

**Le samedi soir, entre amis, de manière festive : mais encore !
Vers une approche multidimensionnelle des contextes
sociaux de la consommation d'alcool**

Nancy Beauregard, Ph.D.

Andrée Demers, Ph.D.

**Institut de recherche en santé publique
de l'Université de Montréal**

Conférence présentée dans le cadre
du congrès Rond-Point 2010



Jeudi 13 mai 2010

Montréal

Plan de la conférence

1. L'approche sociologique de la consommation d'alcool : buts, prémisses et définitions
2. Les facteurs liés à l'individu et aux contextes de la consommation d'alcool
3. Vers une approche multidimensionnelle des contextes de consommation d'alcool : survol d'études canadiennes
4. Conclusion et retombées

1. L'approche sociologique de la consommation d'alcool : buts, prémisses et définitions

Buts :

L'approche sociologique de la santé s'intéresse à l'articulation du lien agent-structure (par ex., Giddens, 1984)

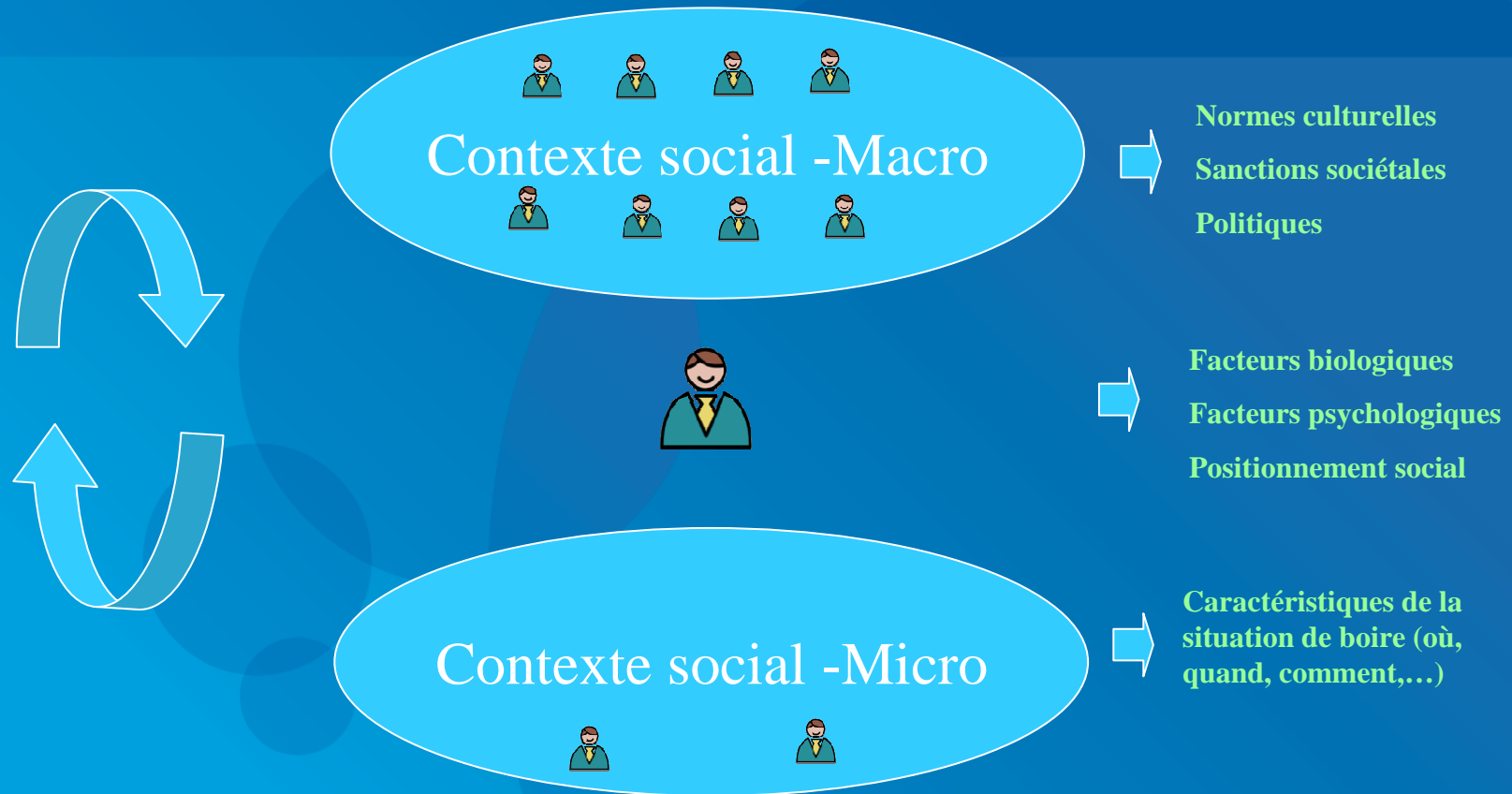
Prémisses :

