitive	Sportive	Physique	Sexuelle	Humeur	Énergie	Sommeil	Douleur	Anxiété/str	Se détendre	Facilitateur	Conformité	Faire le fête	« Get High	Plaisir/euph					
MDMA/Ecstasy																				
Bogt et al (2005)				X	X	X					X	X		X	X	X				
Kettner et al (2009)															X			X		
Rigg (2017)				X	X						X			X						
Cocaïne																				
Kettner <i>et al</i> (2009)						X							X		X					
Martin <i>et al</i> (2014)					X						X				X					
LSD																				
Kettner <i>et al</i> (2009)															X			X		
Psilocybine (Champignon magique)																				
Robert et al (2020)											X				X			X		

Motif d'amélioration

Les motifs d'usage liés à l'amélioration sont associés à une recherche d'amélioration d'une facette de l'individu. Autrement dit, quelqu'un consommant dans une motivation d'amélioration va chercher à améliorer son bien-être, son humeur ou ses performances. Le consommateur va chercher à devenir une meilleure version de lui-même autant au plan de ses habiletés que de son humeur (Drazdowski, 2016).

Sur le plan cognitif

Le gain de productivité dans le quotidien d'un individu est un des principaux motifs de consommation de stimulants sous ordonnance (Upadhyaya et al., 2010, dans, Drazdowski, 2016). Les résultats de l'étude ont montré que les motivations derrière la consommation de stimulants étaient principalement retrouvées dans un contexte académique où la recherche de performance cognitive demeure un enjeu chez de nombreux étudiants (Dennhardt et Murphy, 2013). Autrement dit, les gens disent consommer, car ils semblent percevoir une véritable amélioration dans leur capacité d'apprendre et d'étudier et dans le but d'accentuer leurs performances au travail (Teter et al., 2005). L'amélioration de la concentration, l'amélioration de la vigilance, l'amélioration de la mémoire à court terme et le désir d'augmenter sa capacité de mémorisation sont des motifs de consommation mis de l'avant par les consommateurs (Judson et Langdon, 2009 ; Milner, 2015 ; Teter et al., 2005). Ces altérations des capacités cognitives sont fréquemment recherchées par la population universitaire. Cette optimisation des capacités attentionnelles et mnésiques permet aux étudiants d'étudier sur de plus longues périodes tout en améliorant leur habileté à étudier (Benson et al., 2015). De fait, ce motif rend la population universitaire plus à risque de consommer des médicaments sous ordonnance non prescrits en raison de facteurs associés à la vie universitaire, tels que le stress lié aux études et le désir de performer académiquement (Drazdowski, 2016 et Bennett et Holloway, 2017). Bref, l'amélioration des performances académiques est le motif le plus fréquemment évoqué (améliorer la concentration, être plus performant, mieux étudier, améliorer la mémoire) lors de l'utilisation de médicaments sous ordonnance non prescrits de type stimulant (Drazdowski, 2016). De plus, les médicaments sous ordonnance non prescrits sont plutôt facilement accessibles selon les

consommateurs. En effet, leurs principales sources sont principalement des amis qui eux ont accès à une prescription. Cette facilité d'accès donne une perception plus sécuritaire de la consommation, et lorsque celle-ci est combinée aux motifs de consommation, cela amplifie les chances de récurrence chez le consommateur (Benson et al., 2015).

Sur le plan physique et des performances sportives

Les motifs de consommation de stimulant sous ordonnance sont quelques fois orientés vers une amélioration sur le plan physique ou vers une amélioration des performances sportives (Dennhardt et Murphy, 2013). Le désir d'améliorer ses performances sportives n'est pas le motif le plus fréquent parce qu'il est émis par moins de 5 % des consommateurs de stimulants sous ordonnance (Judson et Langdon, 2009). Par contre, le motif d'amélioration physique est un motif plus fréquemment évoqué par les consommateurs de stimulant sous ordonnance. Cependant, il reste un motif davantage présent chez le genre féminin peu importe son désir sous-jacent (Benson et al., 2015 et Jeffers et al., 2013, dans, Drazdowski, 2016 ; DeSantis et al. 2008, dans, Benson et al., 2015). Le désir d'amélioration physique est régulièrement motivé par la recherche d'une suppression de l'appétit ayant comme but souhaité la perte de poids (Milner, 2015). Autrement dit, la diminution de l'appétit engendrée par la consommation génère une perte de poids qui va pousser vers une consommation répétitive (Benson et al., 2015 et Judson et Langdon, 2009). On observe moins fréquemment, mais les opiacés peuvent aussi être consommés dans une optique de perte de poids (Milner, 2015).

Sur le plan sexuel

La consommation d'alcool dans des contextes sociaux est fréquente. La perte d'inhibition engendrée par l'alcool facilite les rencontres, et par le fait même, semble améliorer la perception face à l'activité sexuelle. Les consommateurs se sentent plus performants et plus enclins à tester de nouvelles pratiques sexuelles (Banks et Zapolski, 2017, dans, Elliott et al., 2021). Cette perception altérée par la perte d'inhibition motive donc les consommateurs à consommer de l'alcool dans le but d'améliorer ses expériences sexuelles. Cependant, ce motif semble plus

présent chez les gens célibataires parce que ceux-ci sont plus propices à rechercher de nouvelles relations (Schulenberg & Maggs, 2002., dans, Duckworth et al., 2021).

La consommation de MDMA peut aussi être motivée par un désir d'améliorer les performances sexuelles. Comme la MDMA amplifie le sens du touché, certains disent la consommer pour améliorer leur expérience sexuelle (Eiserman et al., 2005, dans, Rigg, 2017). Cette amplification des sens vient par le fait même augmenter le désir et le plaisir sexuel des consommateurs, ce qui rend la relation sexuelle plus longue et l'atteinte de l'orgasme plus intense. La perception du consommateur face à l'expérience sexuelle devient donc meilleure ce qui motive le consommateur à consommer à nouveau cette substance (Rigg, 2017).

Sur le plan de l'humeur

La consommation de stimulants sous ordonnance est majoritairement influencée par des motifs d'amélioration cognitive ou de maintien du niveau d'éveil. Ces motifs sont dominants chez les consommateurs comme abordé précédemment. Cependant, les stimulants sous ordonnance augmentent le niveau de dopamine présent dans le cerveau ce qui peut entraîner un sentiment intense de plaisir et une amélioration de l'humeur (Caplan et al., 2007, dans, Benson et al., 2015). Cet effet de la substance peut donc amener certains individus à consommer avec une motivation d'améliorer leur sentiment de bien-être général. Autrement, certains consommateurs sont poussés à consommer des stimulants sous ordonnance simplement pour se sentir mieux avec eux-mêmes (Johnston et O'Malley, 1986, dans Teter et al., 2005). Les stimulants sous ordonnance ne sont pas les seuls médicaments à être associés à cette motivation de consommation. De fait, l'ingestion d'opioïdes est quelquefois motivée par la recherche d'apaisement général du corps ou simplement par l'obtention d'une certaine quiétude dans son environnement comme observé chez les personnes utilisant les stimulants (Rozenbroek et Rothstein, 2011, dans, Drazdowski, 2016). Ce motif de consommation n'est pas fréquent chez les consommateurs d'opioïdes, mais reste tout de même présent. La recherche du sentiment de bien-être est souvent liée à un désir d'accentuer ses affects positifs (Milner, 2015). Ce désir

d'augmenter son sentiment de bien-être est aussi une motivation chez les personnes faisant usage des dépresseurs sous ordonnance. Cependant, ce motif est l'un des plus populaires chez les consommateurs de dépresseurs ce qui est l'inverse de ceux utilisant les médicaments de type stimulant et de type opioïde (Drazdowski, 2016 et Milner, 2015).

