

Annexe 6

Tableaux SPSS

1. Tableaux : hypothèses 1- 2- 3 - 4

Hypothèse 1 : Les étudiants pensent que la consommation d'alcool entraîne des effets positifs comme la détente et la confiance en soi.

Hypothèse 2 : Les jeunes hommes pensent que la consommation d'alcool est indice de virilité.

Hypothèse 3 : Les étudiants pensent que la consommation d'alcool facilite l'intégration sociale.

Hypothèse 4 : Les jeunes étudiants valorisent l'ivresse et banalisent ses effets néfastes sur leur santé.

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
effet positif	100	3,10	1,337	,134
Virilité	100	1,74	,991	,099
intégration sociale	100	3,18	1,250	,125
valorisation ivresse	100	4,43	,879	,088

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	T	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
effet positif	,748	99	,456	,100	-,17	,37
Virilité	-12,714	99	,000	-1,260	-1,46	-1,06
intégration sociale	1,440	99	,153	,180	-,07	,43
valorisation ivresse	16,267	99	,000	1,430	1,26	1,60

2. Tableaux : hypothèses 5- 6

Hypothèse 5 : Les jeunes ignorent que l'alcool est une boisson à toxicité élevée

Hypothèse 6 : Les jeunes ignorent que l'alcool est une boisson à toxicité élevée

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
les problèmes d'alcool sont dangereux	100	4,02	,932	,093
l'alcool est toxique	100	3,60	1,054	,105

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	T	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
les problèmes d'alcool sont dangereux	10,946	99	,000	1,020	,84	1,20
l'alcool est toxique	5,692	99	,000	,600	,39	,81

3. Tableaux : hypothèse 7

Hypothèse 7 : Une grande proportion de jeunes étudiants consomment au moins un verre d'alcool par occasion.

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
consommation d'alcool	100	3,88	4,808	,481

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 1					
	T	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
consommation d'alcool	5,990	99	,000	2,880	1,93	3,83

4. Tableau : hypothèse 8

Hypothèse 8 : Les jeunes consomment l'alcool d'une manière occasionnelle

Bingedrinking

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	47	47,0	47,0	47,0
	2	22	22,0	22,0	69,0
	3	15	15,0	15,0	84,0
	4	13	13,0	13,0	97,0
	5	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

5. Tableaux : hypothèse 9

H9: La consommation d'alcool chez les étudiants évolue d'une manière inquiétante.

- Bingedrinking

Fréquence de consommation

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	32	32,0	32,0	32,0
	2	23	23,0	23,0	55,0
	3	14	14,0	14,0	69,0
	4	24	24,0	24,0	93,0
	5	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

- Evolution de la consommation

évolution de consommation					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	30	30,0	30,0	30,0
	2	10	10,0	10,0	40,0
	3	9	9,0	9,0	49,0
	4	25	25,0	25,0	74,0
	5	15	15,0	15,0	89,0
	6	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

6. Tableaux : hypothèse 10

Hypothèse 10 : Il existe un lien de causalité entre la consommation d'alcool et les différents problèmes rencontrés par les étudiants.

- Problème de santé = $a + \beta$ consommation d'alcool + error

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,073	1	,073	,395	,531 ^b
	Résidus	18,117	98	,185		
	Total	18,190	99			

a. Variable dépendante : problèmes de santé

b. Prédicteurs : (Constante), consommation d'alcool

Coefficients ^a									
Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B		Statistiques de colinéarité	
	B	Ecart standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure	Tolérance	VIF
1	(Constante)	1,112	,055	20,085	,000	1,002	1,222	1,000	1,000
	consommation d'alcool	-,006	,009	-,063	,531	-,023	,012		

a. Variable dépendante : problèmes de santé

- Problème psychologique = $a + \beta$ (consommation d'alcool) + error

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	,264	1	,264	1,121	,292 ^b
Résidus	23,046	98	,235		
Total	23,310	99			