- o Toute activité humaine prend forme suivant la nature spécifique des échanges intersubjectifs (individu-individu) et de la structure (individu-environnement social élargi) au sein desquels elle émerge.

- o Cette activité n'est ni complètement déterminée par la structure, et inversement, la structure n'est ni complètement autonome de l'agent qui la reproduit par ses activités quotidiennes.

- o Un lien dynamique est plutôt postulé entre l'agent (par ex. un buveur) et la structure (par ex., le contexte social de consommation).

L'écologie de la consommation en guise d'exemple



Comment toutes ces influences contextuelles (micro, macro) et individuelles s'articulent-elles dans l'explication de la consommation d'alcool ?

Sur la pratique sociale de la consommation d'alcool...

« ...the rules and procedures are on occasion rather specific, but also show enormous variability so that **a given individual may follow one set of rules with his family**, another with **business** or professional associates, and a third on **holiday** occasion... »

Bacon, SD, 1957

« **...the consumption of alcoholic beverages is situationally specific, rather than a trans-situational property of specific individuals** »

Harford, T, 1979

Qu'est-ce qu'un contexte de consommation?

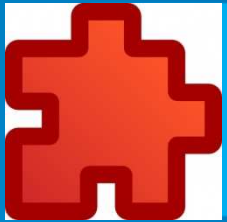
Définition :

Un contexte de consommation permet de mettre à jour les différents paramètres circonstanciels qui encadrent la pratique sociale de consommer de l'alcool. Multidimensionnel, ce dernier s'exprime selon l'articulation de plusieurs dimensions.

Exemples :

Micro-contexte :

- Situationnelle (Où ?)
- Temporelle (Quand ?)
- Relationnelle (Avec qui ?)
- Symbolique/cognitive (Pourquoi ?)

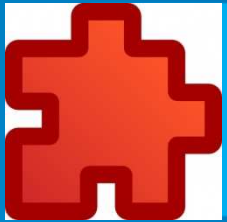


2.1. La consommation d'alcool et ses déterminants : les facteurs liés aux contextes de consommation

US National Alcohol Survey
(1984, 1995 et 2000)

Exemples :

- Activités:
 - Repas en soirée au restaurant
 - Fréquenter les bars et tavernes
 - Soirée tranquille à la maison
 - Soirée entre amis
 - Etc.
- Pour chaque activité:
 - Fréquence de l'activité présente en tant que contexte de consommation
 - Nombre typique de consommations consommées
 - Etc.



2.1. La consommation d'alcool et ses déterminants : Les facteurs liés aux contextes de consommation

Finnish Drinking Habits Survey
(1969, 1976, 1984, 1992...)

Exemples :

Pour chacune des trois dernières occasions de consommation rapportées lors de la précédente semaine, le cas échéant

QUAND ?

- Jour de la semaine ; début et fin de la consommation

OU ?

- Multiples endroits ; endroit principal

QUI ?

- Nombre de personnes présentes, composition de genre du groupe, nature du lien avec les personnes présentes

COMMENT ?