Ce désir d'un meilleur sentiment de bien-être est présent aussi chez d'autres utilisateurs de substances comme la nicotine, l'alcool, le cannabis, la MDMA et la cocaïne (Bogt, 2005 ; Cooper et al., 2016 ; Kuntsche et al., 2005 ; Martin et al., 2014 ; Milner, 2015). De fait, l'action de fumer ainsi que les effets associés leur permettent d'augmenter petit à petit leur sentiment de bien-être général ce qui les motive à consommer de nouveau (Ikard et al., 1969, dans Milner, 2015). L'alcool, la cocaïne et le cannabis quant à eux peuvent être consommés afin de diminuer les malaises internes et les émotions négatives. Le consommateur a donc la motivation que sa consommation va augmenter son sentiment de bien-être général et faire disparaître ses émotions négatives. Une faible proportion des consommateurs nomme ce motif de consommation sauf pour les consommateurs de cannabis (Cooper et al., 2016 ; Kairouz et al., 2002 ; Kuntsche et al., 2005 ; Martin et al., 2014). De fait, des études ont montré que l'un des motifs les plus couramment associés à la consommation de marijuana est lié à la régulation émotionnelle (Simons & Carey, 2006, dans Dennhardt et Murphy, 2013). Finalement, certains consommateurs de MDMA consomment dans le but de se sentir mieux dans l'instant présent ou au sein d'une activité quelconque (Rigg, 2017). Cette augmentation de leur sentiment de bien-être est souvent liée au fait que la consommation leur permette d'oublier leurs problèmes du quotidien. Ce phénomène les incite à retenter l'expérience de consommation ce qui la différencie des autres substances ayant la même motivation de consommation (Bogt, 2005).

Les motifs d'adaptation

Les motifs d'usage liés à l'adaptation ont pour rôle d'atténuer une facette négative chez l'individu. Autrement dit, quelqu'un consommant dans une motivation d'adaptation va chercher à s'adapter afin de pallier une émotion négative. Le consommateur va donc utiliser la consommation comme moyen d'adaptation (Drazdowski, 2016).

Maintenir l'état d'éveil et augmenter le niveau d'énergie.

Le désir de rester éveillé sur de longues périodes est un motif fréquemment rapporté par les consommateurs de psychotropes de type stimulant comme les médicaments sous ordonnance (Vyvanse, Ritalin), la cocaïne, les amphétamines et la MDMA. Ce désir de maintenir un état d'éveil peut être motivé par plusieurs contextes (Bennett et Holloway, 2017 ; Bogt, 2005 ; Judson et Langdon, 2009 ; Kettner et al., 2009 ; Milner., 2015 et Teter et al., 2005). Selon l'étude de Teter et al. (2005), le motif d'éveil est le deuxième plus populaire auprès des étudiants et des jeunes adultes. Les médicaments sous ordonnance de type stimulant sont souvent privilégiés lors de contextes académiques particuliers comme les périodes d'examen (Bennett et Holloway, 2017). Ils veulent étudier sur de plus longues périodes ce qui est possible grâce à la consommation de stimulants (Milner., 2015). D'autre part, le désir de rester éveillé est aussi présent chez la population générale. Il se manifeste surtout dans un environnement de fête. Les gens disent consommer dans le but d'augmenter leur niveau d'énergie, ce qui leur donne la capacité de danser et festoyer toute la nuit (Bogt, 2005). La MDMA, la cocaïne et les amphétamines sont souvent les choix de prédilection des consommateurs dans ces contextes (Kettner et al., 2009). Outre les contextes académiques et de fêtes, le désir d'avoir simplement plus d'énergie au courant de la journée que ce soit au travail ou au travers les tâches quotidiennes poussent les gens à consommer des stimulants (Bennett et Holloway, 2017). La recherche de productivité afin de rendre le travail ou les études plus agréables et plus valorisants pour les consommateurs peut aussi pousser à la consommation (Milner, 2015). Grâce à la consommation, la personne va se sentir plus éveillée et donc plus performante et efficace. Cette diminution drastique de la fatigue entremêlée à un sentiment supérieur de compétence peut être suffisante

pour motiver le consommateur à reproduire cette expérience de consommation surtout avec le mode de vie rapide de la société actuelle. De fait, le motif d'éveil a des similitudes avec le motif d'amélioration cognitive vu précédemment. Il suffit de connaître la motivation interne du consommateur lors de l'ingestion de la substance pour conclure sur son véritable motif de consommation (Teter et al, 2015). Bref, le désir de rester éveillé est un motif populaire auprès des consommateurs de stimulants et il est présent dans des contextes de consommation variables.

Améliorer le sommeil

Les motivations de consommation en lien avec le sommeil sont présentes chez les consommateurs d'opioïdes et de dépresseurs sous ordonnance non prescrits. Les consommateurs d'opioïdes cherchent à s'endormir plus rapidement (Lord et al., 2009, dans, Drazdowski, 2016). Contrairement à eux, les consommateurs de dépresseurs tentent par leur consommation d'améliorer leur sommeil de manière générale. Autrement dit, ces derniers cherchent à augmenter leur temps de sommeil ou à avoir un sommeil plus profond (Drazdowski, 2016 et Milner, 2015). Ce motif de recherche de sommeil profond est présent chez les consommateurs, mais ce n'est pas l'un des motifs les plus fréquents selon les études (Dennhardt et Murphy, 2013)

Diminuer les douleurs physiques

La réduction des douleurs et des tensions physiques est un des motifs les plus fréquemment soulevés par les consommateurs d'opioïdes (Dennhardt et Murphy, 2013 ; Drazdowski, 2016 ; Milner, 2015). Ce soulagement de la douleur physique est la principale motivation soulevée par les auteurs. Cependant, certains consommateurs en consomment juste pour s'adapter et gérer mentalement la douleur. En somme, la principale motivation liée aux opioïdes reste en lien avec les douleurs physiques chez la majorité des consommateurs chroniques (Milner, 2015).

Stress/anxiété

Les gens peuvent utiliser la consommation avec le désir de diminuer le stress et l'anxiété qu'ils peuvent vivre face à un événement ou face au quotidien. L'un des principaux motifs de consommation de dépresseurs sous ordonnance est de diminuer les symptômes négatifs liés au stress et à l'anxiété (Dennhardt et Murphy, 2013 ; Drazdowski, 2016 ; Holloway et Bennett, 2012, dans, Milner, 2015). Pour les opioïdes, le motif de diminuer l'anxiété est moins populaire, mais tout de même présent chez les consommateurs (Ghandour et al., 2012, dans Drazdowski, 2016). Il a toujours été constaté que les femmes, plus que les hommes, ont tendance à consommer pour faire face à des émotions négatives comme l'anxiété (Karp et al., 1997 dans Kettner., 2009). Cependant, la ligne entre le motif facilitateur social et le motif de diminuer l'inconfort face au stress peut être nébuleux dans certaines situations. Par exemple, certains consommateurs de marijuana peuvent consommer dans le but de diminuer leur sentiment d'insécurité qui survient généralement dans des situations sociales. Dans ces situations, il est important de questionner le consommateur sur sa motivation afin d'être guidé vers le bon motif de consommation (Lee et al., 2009, dans, Cooper et al., 2016).