a. Variable dépendante : problèmes psychologiques

b. Prédicteurs : (Constante), consommation d'alcool

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B		Statistiques de colinéarité	
	B	Ecart standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure	Tolérance	VIF
1 (Constante)	1,088	,062		17,431	,000	,964	1,212		
consommation d'alcool	,011	,010	,106	1,059	,292	-,009	,031	1,000	1,000

a. Variable dépendante : problèmes psychologiques

- Violence = $a + \beta$ (consommation d'alcool) + error

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	4,088	1	4,088	10,192	,002 ^b
Résidus	39,302	98	,401		
Total	43,390	99			

a. Variable dépendante : violence

b. Prédicteurs : (Constante), consommation d'alcool

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B		Statistiques de colinéarité	
	B	Ecart standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure	Tolérance	VIF
1 (Constante)	1,146	,082		14,055	,000	,984	1,308		
consommation d'alcool	,042	,013	,307	3,193	,002	,016	,069	1,000	1,000

a. Variable dépendante : violence

- Problème scolaire = $a + \beta$ (consommation d'alcool) + error

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	17,137	1	17,137	34,120	,000 ^b
Résidus	49,223	98	,502		
Total	66,360	99			

a. Variable dépendante : problèmes scolaires

b. Prédicteurs : (Constante), consommation d'alcool

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B		Statistiques de colinéarité	
	B	Ecart standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure	Tolérance	VIF
1 (Constante)	1,084	,091		11,882	,000	,903	1,265		
consommation d'alcool	,087	,015	,508	5,841	,000	,057	,116	1,000	1,000

a. Variable dépendante : problèmes scolaires

- Problème avec la police = $a + \beta$ (consommation d'alcool) + error

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	3,854	1	3,854	21,479	,000 ^b
Résidus	17,586	98	,179		
Total	21,440	99			

a. Variable dépendante : problèmes avec la police

b. Prédicteurs : (Constante), consommation d'alcool

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B		Statistiques de colinéarité	
	B	Ecart standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure	Tolérance	VIF
1 (Constante)	1,001	,055		18,348	,000	,893	1,109		
consommation d'alcool	,041	,009	,424	4,635	,000	,023	,059	1,000	1,000

a. Variable dépendante : problèmes avec la police

- Problème sexuel = $a + \beta$ (consommation d'alcool) + error

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	9,111	1	9,111	42,745	,000 ^b
Résidus	20,889	98	,213		
Total	30,000	99			

a. Variable dépendante : problèmes sexuels

b. Prédicteurs : (Constante), consommation d'alcool

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B		Statistiques de colinéarité	
	B	Ecart standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure	Tolérance	VIF
1 (Constante)	,955	,059		16,069	,000	,837	1,073		
consommation d'alcool	,063	,010	,551	6,538	,000	,044	,082	1,000	1,000

a. Variable dépendante : problèmes sexuels

7. Tableaux : hypothèse 11

Hypothèse 11 : Les valeurs familiale, sociale et culturelle influence le comportement de consommation d'alcool chez les jeunes.

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	496,227	3	165,409	8,860	,000 ^b
Résidus	1792,333	96	18,670		
Total	2288,560	99			

a. Variable dépendante : consommation d'alcool

b. Prédicteurs : (Constante), culture, amis, famille

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B		Statistiques de colinéarité	
	B	Ecart standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure	Tolérance	VIF
1 (Constante)	5,196	1,516		3,428	,001	2,187	8,204		
Famille	-,858	,643	-,146	-1,333	,186	-2,135	,419	,683	1,464
Amis	1,797	,546	,311	3,292	,001	,713	2,880	,915	1,093
Culture	-1,570	,584	-,284	-2,687	,008	-2,730	-,410	,730	1,370

a. Variable dépendante : consommation d'alcool

8. Tableaux : hypothèse 12

Hypothèse 12: Les informations diffusées par les organisations de sensibilisation, peuvent avoir un impacte le comportement de consommation d'alcool des jeunes.