- Activités reliées à l'occasion (planifiées/non)



2.2. La consommation d'alcool et ses déterminants : les facteurs de l'individu

- Profil sociodémographique
âge (jeunes), genre (hommes), statut marital (selon le type d'indicateur), statut socioéconomique (selon le type d'indicateur)
- Motivations à boire
stratégies d'adaptation (par ex., détente, évitement)

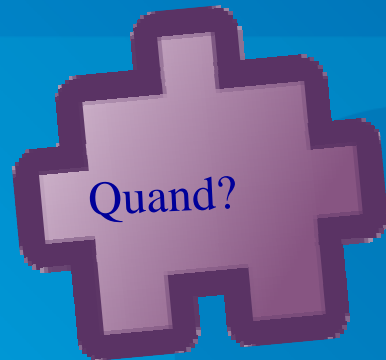


Questions en suspens



- Peu de connaissances sur la nature dynamique du lien agent-structure ou autrement dit, buveur-contexte de consommation.
 - Variation intraindividuelle
On traite le micro-contexte de consommation (c.-à-d., situation du boire) comme étant stable pour un buveur donné
 - Variation interindividuelle
On traite l'influence du macro-contexte de consommation (par ex., milieux de vie) comme étant stable à travers une population de buveurs donnée

Vers une approche multidimensionnelle



+



+

+



+



4. Preuve empirique : première partie

L'approche multiniveaux des habitudes de consommation d'alcool chez les étudiants universitaires canadiens : les résultats de l'Enquête sur les campus canadiens (2004)

Méthodologie

Données

Enquête sur les campus canadiens (CCS)

- Enquête transversale lancée en 1998 et reprise en 2004
- Documente les déterminants sociaux de la consommation d'alcool, de la santé mentale chez les étudiants universitaires canadiens
- Taux de réponse : 41% pour les étudiants et 63% pour les universités sélectionnés en 2004

Méthodologie

Mesures

Quantité usuelle de consommation

“Lors de cette occasion de consommation, combien de consommations alcoolisées (par ex., verres de vin, bière ou de spiritueux) avez-vous consommées?”

Consommation d'alcool épisodique à risque

Fréquence de consommation durant la dernière année de 5+ consommations par occasion

AUDIT

Présence de problèmes liés à la consommation d'alcool (score 11+)

Méthodologie

Stratégie analytique

Régressions multiniveaux

Nous cherchons à expliquer :

- 1) **chez le répondant**, la présence de variations dans la consommation d'alcool spécifique aux trois dernières **situations de boire** (micro-contexte);
- 2) **chez un groupe de répondants** exposés à un **milieu de vie commun** (par ex., milieu académique), la présence de variations dans la consommation d'alcool attribuable à cet environnement partagé (macro-contexte).

Figure 1. Modèle multiniveaux de la situation de boire comme source de variations dans la consommation d'alcool