Se détendre

La recherche d'une certaine forme d'apaisement est un motif de consommation pour plusieurs. Le désir de se détendre et se relaxer est mis de l'avant par les consommateurs d'alcool, de cannabis, de nicotine, d'opioïdes et de dépresseurs sous ordonnance (Drazdowski, 2016 ; Kairouz et al., 2002 ; Kettner et al., 2009 ; Milner., 2015). Certains cherchent un sentiment d'apaisement général pour s'aider à relaxer après une dure journée (Lee et al., 2007). Le cannabis est même l'une des substances les plus populaires pour ce motif (Kettner, 2009). D'autres vont chercher un apaisement avant un événement stressant comme une nouvelle rencontre par exemple comme vue dans le motif de stress en d'anxiété précédemment (Jerez et Coviello, 1998., dans, Kuntsche et al, 2005). De son côté, l'alcool est régulièrement la substance de choix pour chercher une certaine forme de détente avant un événement anxiogène (Elliott et al., 2021).

Motifs sociaux

Le fait de consommer des substances pour créer des liens avec les autres, pour améliorer les rencontres sociales, pour éviter le rejet social ou pour obtenir l'approbation des autres reflète une consommation motivée par les motifs sociaux (Cooper et al., 2016). Les motifs sociaux se divisent en deux catégories soit ceux qui consomment pour faciliter leurs relations sociales et ceux qui consomment dans le but de se conformer au groupe de pairs (Kuntsche et al., 2005). Ces motifs sont populaires et souvent reflétés par les consommateurs de tous genres et de tous âges. Cependant, on voit que ces motifs sont plus présents chez les adolescents et les jeunes adultes vu l'importance que ceux-ci donnent aux nouvelles amitiés et aux connexions amoureuses (Duckworth et al., 2021). Les gens qui consomment pour des motifs sociaux ont majoritairement moins de chances de développer une consommation problématique (Kuntsche et al., 2015, dans Heim et al., 2021).

Facilitateur social.

Consommer dans le but de faciliter les rencontres sociales est l'un des motifs fréquemment nommés par les consommateurs de toutes substances confondues. Le cannabis, l'alcool, la MDMA et la cocaïne sont cependant les substances de prédilection lorsque la consommation rime avec motif facilitateur (Bogt, 2005; Cooper et al., 2016; Dennhardt et Murphy, 2013; Duckworth et al., 2021; Kettner et al., 2009; Lee et al., 2007; Martin et al., 2014; Rigg, 2017; Simons et al., 1998). Ce motif de consommation est principalement nourri par le désir de faciliter les échanges sociaux et les entrées en relation dans le but de rendre plus positifs les moments partagés avec les pairs (Cooper et al., 2016). Le consommateur cherche à être plus social et par le fait même moins timide lors d'activités de groupe (Kairouz et al., 2002). Ce désir de changement intrinsèque pousse donc l'individu vers une consommation lui créant une désinhibition et une aisance sociale venant répondre directement à son désir de base (Cooper et al., 2016). La réponse à son désir ainsi que la légèreté offerte par cette désinhibition sociale sont souvent les éléments qui motivent à consommer à nouveau du cannabis ou de l'alcool (Cooper et al., 2016 et Simons & Carey, 2006, dans Dennhardt et Murphy, 2013). Les consommateurs

d'alcool soulèvent que la consommation les aide à mieux profiter des moments sociaux. Ils se sentent plus investis dans les relations et les discussions avec les autres grâce à cette désinhibition causée par la consommation (Kettner et al., 2009). Même que chez les consommateurs d'alcool, le motif de facilitateur social est l'un des plus populaires (Cooper et al., 2016) surtout chez la population jeune adulte et adolescente (Simons et al., 1998). De fait, ces populations accordent une grande importance aux relations autant sociales qu'amoureuses ce qui semble avoir un impact direct sur leur consommation d'alcool vu que cette dernière devient un facilitateur plus que tangible à leur désir viscéral de créer des liens sociaux (Duckworth et al., 2021).

Ce désir de désinhibition est aussi présent chez les consommateurs de cocaïne et de MDMA. Cette désinhibition est similaire à celle causée par l'alcool et le cannabis, cependant elle augmente davantage la confiance du consommateur (Lee et al., 2007) et par le fait même son courage à faire de nouvelles rencontres (Simons et al., 1998). Cette confiance donne souvent l'impression aux consommateurs de vivre des situations sociales plus positives tout en étant plus enclins à tester de nouvelles expériences autant sociales que sexuelles (Lee et al., 2007 et Rigg, 2017). Cette désinhibition permet au consommateur d'être plus social et plus extraverti ce qui est un motif très présent lors de la consommation de la cocaïne et de la MDMA (Brache et al., 2012, dans, Martin et al., 2014). Tous ces éléments facilitent les liens sociaux et améliorent les expériences sociales, ce qui motive le consommateur à récidiver l'expérience de consommation vu son apport positif qu'elle lui procure (Lee et al., 2007).

Conformité

La motivation d'être comme tout le monde, d'être conforme au groupe ou de suivre les normes sociales est l'élément central de ce motif de consommation (Cooper et al., 2016). La consommation va être motivée par une pression sociale, un désir d'acceptation, un désir de reconnaissance ou par une normalisation du comportement (Jerez et Coviello, 1998., dans, Kuntsche et al, 2005). Ses désirs et ses motivations vont être présents davantage à l'adolescence et chez les jeunes adultes vu l'importance que ces deux groupes donnent aux relations sociales

(Kuntsche et al., 2005 et Lewis et Neighbors, 2006., dans Duckworth et al., 2021). Deux types de substances sont touchés davantage par ce motif soit le cannabis et l'alcool (Cooper et al., 2016). La pression et l'influence sociale sont au cœur de ce motif, mais la normalisation des comportements de consommation n'est pas à négliger. Par exemple, les individus qui perçoivent que leurs amis utilisent fréquemment la marijuana et que la consommation de celle-ci est approuvée par le groupe, tendent à consommer davantage que ceux que leurs amis ne consomment pas (Neighbors et al., 2006, dans Dennhardt et Murphy, 2013). Cet exemple illustre, donc qu'en tant que groupe, on peut banaliser et normaliser certains comportements de consommation. Mais cet effet peut être vu aussi sur le plan sociétal comme avec l'alcool ou le fait de boire est plus de tendance à la conformité que l'abstinence lors de certains événements sociaux. En somme, ce motif de consommation n'est pas le plus populaire chez les consommateurs, mais il reste présent surtout chez les populations plus jeunes.

Récréatif

Selon l'étude de Kettner (2009), le motif de consommation le plus évoqué par les consommateurs de toutes drogues confondues est la recherche d'une sensation d'euphorie et d'un certain état de plaisir. Le motif récréatif regroupe trois sous-motifs soit le désir de ressentir les effets des substances plus fortement (« get high »), le désir de ressentir un état d'euphorie et le désir de faire la fête. Les stimulants du système nerveux central (cocaïne, amphétamine) sont des substances consommées souvent sous cette motivation. Ce motif est même l'un des principaux nommés chez les consommateurs. Les gens consomment des stimulants dans le but d'aller faire la fête tout en ressentant un certain sentiment d'euphorie (Kettner et al., 2009). Ce sentiment d'euphorie provoqué par ces substances pousse les consommateurs à retenter l'expérience à nouveau pour ressentir cet état de plaisir (Brache et al., 2012, dans, Martin et al., 2014). Les stimulants sous ordonnance sont associés à des désirs récréatifs similaires à ceux rapportés par les utilisateurs de cocaïne ou d'amphétamine. De fait, les motifs récréatifs sont le deuxième motif le plus évoqué chez les consommateurs de stimulants sous ordonnance (Drazdowski, 2016). Les consommateurs de stimulants ont le désir de « get high » (Teter et al., 2005). Autrement dit, les

gens cherchent à ressentir les effets et les symptômes de la consommation et d'être sous influence (Benson et al., 2015; Judson et Langdon, 2009; Milner., 2015). Ce désir d'être sous influence est présent chez toutes les populations, mais reste davantage présent chez les adolescents surtout pour la consommation de stimulants (Teter et al., 2005). En plus d'être sous influence et de ressentir un état de plaisir, la consommation de stimulants sous ordonnance prolonge les effets de l'alcool ou d'autres substances à effet dépressif en gardant la personne éveillée, ce qui donne du poids à la motivation récréative attendue lors de la prochaine consommation (Benson et al., 2015).