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	117,033	1	117,033	5,282	,024 ^b
Résidus	2171,527	98	22,158		
Total	2288,560	99			

a. Variable dépendante : consommation d'alcool

b. Prédicteurs : (Constante), information reçue des organisations

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B		Statistiques de colinéarité	
	B	Ecart standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure	Tolérance	VIF
1 (Constante)	6,416	1,200		5,348	,000	4,035	8,796		
information reçue des organisations	-1,798	,782	-,226	-2,298	,024	-3,351	-,245	1,000	1,000

a. Variable dépendante : consommation d'alcool

9. Tableaux : hypothèse 13

Hypothèse13 : Les caractéristiques sociodémographiques (âge, genre) et éducatif des jeunes étudiants influencent leur comportement de consommation d'alcool

- Régression linéaire :

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	52,904	1	52,904	2,319	,131 ^b
Résidus	2235,656	98	22,813		
Total	2288,560	99			

a. Variable dépendante : consommation d'alcool

b. Prédicteurs : (Constante), âge

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	Intervalle de confiance à 95,0% pour B		Statistiques de colinéarité	
	B	Ecart standard	Bêta			Borne inférieure	Borne supérieure	Tolérance	VIF
1 (Constante)	11,821	5,237		2,257	,026	1,429	22,213		
Âge	-,361	,237	-,152	-1,523	,131	-,832	,110	1,000	1,000

a. Variable dépendante : consommation d'alcool

- t-test

Statistiques de groupe

	Sexe	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne standard erreur
consommation d'alcool	1	49	5,47	5,916	,845
	2	51	2,35	2,704	,379

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes						
		F	Sig.	T	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
									Inférieur	Supérieur
consommation d'alcool	Hypothèse de variances égales	14,837	,000	3,410	98	,001	3,116	,914	1,303	4,930
	Hypothèse de variances inégales			3,365	66,626	,001	3,116	,926	1,268	4,965

- ANOVA

ANOVA

consommation d'alcool

	Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
Intergruppen	62,068	4	15,517	,662	,620
Intragroupes	2226,492	95	23,437		
Total	2288,560	99			

consommation d'alcool

			Sous-ensemble pour alpha = 0.05
	année d'étude	N	1
Différence significative de Tukey ^{a,b}	6,0	30	2,90
	2,0	16	3,50
	5,0	11	3,82
	3,0	17	4,59
	1,0	26	4,81
	Sig.		,769
Scheffé ^{a,b}	6,0	30	2,90
	2,0	16	3,50
	5,0	11	3,82
	3,0	17	4,59
	1,0	26	4,81
	Sig.		,849

Les moyennes des groupes des sous-ensembles homogènes sont affichées.

a. Utilise la taille d'échantillon de la moyenne harmonique = 17,604.

b. Les tailles de groupes ne sont pas égales. La moyenne harmonique des tailles de groupe est utilisée. Les niveaux d'erreur de type I ne sont pas garantis.

10. Tableaux : hypothèses 14- 15

Hypothèse 14 : Les nouvelles technologies et les supports visuels sont les meilleurs moyens pour informer et sensibiliser les jeunes étudiants

Hypothèse 15 : Les étudiants apprécient les événements organisés par les organisations de sensibilisation et les moyens de communication participatifs

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
Médias	100	3,65	,957	,096
affiches publicitaires	100	3,31	1,012	,101
Flyers	100	2,39	,973	,097
Autocollants	100	2,39	1,043	,104
internet/réseaux sociaux	100	3,65	1,158	,116
projection film	100	3,62	1,162	,116
Événements	100	3,63	1,143	,114

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
Médias	6,789	99	,000	,650	,46	,84
affiches publicitaires	3,063	99	,003	,310	,11	,51
Flyers	-6,267	99	,000	-,610	-,80	-,42
Autocollants	-5,846	99	,000	-,610	-,82	-,40
internet/réseaux sociaux	5,613	99	,000	,650	,42	,88
projection film	5,338	99	,000	,620	,39	,85
Événements	5,512	99	,000	,630	,40	,86

11. Tableaux hypothèses : 16- 17- 18

Hypothèse 16 : Les jeunes étudiants, sont plus influencés lorsqu'un message/témoignage vient d'une organisation connue par sa crédibilité.

Hypothèse 17 : Les jeunes valorisent le bouche à oreille, qui est un moyen de transmission d'information.