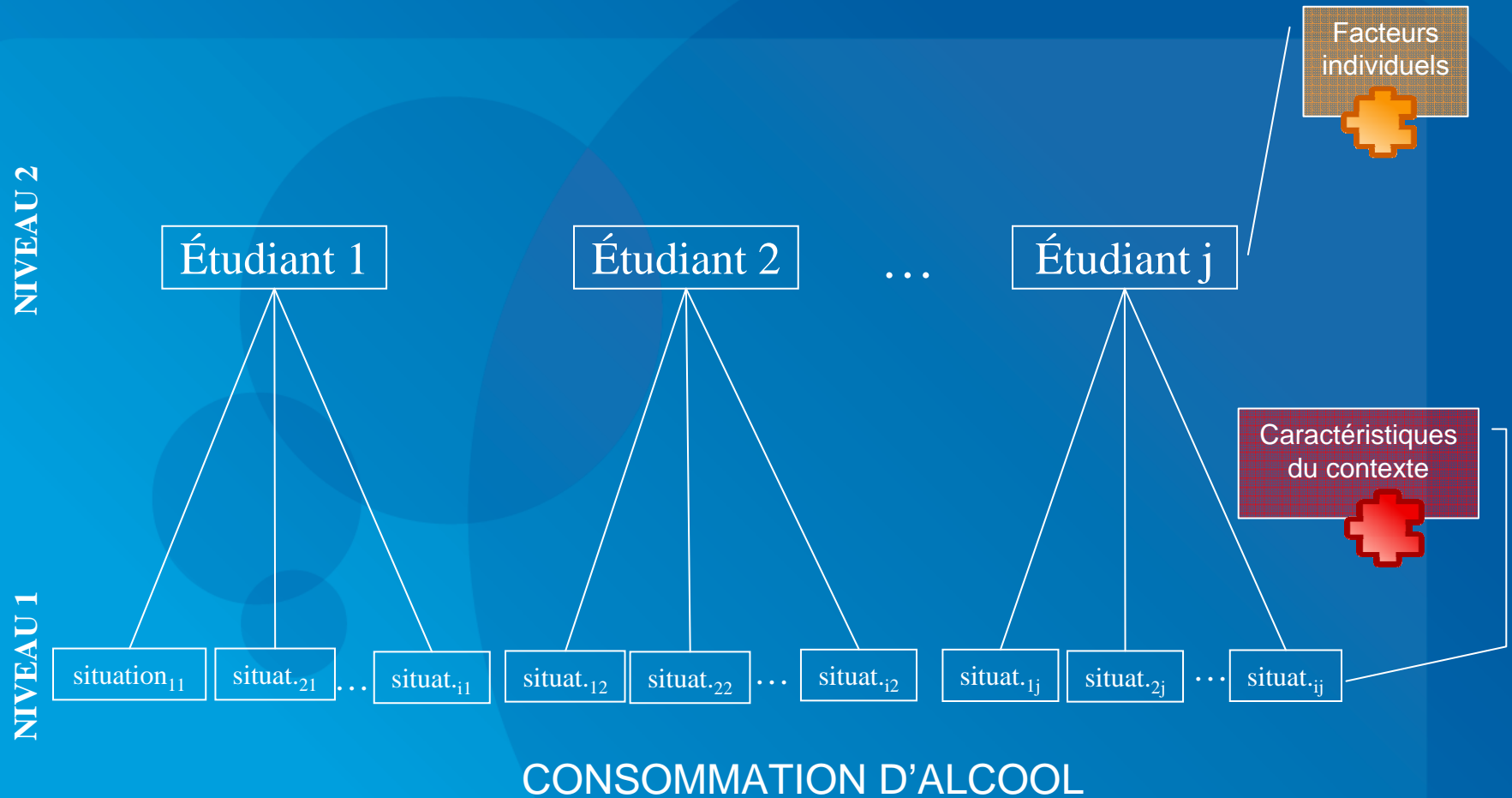


Tableau 1. Régressions multiniveaux sur la consommation usuelle par situation de boire (CCS 2004, N=2 358)

Variables	Résidents	Non-résidents	Différences
<i>Situations</i>			
Jour (ref: dimanche-mercredi)	R	R	
Circonstances (ref: party)	P	P	
Repas (ref: oui)	-	-	
Composition du groupe, genre (ref: mixte)	-	-	
Taille du groupe (ref: 10+)	P	P	
Présence du partenaire (ref: seul)	-	-	
Boire sur le campus (ref: non)	-	P	OUI
<i>Étudiants</i>			
Politiques de contrôle sur le campus			
Accès à l'alcool sur le campus (ref: non)	R	R	
Promotion de la santé (ref: oui)	P	-	OUI
Sanctions appliquées (ref: oui)	-	-	

N.B. Les analyses sont ajustées pour le genre, l'année académique, et le profil participatif aux activités universitaires

Figure 2. Modèle multiniveaux de l'environnement social comme source de variations dans la consommation d'alcool