Pour les perturbateurs du système nerveux central (MDMA, cannabis, LSD, psilocybine), les motivations récréatives sont les plus populaires auprès des utilisateurs de ces substances. Les consommateurs cherchent surtout à ressentir un certain état d'euphorie et de plaisir (Bogt, 2005 ; Cooper et al., 2016; Dennhardt et Murphy, 2013; Kettner et al, 2009 ; Lee et al., 2007; Robert, 2020). De fait, les effets de ces substances provoquent une altération importante des sens, des perceptions et de l'humeur, ce qui est très recherché par certains consommateurs (Amar, 2014). Prenons en exemple la consommation de MDMA, elle est souvent motivée par ce désir de ressentir les positifs de *high* causés par cette substance. De fait, la MDMA a des qualités entactogènes, c'est-à-dire que la MDMA semble tout embellir. Que ce soient les gens, la musique, les lumières, l'environnement, la sensation pure des choses semble être plus agréable et plus belle pour le consommateur (Bogt, 2005). Ce désir d'améliorer et rendre le moment davantage mémorable est répondu par les effets entactogènes de la MDMA (Arria and Dupont 2010, dans, Benson et al., 2015). De plus, quand celle-ci est combinée à d'autres substances comme le cannabis ou l'alcool, le consommateur nomme ressentir un high plus intense et plus long. Tout cela est majoritairement motivé par une recherche de plaisir et d'euphorie (Rigg, 2017).

Finalement, les dépresseurs du système nerveux central (par exemple, l'alcool, les opioïdes et les benzodiazépines) sont aussi associés à des motivations récréatives auprès des personnes les utilisant. Les consommateurs de ces substances y retrouvent un sentiment de plaisir

et d'euphorie (McCabe et al., 2007, dans, Milner., 2015). De fait, une des principales motivations de la consommation illicite d'opioïdes est la recherche du sentiment d'euphorie (Dennhardt et Murphy, 2013 et Drazdowski, 2016). Même si ce n'est pas un des motifs principaux liés à la consommation de tranquillisants sous ordonnance, la consommation dans le but de se sentir « high » est présente auprès de certains consommateurs (Dennhardt et Murphy, 2013). La consommation de médicaments de type dépresseur est motivée par le désir de vouloir être « high » et dans le but de faire la fête (Stone and Merlo, 2011, dans, Drazdowski, 2016). La consommation d'alcool, quant à elle, est motivée par le désir de ressentir les effets d'intoxication. Les consommateurs recherchent ces effets afin de vivre une certaine forme de plaisir (Cooper et al., 2016). Cette recherche de plaisir par les effets de l'alcool est souvent faite en contexte de fête chez la majorité des consommateurs (Klein, 1992., dans, Kuntsche et al., 2005). La consommation d'alcool est donc majoritairement motivée par un volet plutôt récréatif (Kairouz et al., 2002 et Kuntsche et al., 2005).

En somme, les motifs récréatifs sont prédominants au sein des trois grandes catégories de psychotropes. La recherche de plaisir reste au cœur des motivations à consommer peu importe le genre, l'âge ou l'origine de l'individu. Cependant, les hommes consomment davantage pour des raisons récréatives que les femmes. Ils cherchent à ressentir ce sentiment euphorique provoqué par la consommation et ainsi donner une plus-value au moment vécu (Kettner, 2009).

Ennui

Consommer dans le but de chasser l'ennui est présent chez certains consommateurs de nicotine, d'alcool et de cannabis. La consommation au sein de ce motif devient un passe-temps pour les consommateurs. Autrement dit, ces derniers consomment parce qu'ils ont l'impression de n'avoir rien à faire de mieux (Lee et al., 2007). Par la consommation, celui-ci se sent stimulé et cherche à atténuer les moments d'ennui ou d'attente (Ikard et al., 1969, dans, Milner., 2015). Le consommateur cherche donc, dans sa consommation, à atteindre une certaine forme de plaisir. Une faible proportion de consommateurs cible ce motif de consommation pour l'alcool et le

cannabis, cependant pour la nicotine ce dernier est plus prédominant dans la population de consommateurs (Cooper et al., 2016 et Jerez et Coviello, 1998., dans, Kuntsche et al, 2005).

Curiosité/tenter l'expérience

La curiosité rime avec spontanéité et découverte, ce qui est louangé par une majorité de gens dans la société actuelle. Cependant, il ne faut pas aller bien loin pour se rendre compte que la curiosité peut avoir des limites et causer des torts. La curiosité peut aussi être dirigée vers un désir de vivre de nouvelles expériences et de danser avec l'inconnu. Cette volonté de vouloir absolument connaître peut nous diriger vers des actions plus risquées comme la consommation excessive de substances (Jacob, 2002). Le désir d'expérimenter les effets provoqués par la consommation reste un motif souvent émis par les consommateurs de beaucoup de substances comme le cannabis, l'alcool, la MDMA et les médicaments sous ordonnance non prescrits (Bogt, 2005; Cooper et al., 2016; Dennhardt et Murphy, 2013; Drazdowski, 2016; Judson et Langdon, 2009; Lee et al., 2007; Milner., 2015 et Teter et al., 2005). Les effets expérientiels des substances et cette altération du fonctionnement créée par la consommation attirent souvent la curiosité des consommateurs. Bref, cette curiosité face aux effets et le désir de vivre une expérience en soi restent deux motifs majeurs de consommation chez la population générale, mais surtout chez la population de moins de 30 ans (Dennhardt et Murphy, 2013 ; Drazdowski, 2016 et Teter et al., 2005). Cependant, le motif d'expérimentation est soulevé souvent chez les consommateurs ayant récemment découvert la substance. Par conséquent, ce motif tend à disparaître avec la perdurance de la consommation (Lee et al., 2007).

Élargir la conscience

Les substances psychoactives agissent sur le cerveau en modifiant le psychisme de l'individu que ce soient ses perceptions, ses sens ou son humeur. Cette recherche d'altération est présente chez les consommateurs de tout type de substance psychoactive, cependant cette motivation à consommer est davantage présente chez les consommateurs de perturbateurs du

système nerveux central. Les substances utilisées se retrouvant dans cette catégorie de motif d'usage sont le cannabis, la MDMA, la psilocybine et le LSD (Ben Amar, 2014). Les consommateurs de perturbateurs cherchent à élargir leur conscience dans le but de voir le monde d'une manière différente vu l'altération de leur perception par la consommation (Kettner et al., 2009; Ben Amar, 2014). Cette recherche d'altération est motivée par le désir de vivre une expérience nouvelle et hors de l'ordinaire chez les consommateurs de cannabis, de LSD et de MDMA (Cooper et al., 2016 et Kettner et al., 2009). Des études ont montré que l'un des motifs le plus couramment associés à la consommation de marijuana est la recherche d'effets liés à cette altération cognitive (Simons & Carey, 2006, dans Dennhardt et Murphy, 2013). De son côté, la consommation de psilocybine est motivée, entre autres, par un désir de créativité. De fait, l'élargissement de leur conscience permis par la substance semble engendrer une créativité plus diversifiée et plus vive (Robert, 2020). Cette vivacité d'esprit permet aussi d'explorer de nouvelles facettes de réflexion et de perception sur le monde. Cet élargissement de la conscience est même thérapeutique pour certains consommateurs (Robert, 2020).