Hypothèse 18 : Les étudiants sont plus touchés par les messages qui viennent de leurs pairs (d'autres étudiants) car ils se sentent plus concernés.

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne standard erreur
valorisation bouche à oreille	100	3,45	1,048	,105
crédibilité de l'organisation	100	4,03	,822	,082
témoignage pairs	100	3,63	,939	,094

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
valorisation bouche à oreille	4,294	99	,000	,450	,24	,66
crédibilité de l'organisation	12,529	99	,000	1,030	,87	1,19
témoignage pairs	6,709	99	,000	,630	,44	,82

12. Tableaux : hypothèse 19

Hypothèse 19 : Pour attirer leur attention, les jeunes préfèrent certaines formes de messages de sensibilisation.

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne standard erreur
clair/simple	100	4,32	,790	,079
Court	100	4,03	,870	,087
Informatif	100	4,08	,787	,079
Émotionnel	100	3,93	1,037	,104
Humouristique	100	3,44	1,048	,105
Créatif	100	3,93	,913	,091
Stimulant	100	3,83	,911	,091
choquant/appel à la peur	100	3,31	1,212	,121

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	Ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
clair/simple	16,712	99	,000	1,320	1,16	1,48
Court	11,841	99	,000	1,030	,86	1,20
Informatif	13,718	99	,000	1,080	,92	1,24
Émotionnel	8,966	99	,000	,930	,72	1,14
Humoristique	4,200	99	,000	,440	,23	,65
Créatif	10,187	99	,000	,930	,75	1,11
Stimulant	9,114	99	,000	,830	,65	1,01
choquant/appel à la peur	2,558	99	,012	,310	,07	,55

- Analyse descriptive

clair/simple

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	1	1,0	1,0	1,0
	2	1	1,0	1,0	2,0
	3	11	11,0	11,0	13,0
	4	39	39,0	39,0	52,0
	5	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Court

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	2	6	6,0	6,0	6,0
	3	18	18,0	18,0	24,0
	4	43	43,0	43,0	67,0
	5	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Informatif

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	2	4	4,0	4,0	4,0
	3	15	15,0	15,0	19,0
	4	50	50,0	50,0	69,0
	5	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Émotionnel

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	3	3,0	3,0	3,0
	2	7	7,0	7,0	10,0
	3	18	18,0	18,0	28,0
	4	38	38,0	38,0	66,0
	5	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Humoristique

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	6	6,0	6,0	6,0
	2	10	10,0	10,0	16,0
	3	32	32,0	32,0	48,0
	4	38	38,0	38,0	86,0
	5	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Créatif

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	1	1,0	1,0	1,0
	2	3	3,0	3,0	4,0
	3	30	30,0	30,0	34,0
	4	34	34,0	34,0	68,0
	5	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Stimulant

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	1	1,0	1,0	1,0
	2	4	4,0	4,0	5,0
	3	33	33,0	33,0	38,0
	4	35	35,0	35,0	73,0
	5	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

choquant/appel à la peur

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	7	7,0	7,0	7,0
	2	21	21,0	21,0	28,0
	3	26	26,0	26,0	54,0
	4	26	26,0	26,0	80,0
	5	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

- Comparaison des moyennes (échantillon apparié)

Statistiques des échantillons appariés

		Moyenne	N	Ecart type	Moyenne erreur standard
Paire 1	clair/simple	4,32	100	,790	,079
	Émotionnel	3,93	100	1,037	,104

Corrélations des échantillons appariés

		N	Corrélation	Sig.
Paire 1	clair/simple & émotionnel	100	,200	,046

Test des échantillons appariés

			Différences appariées					t	ddl	Sig. (bilatéral)
			Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %				
						Inférieur	Supérieur			
Paire 1	clair/simple émotionnel	–	,390	1,171	,117	,158	,622	3,330	99	,001

13. Tableau de corrélation

Corrélations		intégration sociale	consommation d'alcool
intégration sociale	Corrélation de Pearson	1	,432**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	100	100
consommation d'alcool	Corrélation de Pearson	,432**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	100	100

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).