Milieus académiques (Niveau-2)

Milieu académique i

PRATIQUES COLLECTIVES
LIÉES À LA CONSOMMATION D'ALCOOL



Étudiant $1i$

Étudiant $2i$

Étudiant $5i$

PRATIQUES SUBJECTIVES
LIÉES À LA CONSOMMATION D'ALCOOL

Étudiants (Niveau-1)

COVARIABLES
PROFILE SOCIODÉMOGRAPHIQUE
PROFILE PARTICIPATIF
UNIVERSITAIRE

Tableau 2. Régressions multiniveaux pour différentes modalités de consommation (CCS 2004, N=4 641)

Variables	Quantité	5+ consom.	AUDIT
<i>Étudiants</i>			
Dissociation avec les non-buveurs	R	R	R
Tenir son alcool en public	-	-	-
Acceptation sociale	P	-	-
Partie de la vie universitaire	R	R	R
Faibles sanctions appliquées	-	-	-
Accès à l'alcool sur le campus	-	-	-
<i>Milieu académique</i>			
Dissociation avec les non- buveurs	-	-	-
Tenir son alcool en public	-	R	R
Acceptation sociale	R	R	R
Partie de la vie universitaire	-	-	-
Faibles sanctions appliquées	-	P	P
Accès à l'alcool sur le campus	-	-	-

10%

N.B. Les analyses sont ajustées pour le genre, l'année académique, et le profil participatif aux activités universitaires

4. Preuve empirique : seconde partie

Typologie des modalités de consommation d'alcool chez la population canadienne en emploi : les données de l'Enquête GENACIS (2004)

Méthodologie

Données

GENACIS Canada survey

- Enquête transversale représentative de la population adulte canadienne réalisée en 2004-2005 chez les adultes de 18 à 76 ans
- Documente les déterminants sociaux de la consommation d'alcool chez les adultes canadiens
- Taux de réponse : 53,0 %

Méthodologie

Stratégie analytique

Analyses en classes latentes

Nous cherchons à vérifier si et dans quelle mesure les dimensions des contextes de consommation (par ex., temporel, relationnel, spatial) tendent à **se concentrer auprès de certains sous-groupes** de la population.

Figure 3. Typologie des modalités de la consommation d'alcool chez des hommes adultes en emploi (GENACIS, N=2 758)