Vivre une expérience spirituelle

Un des motifs évoqués par les consommateurs de MDMA, de LSD et de psilocybine est de vivre une expérience spirituelle en lien avec les sens et les perceptions (Kettner et al, 2009). Les consommateurs tentent par l'éveil de leur sens et de leurs perceptions d'ouvrir davantage leurs esprits. Certains cherchent même un rapprochement avec la nature lors de cet éveil spirituel (Kettner et al., 2009 et Robert et al., 2020).

Motif d'identité

Le motif d'identité est un motif seulement soulevé chez les consommateurs d'alcool. Le motif d'identité s'illustre par le désir d'affirmer son indépendance et dans la recherche de se sentir plus mature. Ce motif est présent davantage à l'adolescence vu la recherche identitaire présente au sein de cette population (Cooper et al., 2016)

Motif épicurien

Certains consommateurs vont consommer de l'alcool pour le goût ou pour l'agencement avec la nourriture. Ce type de motif de consommation est surnommé « épicurien » et il est seulement présent chez les consommateurs d'alcool (Kairouz et al., 2002). Ce type de motif est très spécifique et présent chez un sous-groupe de la population générale (Cooper et al., 2016).

Conclusion

Les motifs de consommation sont désormais plus nombreux que le modèle d'origine proposé par Cox et Klinger. Une diversification et une précision des motifs initialement proposés par les auteurs (social, conformité, adaptation et amélioration) ont fait apparaître des motifs innovants comme celui d'améliorations cognitives où le consommateur consomme dans le but d'améliorer ses performances cognitives et sa mémoire dans le but de mieux performer au travail ou à l'école. Aussi, le motif de consommer pour atténuer l'ennui ou une personne consomme dans le but de chasser l'ennui et de se divertir. Ces développements permettent de mieux comprendre les motivations de chaque consommateur, associées à diverses substances psychoactives. La classification et l'identification de ces 23 motifs présentés dans l'essai pourrait être modifiée ou mise à jour vu l'évolution rapide des motifs et de leur substance.

De fait, les motifs de consommation restent des concepts évolutifs et variables selon les expériences du consommateur. Certaines données de recherche indiquent que certains motifs de consommation indifférenciés et généraux, prévalant au début de l'adolescence, se cristallisent dans les années suivantes et se différencient au fur et à mesure que les gens mûrissent selon les expériences de consommation vécues (Kuntsche et al., 2016 dans Heim, Monk et Qureshi, 2021). Les motifs sociaux sont davantage associés à de la consommation générale, donc synonyme de peu de risque de développer une consommation problématique (Kuntsche et al., 2005). Les motifs d'amélioration et d'adaptation sont quant à eux associés à de la consommation plus sévères et cristallisés, étant associés à long terme à plus de chances de développer une consommation problématique (Kuntsche et al., 2005). Autrement dit, les gens consommant dans le but d'atténuer des émotions négatives semblent vivre des épisodes de consommation plus excessives, vu que la consommation peut rapidement devenir une solution d'adaptation chez l'individu (Levine, & Moore, 2003., dans, Kuntsche et al., 2005). Plus le consommateur possède de motifs diversifiés, plus il va être porté à consommer vu que plusieurs buts, contextes et environnements vont devenir propices à une possible consommation (Montgomery et al., 1993., dans, Kuntsche et al., 2005).

Une meilleure compréhension des motifs de consommation peut aider à orienter les mesures d'intervention et de prévention visant à réduire à long terme la prévalence des problèmes de consommation (Pedersen et al., 2021). Autrement dit, les motifs relatifs à la consommation sont primordiaux lors de la mise en place d'interventions. Sans une bonne compréhension des motifs, les approches d'intervention ont peu de chances de réussir si elles ne tiennent pas compte de ces derniers (Dennhardt et Murphy, 2013). L'importance de mettre de l'avant un instrument de mesure couvrant l'entièreté des motifs est mise en évidence dans cet essai. Un tel questionnaire soutiendrait mieux les efforts cliniques d'accompagnement des personnes demandant de l'aide pour réduire leur usage de substances.

Références

- Addiction Research Center (2023). Drinking Motive Questionnaires (DMQ).
<https://arc.psych.wisc.edu/self-report/drinking-motive-questionnaires-dmq/>
- Addiction Research Center (2023). Drinking Motive Questionnaires-Revised (DMQR).
<https://arc.psych.wisc.edu/self-report/drinking-motives-questionnaire-revised-dmqr/>
- Addiction Research Center (2023) Marijuana Motives Questionnaire (MMQ).
<https://arc.psych.wisc.edu/self-report/marijuana-motives-questionnaire-mmq/>
- Ben Amar, M. (2014). Drogues : Savoir plus, risquer moins : Le livre d'information. Montréal, QC : Centre québécois de lutte aux dépendances
- Bennett, T. et Holloway, K. (2017). Motives for illicit prescription drug use among university students: A systematic review and meta-analysis. *The International journal on drug policy*, 44, 12-22. <https://doi.org/10.1016/j.drugpo.2017.02.012>
- Benson, K., Flory, K., Humphreys, K. L. et Lee, S. S. (2015). Misuse of stimulant medication among college students: A comprehensive review and meta-analysis. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 18(1), 50-76. <https://doi.org/10.1007/s10567-014-0177-z>
- Biolcati, R. et Passini, S. (2019). Development of the substance use motives measure (summ): A comprehensive eight-factor model for alcohol/drugs consumption. *Addictive Behaviors Reports*, 10. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2019.100199>
- Cooper, M. L. (1994). Motivations for alcohol use among adolescents: Development and validation of a four-factor model. *Psychological assessment*, 6(2), 117.
- Cooper, M. L., Kuntsche, E., Levitt, A., Barber, L. L., & Wolf, S. (2016). Motivational models of substance use: A review of theory and research on motives for using alcohol, marijuana, and tobacco. In K. J. Sher (Ed.), *The Oxford handbook of substance use and substance use disorders* (pp. 375–421). Oxford University Press.
- Cox, W. M. et Klinger, E. (1988). A motivational model of alcohol use. *Journal of Abnormal Psychology*, 97(2), 168-180. <https://doi.org/10.1037/0021-843X.97.2.168>
- Cronin, C. (1997). Reasons for drinking versus outcome expectancies in the prediction of college student drinking. *Substance use & misuse*, 32 (10), 1287-1311.
- Dennhardt, A. A. et Murphy, J. G. (2013). Prevention and treatment of college student drug use: A review of the literature. *Addictive Behaviors*, 38(10), 2607-2618.
<https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2013.06.006>

