

Il concetto dei “motivi del bere” si basa sulla assunzione che la gente consuma alcolici per raggiungere risultati predefiniti.

Assume inoltre che il bere è motivato da differenti bisogni e risponde a differenti funzioni e che le singole motivazioni sono associate a determinati modelli di consumo ed a specifiche conseguenze.

Tali motivi o ragioni rappresentano un reticolo di decisioni soggettive basate su esperienze, contesti ed aspettative.

Il modello motivazionale proposto negli anni '80 da Cox e Klinger mette in evidenza che l'uso di Alcol ed altre sostanze deve essere visto nel contesto degli incentivi nella vita delle persone e prende in considerazione una varietà di fattori, inclusi aspetti biologici, psicologici, ambientali e culturali.

Ognuno di questi contribuisce a cosa uno si aspetta quando usa o non usa certe sostanze determinando così dei cambiamenti nei loro effetti

Il bilanciamento degli aspetti positivi e delle conseguenze negative traccia la via, il punto precedente nella catena causale, che determina il consumo.

Sono decisioni che non vengono prese in modo separato da altri aspetti della vita quotidiana e sono influenzate dalle soddisfazioni emotive che da ciò derivano.

Ad esempio è molto probabile che una persona incapace di trovare soddisfazione da altri stimoli positivi possa tornare ad utilizzare Alcol o altre droghe come un modo per provare piacere o trovare sollievo.