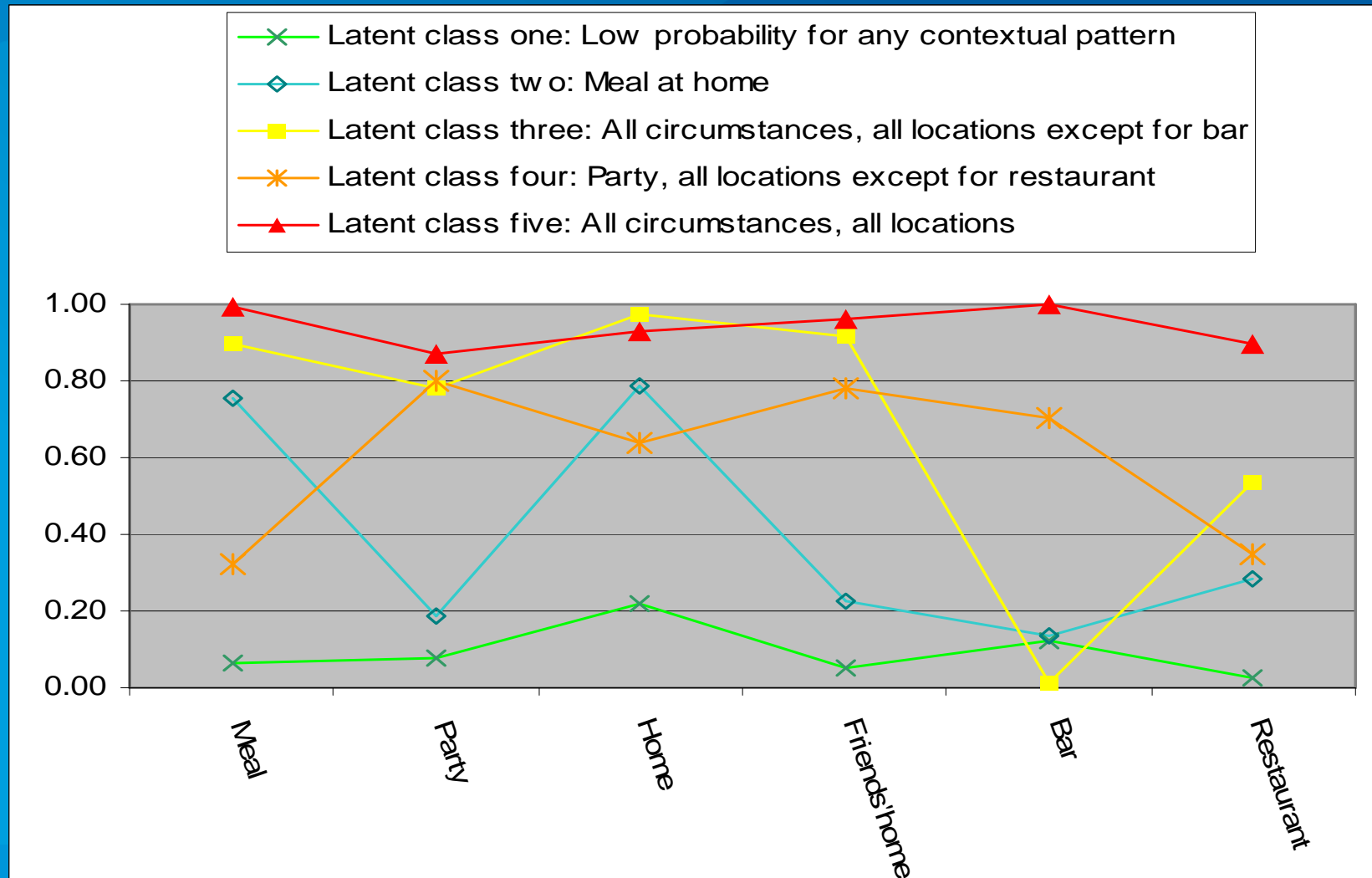



Tableau 3. Régressions multinomiales entre les facteurs de l'individu et la typologie des modalités de la consommation d'alcool chez des hommes adultes en emploi

Variables	Age	SES	Statut marital 
Groupe 2 : repas à la maison	-	-	-
Groupe 3 : tout sauf bar	-	élevé	en couple
Groupe 4 : party partout sauf restaurant	18-25	-	-
Groupe 5 : tous les contextes	18-25	élevé	-

Note. La catégorie de référence est 'Classe latente 1 : Aucun contexte particulier'

Conclusion : 2 grands constats



Constat 1: Le contexte comme déterminant clé de la consommation d'alcool

Part significative de l'explication provient du contexte (10 % macro, 30-40% micro)

Constat 2 : Le contexte de consommation est de nature multidimensionnelle

Remerciements

Nancy Beauregard a bénéficié d'une bourse de formation postdoctorale de l'Équipe de recherche sur le travail et la santé mentale (ERTSM) dans le cadre des travaux subventionnés de l'équipe par les Instituts de recherche en santé du Canada (2000607MHF-164381-MHF-CFCA-155960).

Notes additionnelles des auteurs

Les auteurs attestent l'absence de conflits d'intérêts liés à la recherche.

Contact ultérieur

Nancy Beauregard, Ph.D.,
IRSPUM/Université de Montréal
Pavillon 7077 avenue Parc
C.P. 6128, Succ. Centre-Ville
Montréal (Québec) H3C 3J7
Téléphone: (514) 343-6111 ext. 0985
Télécopieur: (514) 343-2334
Courriel: nancy.beauregard.2@umontreal.ca