- Drazdowski, T. K. (2016). A systematic review of the motivations for the non-medical use of prescription drugs in young adults. *Drug and alcohol dependence*, 162, 3-25. <https://doi.org/10.1016/j.drugalcdep.2016.01.011>
- Duckworth, J. C., Rhew, I. C., Fairlie, A. M., Patrick, M. E., Schulenberg, J. E., Maggs, J. L. et Lee, C. M. (2021). Transitions catalyst model: Testing within- and between-person associations between social relationships and alcohol use, motives, and consequences among young adults. *Substance Use & Misuse*. <https://doi.org/10.1080/10826084.2021.1928207>
- Elliott, J. C., Greene, A. L., Thompson, R. G., Eaton, N. R. et Hasin, D. S. (2020). Substance use in a sexual context: The association of sex-related substance use motives with substance choice and use behaviors. *Journal of Substance Use*. <https://doi.org/10.1080/14659891.2020.1807633>
- Hamilton, H. R., Armeli, S. et Tennen, H. (2020). Affect and alcohol: The moderating role of episode-specific drinking motives. *Addictive behaviors*, 110, 106521. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106521>
- Heim, D., Monk, R. L. et Qureshi, A. W. (2021). An examination of the extent to which drinking motives and problem alcohol consumption vary as a function of deprivation, gender and age. *Drug and Alcohol Review*. <https://doi.org/10.1111/dar.13221>
- Jacob, S. (2002). *La curiosité : éthologie et psychologie* (Vol. 245). Editions Mardaga.
- Jones, R. E., Spradlin, A., Robinson, R. J. et Tragesser, S. L. (2014). Development and validation of the opioid prescription medication motives questionnaire: A four-factor model of reasons for use. *Psychology of Addictive Behaviors*, 28(4), 1290-1296. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.1037/a003778310.1037>
- Judson, R. et Langdon, S. W. (2009). Illicit use of prescription stimulants among college students: Prescription status, motives, theory of planned behaviour, knowledge and self-diagnostic tendencies. *Psychology, Health & Medicine*, 14(1), 97-104. <https://doi.org/10.1080/13548500802126723>
- Kairouz, S., Gliksman, L., Demers, A. et Adlaf, E. M. (2002). For all these reasons, i do...drink: A multilevel analysis of contextual reasons for drinking among canadian undergraduates. *Journal of Studies on Alcohol*, 63(5), 600-608. <https://doi10.15288/jsa.2002.63.600>
- Kettner, H., Mason, N. L. et Kuypers, K. P. C. (2019). Motives for classical and novel psychoactive substances use in psychedelic polydrug users. *Contemporary Drug Problems*, 46(3), 304-320. <https://doi10.1177/0091450919863899>
- Kuntsche, E., Knibbe, R., Gmel, G. et Engels, R. (2005). Why do young people drink? A review of drinking motives. *Clinical Psychology Review*, 25(7), 841-861. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2005.06.002>

- Lee, C. M., Neighbors, C. et Woods, B. A. (2007). Marijuana motives : Young adults reasons for using marijuana. *Addictive Behaviors*, 32(7), 1384-1394.
<https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2006.09.010>
- Lombardi, N. J. (2016). The development and validation of a brief definitional measure of motives for alcohol use (Doctoral dissertation, Oklahoma State University).
- Martin, G., Macdonald, S., Pakula, B. et Roth, E. A. (2014). A comparison of motivations for use among users of crack cocaine and cocaine powder in a sample of simultaneous cocaine and alcohol users. *Addictive behaviors*, 39(3), 699-702.
- Milner, L. A. (2015). Development and preliminary validation of a nonmedical prescription drug motives questionnaire. University of Arkansas.
- M. Ter Bogt, T. F. et ME Engels, R. C. (2005). « Partying » hard : Party style, motives for and effects of mdma use at rave parties. *Substance use & misuse*, 40 (9-10), 1479-1502.
- Pedersen, E. R., Tucker, J. S., Davis, J. P., Dunbar, M. S., Seelam, R., Rodriguez, A. et D'Amico, E. J. (2021). Tobacco/nicotine and marijuana co-use motives in young adults: Associations with substance use behaviors one year later. *Psychology of addictive behaviors: journal of the Society of Psychologists in Addictive Behaviors*, 35(2), 133-147.
<https://doi.org/10.1037/adb0000638>
- Rigg, K. K. (2017). Motivations for using mdma (ecstasy/molly) among african americans: Implications for prevention and harm-reduction programs. *Journal of psychoactive drugs*, 49 (3), 192-200.
- Roberts, C. A., Osborne-Miller, I., Cole, J., Gage, S. H. et Christiansen, P. (2020). Perceived harm, motivations for use and subjective experiences of recreational psychedelic 'magic' mushroom use. *Journal of Psychopharmacology*, 34(9), 999-1007.
- Simons, J., Correia, C. J., Carey, K. B. et Borsari, B. E. (1998). Validating a five-factor marijuana motives measure: Relations with use, problems, and alcohol motives. *Journal of Counseling Psychology*, 45(3), 265-273. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.45.3.265>
- Teter, C. J., McCabe, S. E., Cranford, J. A., Boyd, C. J. et Guthrie, S. K. (2005). Prevalence and motives for illicit use of prescription stimulants in an undergraduate student sample. *Journal of American College Health*, 53(6), 253. <https://doi.org/10.3200/JACH.53.6.253-262>

Appendice A

Tableau résumé des articles consultées,

Titre	Auteurs	Année	Pays	Type d'étude	Population étudiée	Principales conclusions
1. A systematic review of the motivations for the non-medical use of prescription drugs in young adults	Tess K. Drazdowski	2016	États-Unis	Recension des écrits	Jeunes adultes âgés entre 18 et 25 ans	Les principaux motifs poussant vers la consommation non médicale de médicaments sous ordonnance sont principalement orientés vers la recherche de plaisir et vers la recherche d'amélioration personnelle soit en lien avec la performance (améliorer la concentration, la mémoire...) ou soit en lien avec l'auto-médication (améliorer le sommeil, diminuer le stress...).
2. Motives for illicit prescription drug use among university students: A systematic review and meta-analysis	Trevor Bennett Katy Holloway	2017	Royaume-Uni	Méta-analyse	Étudiants universitaires	Dans l'ensemble, les motifs les plus répandus chez les étudiants universitaires couvrent la recherche d'amélioration personnelle en lien avec la performance (par rapport aux sports et aux résultats scolaires), en lien avec la santé mentale (capacité à dormir, à réduire l'anxiété) ou en lien avec la santé physique (gestion des maladies préexistantes). Moins de la moitié des utilisateurs ont déclaré consommer pour le plaisir (pour faire la fête, pour se défoncer ou pour expérimenter)
3. Development of the Substance Use Motives Measure (SUMM): A comprehensive eight-factor model for alcohol/drugs consumption	Roberta Biolcati Stefano Passini	2019	Italie	Étude de validation de questionnaire	Population générale (groupe non clinique)	L'étude actuelle est une enquête préliminaire sur les propriétés psychométriques du SUMM dans un échantillon non clinique. Les résultats confirment la fiabilité et la validité internes des huit dimensions de l'instrument (l'amélioration, le social, la conformité, l'anxiété, la dépression, l'ennui, l'accomplissement personnel et la performance).
4. Prevention and treatment of college student drug use: A review of the literature	Ashley A. Dennhardt, James G. Murphy	2013	États-Unis	Recension des écrits	Étudiants au collégial	Les motifs de consommation sont à la base des théories sur la consommation, ce qui les rend primordiaux lors de la mise en place d'intervention. Cette étude met de l'avant que les principaux motifs de consommation de

						médicaments sous ordonnance non prescrits sont <i>getting high</i> , faire la fête, expérimenter, faciliter les interactions sociales et aider à structurer le temps libre.
5. Prevalence and motives for illicit use of prescription stimulants in an undergraduate student sample	Christian J. Teter, Sean Esteban McCabe, James A. Cranford Carol J. Boyd, Sally K. Guthrie	2005	États-Unis	Étude quantitative	Étudiants universitaires	La consommation de médicaments sous ordonnance non prescrits est souvent orientée vers des motifs académiques ou des motifs récréatifs autant auprès des hommes qu'auprès des femmes.
6. An examination of the extent to which drinking motives and problem alcohol consumption vary as a function of deprivation, gender and age.	Derek Heim, Rebecca L. Monk, Adam W. Qureshi.	2021	Australie	Étude quantitative	Adultes (18-75 ans)	Les résultats globaux suggèrent que les motivations d'adaptation, d'amélioration et de conformité sont associées à des scores élevés de consommation problématique d'alcool, alors que les motivations sociales ne le sont majoritairement pas.
7. Motivational Models of Substance Use: A Review of Theory and Research on Motives for Using Alcohol, Marijuana, and Tobacco	Lynne, M. Cooper Emmanuel Kuntsche, Ash Levitt Lindsay L. Barber Scott Wolf	2016	États-Unis	Recension des écrits	Population générale	Cette recension de la littérature se penche sur les cinq prémisses de base de la théorie motivationnelle incitative de Cox et Klinger. La première prémisse se penchait davantage sur les motifs de consommations de l'alcool, le cannabis et le tabac. Les quatre motifs de base (social, conformité, adaptation et amélioration) ont été mis de l'avant pour chacune des substances. Certains motifs (épicurien, identité, curiosité, élargir sa conscience) ont aussi été mis de l'avant au sein de cette étude.
8. For All These Reasons, I Do . . . Drink : A Multilevel Analysis of Contextual Reasons for Drinking among Canadian Undergraduates	Sylvia Kairouz, Louis Gliksman, Andrée Demers Edward M. Adlaf,	2002	Canada	Étude quantitative	Étudiants universitaires	Cette étude met de l'avant les relations possibles entre les motifs de consommation d'alcool et les situations de consommation. Cette étude soulève la présence de motifs récréatifs, sociaux, épicuriens et d'adaptation.
9. Marijuana motives : Young adults, reasons for using marijuana	Christine M. Lee Clayton Neighbors Briana A. Woods	2007	États-Unis	Étude quantitative	Étudiants universitaires	Cette étude soulève que la majorité de la population étudiante consomme du cannabis sous les six motifs suivants : pour le plaisir, par conformité sociale, pour l'expérience, par ennui, pour faciliter les interactions sociales et pour se détendre.

10. Motives for classical and novel psychoactive substances use in psychedelic polydrug users.	Hannes Kettner Natasha L. Mason Kim P. C. Kuypers	2009	Pays-Bas	Étude mixte	Population générale	Cette étude relève que les substances classiques et leur analogue dans les nouvelles substances ont majoritairement les mêmes motifs de consommation sauf pour la Cannabis et les cannabinoïdes. De plus, l'étude a soulevé que pour toutes drogues confondues, les trois motifs les plus évoqués sont la recherche de sensation d'euphorie, l'amélioration d'une activité et l'élargissement de la conscience.
11. Affect and alcohol: The moderating role of episode-specific drinking motives.	Hannah R. Hamilton, Stephen Armeli, Howard Tennen,	2020	États-Unis	Étude quantitative	Population universitaire	Les résultats confirment que ces motifs de consommation spécifiques à un épisode sont des prédicteurs de la consommation d'alcool chez les étudiants et les jeunes adultes.
12. Transitions catalyst model: Testing within- and between-person associations between social relationships and alcohol use, motives, and consequences among young adults	Jennifer C. Duckworth, Isaac C. Rhew, Anne M. Fairlie Megan E. Patrick, John E. Schulenberg, Jennifer L. Maggs, Christine M. Lee,	2021	États-Unis	Étude quantitative	Jeunes adultes (18-25)	Le modèle du catalyseur des transitions suggère que l'augmentation de la consommation d'alcool chez les jeunes adultes est due au fait que l'alcool facilite les amitiés et les relations romantiques/sexuelles pendant une période de développement où ces relations sont très valorisées. Cette étude vient donc confirmer cette hypothèse.
13. Validating a five-factor marijuana motives measure: Relations with use, problems, and alcohol motives	Jeffrey Simons, Christopher J. Correia, Kate B. Carey, Brian E. Borsari,	1998	États-Unis	Étude qualitative	Étudiants universitaires	Une analyse factorielle exploratoire a soutenu le modèle hypothétique à 5 facteurs des motifs de la marijuana. Le modèle soulève les cinq motifs de consommation suivant soit ceux d'amélioration, de conformité, d'expansion de soi, d'adaptation et sociaux. Les analyses ont confirmé la cohérence interne et la validité concurrente des 5 motifs liés à la marijuana.
14. Development and Validation of the Opioid Prescription Medication Motives Questionnaire: A Four-Factor Model of Reasons for Use	Rachel E. Jones, Alexander Spradlin, Joe. R. Robinson, Sarah L. Tragesser,	2014	États-Unis	Études quantitatives	Étudiants universitaires	Cette étude a évoqué les quatre principaux motifs poussant les consommateurs à consommer des opioïdes sans ordonnance : la gestion de douleur, le social, l'amélioration et l'adaptation. Ces résultats vont permettre de construire et valider un instrument de mesure.

15. Why do young people drink? A review of drinking motives	Emmanuel Kuntsche, Ronald Knibbe, Gerhard Gmel, Rutger Engels,	2005	Pays-Bas	Revue de la littérature	Adolescents et jeunes adultes	Cet article passe en revue les motifs de consommation d'alcool chez les adolescents et les jeunes adultes. Les résultats ont révélé que la plupart des jeunes ont déclaré boire pour des motifs sociaux, certains ont indiqué des motifs récréatifs, et seulement quelques-uns ont signalé des motifs d'adaptation. L'étude présente aussi un tableau résumé sur les outils mesurant les motifs.
16. Tobacco/nicotine and Marijuana Co-use Motives in Young Adults: Associations with Substance Use Behaviors One Year Later	Eric R. Pedersen, Joan S. Tucker, Jordan P. Davis, Michael S. Dunbar, Rachana Seelam, Anthony Rodriguez, Elizabeth J. D'Amico	2021	États-Unis	Étude mixte	Adolescents	Cette étude illustre les motifs poussant les jeunes à consommer en même temps le cannabis et la nicotine. Les principaux motifs sont orientés vers l'influence des pairs et les motifs récréatifs. Cependant, un enjeu économique est aussi lié à la combinaison de ses substances.
17. Substance use in a sexual context: the association of sex-related substance use motives with substance choice and use behaviors	Jennifer C. Elliott, Ashley L. Greene, Ronald G. Thompson Jr., Nicholas R. Eaton Deborah S. Hasin	2021	États-Unis	Étude quantitative	Population générale	L'alcool est généralement utilisé pour faciliter la sexualité (se détendre, pour diminuer les inhibitions afin de favoriser les rapports sexuels). Comparativement aux drogues qui sont consommées davantage avec le motif d'améliorer les rapports sexuels.
18. A motivational model of alcohol use	W.Miles Cox Eric Klinger	1988	États-Unis	Étude qualitative	Population générale	Selon ce modèle, les gens décident de boire ou de ne pas boire sur la base des conséquences affectives positives qu'ils espèrent obtenir en buvant. Par contre, ces dernières doivent l'emporter sur celles de ne pas boire d'alcool. Plusieurs facteurs peuvent venir contribuer à former les attentes en matière de changement affectif comme l'environnement, les motifs, la personnalité, les effets neurochimiques de l'alcool.
19. Development and Preliminary Validation of a Nonmedical Prescription Drug Motives Questionnaire	Lauren Ashleigh Milner	2015	États-Unis	Étude mixte	Population étudiante	Le Nonmedical Prescription Drug Motives Questionnaire est un instrument permettant d'analyser les motifs de consommation de tous les types de médicaments (stimulant, opioïdes, dépresseurs et sédatif). L'outil est composé de quatre échelles orientées vers les motifs de consommation suivant :

						d'adaptation, récréatif/social, conformité et d'expansion personnelle.
20. The development and validation of a brief definitional measure of motives for alcohol use	Nathaniel Joseph Lombardi	2017	États-Unis	Étude mixte	Population universitaire et population générale	Lombardi a voulu créer un instrument bref mesurant les motifs de consommation de l'alcool. Cet instrument a été créé à partir du Desired Effects of Drinking (DEOD). La validation du Brief definitional measure of motives fut pauvre au plan statistique. La construction de l'outil sous les mêmes trois échelles que le DEOD fut peu satisfaisait sur le plan de la validité.
21. Misuse of Stimulant Medication Among College Students: A Comprehensive Review and Meta-analysis	Kari Benson Kate Flory Kathryn L. Humphreys Steve S. Lee	2015	États-Unis	Méta-analyse	Population étudiante	La consommation de médicaments stimulants sous ordonnance non prescrits chez les étudiants est un problème répandu et croissant. Les résultats de la méta-analyse révèlent que la consommation de stimulants sous ordonnance non prescrits est principalement motivée par des motifs académiques (étudier plus longtemps, améliorer la concentration...) Certains motifs non académiques comme celui de faire la fête plus longtemps ou de perdre du poids restent tout de même présents au sein de la population étudiante.
22. Illicit use of prescription stimulants among college students: Prescription status, motives, theory of planned behaviour, knowledge and self-diagnostic tendencies	Rachel Judson Susan W. Langdon	2009	États-Unis	Étude quantitative	Population universitaire	La consommation de médicaments stimulants sous ordonnance chez les étudiants est principalement motivée par des motifs académiques. Cette prédominance de ses motifs face à cette substance est intimement liée à la pression d'excellence et de performance liée au résultat scolaire. Cette pression amène donc les étudiants à consommer des stimulants parce qu'ils croient que ceux-ci ont un effet positif sur les résultats et leur réussite.
23. « Partying » hard : party style, motives for and effects of MDMA use at rave parties	Tom F M. Ter Bogt, Rutger C ME Engels,	2005	Pays-Bas	Étude quantitative	Population participant à des soirées de style rave	Cette étude examine les motifs et les conséquences de la consommation de MDMA lors de différents types de soirées festives aux Pays-Bas. Les participants étaient 490 visiteurs de trois différents types de « rave », « club/mellow », « trance/mainstream » et « hardcore. L'étude conclut que les fêtards sont principalement

						motivés par les effets énergiques et euphoriques offerts par la consommation de MDMA.
24. Motivations for using MDMA (ecstasy/molly) among African Americans: Implications for prevention and harm-reduction programs	Khary K. Rigg	2017	États-Unis	Étude qualitative	Population Afro-américaine	L'étude de Rigg démontre que la consommation de MDMA est davantage liée à des motifs d'amélioration, sociaux et récréatifs. La population afro-américaine est motivée par le plaisir lié à l'augmentation des sensations et par le désir d'amélioration de leurs relations sexuelles.
25. A comparison of motivations for use among users of crack cocaine and cocaine powder in a sample of simultaneous cocaine and alcohol users	Gina Martin, Scott Macdonald, Basia Pakula, Eric A Roth	2014	Canada	Étude quantitative	Population de centre de traitement en dépendance	La voie de consommation de cocaïne (prisé, fumé, injecté) a un impact sur les motifs de consommation vu la variabilité des effets de la substance. L'étude soulève que la consommation de cocaïne par voie nasale est davantage liée à des motifs sociaux et récréatifs. Cette technique d'administration est souvent aussi liée à une consommation d'alcool. Les autres types d'administration (injecté et fumé) sont liés à des consommations plus problématiques avec des motifs souvent plutôt liés à l'adaptation.
26. Reasons for drinking versus outcome expectancies in the prediction of college student drinkin	Christopher Cronin	1997	États-Unis	Étude quantitative	Population générale	L'étude a permis de mettre au point le Reasons for Drinking Scale (RFD) permettant de mesurer trois catégories de motif de consommation d'alcool. Les motifs mis de l'avant sont ceux de l'adaptation, de l'amélioration ainsi que le social.
27. Motivations for alcohol use among adolescents: Development and validation of a four-factor model	Lynne Cooper	1994	États-Unis	Étude quantitative	Adolescents	Cette étude appui par ses résultats la validité conceptuelle du modèle de Cox et Klinger tout en soutenant l'utilité de ce modèle au plan clinique et au plan de la recherche.
28. Perceived harm, motivations for use and subjective experiences of recreational psychedelic 'magic'mushroom use	Carl A Roberts, Isaac Osborne-Miller, Jon Cole, Suzanne H Gage, Paul Christiansen,	2020	Angleterre	Étude mixte	Adultes ayant consommé ou non des champignons magiques.	Cette étude soulève que les deux groupes considèrent les champignons magiques comme une drogue peu nocive comparativement aux autres drogues sur le marché illicite. Les motifs de consommation sont orientés vers les motivations de type récréatif, d'élargissement de conscience et d'amélioration.

Appendice B

Tableau résumé des instruments de mesure évaluant les motifs de consommation

	Amélioration					Adaptation					Sociaux		Récréatif			Expérimentation	Ennui	Conscience et spiritualité	Identité	Épicurien
	Cognitive	Sportive	Physique	Sexuel	Humeur	Énergie	Sommeil	Douleur	Anxiété/stress	Se détendre	Facilitateur	Conformité	Faire le fête	« Get High »	Plaisir/euphorie					
Drinking Motive Questionnaire – DMQ, Cooper, (1994), 15 items																				
Social											X									
Coping									X	X										
Enhancement					X									X	X					
Drinking Motive Questionnaire-Revised – DMQR, Cooper, (1994), 20 items																				
Social											X									
Coping									X	X										
Enhancement					X									X	X					
Conformity												X								
Marijuana motives questionnaire – MMQ, Simons et al., (1998), 25 items																				
Enhancement					X									X	X					
Conformity												X								
Expansion																		X		
Coping									X	X										
Social											X		X							

	Amélioration					Adaptation					Sociaux		Récréatif			Expérimentation	Ennui	Conscience et spiritualité	Identité	Épicurien
	Cognitive	Sportive	Physique	Sexuel	Humeur	Énergie	Sommeil	Douleur	Anxiété/stress	Se détendre	Facilitateur	Conformité	Faire le fête	« Get High »	Plaisir/euphorie					
Reason for Drinking Scale – RDS, Cronin, (1997), 25 items																				
Social camaraderie											X			X	X					
Mood enhancement					X															
Tension reduction									X	X										
Opioid Prescription Medication Motives Questionnaire – OPMMQ, Jones <i>et al.</i>, (2014), 28 items																				
Pain								X												
Social											X				X					
Enhancement					X									X						
Coping									X	X										
Prescription Stimulant Expectancy Questionnaire – PSEQ-II, Lobby et Earleywine (2010), 46 items.																				
Cognitive Enhancement	X															X				
Anxiety and Arousal						X			X											
Social Enhancement					X						X		X		X					
Guilt and Dependence														X						
The Desired Effects of Drinking – DEOD, Doyle et al, (2011), 36 items																				
Negative Feelings					X				X	X										
Self-esteem											X									
Relief									X	X										

