



CANADIAN MEN'S HEALTH STUDY 2026 – SOCIAL MEDIA

These are the findings of an Intensions Consulting study conducted between April 8, 2026 and April 14, 2026, on behalf of the Canadian Men's Health Foundation. For this study an online survey was administered in English and in French with a sample of 2,000 Canadian men, aged 19 or older.

The sample was stratified to ensure that the sample's composition reflected the underlying distribution of the Canadian population as determined by Census data. A traditional probability sample of comparable size would have produced results considered accurate to within plus or minus 2.2 percentage points, 19 times out of 20.

Below are results from the survey.

REGION	%	n.
BC	13.3	266
AB	11.3	225
SK / MB	6.5	130
ON	38.3	766
QC	23.6	471
ATL	7.0	139
YT / NT / NU	0.2	3
TOTAL SAMPLE (N)	100.0	2,000

ÉTUDE 2026 SUR LA SANTÉ DES HOMMES AU CANADA – MÉDIAS SOCIAUX

Intensions Consulting a mené une étude au nom de la Fondation pour la santé des hommes au Canada. Ainsi, un sondage a été réalisé en français et en anglais entre le 8 avril 2026 et le 14 avril 2026 auprès de 2 000 hommes canadiens d'au moins 19 ans.

On a utilisé la méthode d'échantillonnage stratifié pour que la population à l'étude soit représentative de la répartition de la population canadienne actuelle (données de recensement). Un échantillon probabiliste traditionnel non pondéré de taille comparable aurait produit des résultats considérés comme précis à plus ou moins 2,2 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Des résultats du sondage sont illustrés ci-après.

RÉGION	%	n.
BC	13,3	266
AB	11,3	225
SK / MB	6,5	130
ON	38,3	766
QC	23,6	471
ATL	7,0	139
YT / NT / NU	0,2	3
ÉCHANTILLON TOTAL (N)	100.0	2 000

Eng. **QUESTIONS :** In a typical DAY, which of the following SOCIAL MEDIA do you use? Select all that apply.*
In a TYPICAL DAY, approximately how much time do you spend using / browsing: ...

*YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, X / Twitter, LinkedIn, Reddit, Snapchat, Pinterest, Twitch, Threads, Bluesky, Kick, Weibo

									CLASSIFICATION
	NONE	1-60 MINS.	61-120 MINS.	121-180 MINS.	181-240 MINS.	241-300 MINS.	301-360 MINS.	> 360 MINS.	
AVG. DAILY MINUTES	12.7	24.5	20.4	12.4	8.5	5.2	4.7	11.8	AVERAGE DAILY SOCIAL MEDIA MINUTES 169.89 3 HOURS OR LESS 70.0% MORE THAN 3 HOURS 30.1%

Total Sample Base (N) = 2,000

Roll up response	# / %	Counts	19-29	30-44	45-59	60+	BC	AB	SK / MB	ON	QC	ATL
AVG. DAILY MINUTES #	169.89	2,000	355.04	210.58	120.18	74.83	147.58	167.33	214.27	174.75	161.24	181.29
MORE THAN 3 HOURS %	30.1	601	72.8	40.0	18.5	7.8	25.6	32.0	40.8	30.2	28.9	29.5
Sample Base	2,000	2,000	345	520	504	631	266	225	130	766	471	139

Roll up response	# / %	Counts	Cauc.	BIPOC	< \$60k	\$60k – < \$120k	≥ \$120k	Uni Degree	Parent	Live Alone	LGBTQ2S+
AVG. DAILY MINUTES #	169.89	2,000	139.38	249.83	215.33	175.26	124.94	141.12	220.12	177.00	221.47
MORE THAN 3 HOURS %	30.1	601	22.9	49.2	40.2	31.3	19.9	23.2	40.9	31.3	36.5
Sample Base	2,000	2,000	1,332	563	552	795	653	892	489	515	208

Fr. QUESTIONS : Au cours d'une JOURNÉE NORMALE, lesquels des MÉDIAS SOCIAUX suivants utilisez-vous? Sélectionnez tout ce qui s'applique.*
Au cours d'une JOURNÉE NORMALE, combien de temps environ passez-vous sur ...

*YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, X / Twitter, LinkedIn, Reddit, Snapchat, Pinterest, Twitch, Threads, Bluesky, Kick, Weibo

									CLASSIFICATION
	AUCUN	1-60 MINS.	61-120 MINS.	121-180 MINS.	181-240 MINS.	241-300 MINS.	301-360 MINS.	> 360 MINS.	
MOY. DES MINUTES QUOTIDIENNES	12,7	24,5	20,4	12,4	8,5	5,2	4,7	11,8	TEMPS MOYEN SUR LES MÉDIAS SOCIAUX 169,89 3 HEURES OU MOINS 70,0 % PLUS DE 3 HEURES 30,1 %

Échantillon Total (N) = 2 000

Synthèse des réponses	# / %	#	19-29	30-44	45-59	≥ 60	BC	AB	SK / MB	ON	QC	ATL
TEMPS MOYEN QUOTIDIENNES #	169,89	2 000	355,04	210,58	120,18	74,83	147,58	167,33	214,27	174,75	161,24	181,29
PLUS DE 3 HEURES %	30,1	601	72,8	40,0	18,5	7,8	25,6	32,0	40,8	30,2	28,9	29,5
Échantillon	2 000	2 000	345	520	504	631	266	225	130	766	471	139

Synthèse des réponses	# / %	#	Blanc	PANDC	< 60 k\$	60 à < 120 k\$	≥ 120 k\$	Diplôme univ.	Parent	Pers. vivant seule	LGBTQ2S+
TEMPS MOYEN QUOTIDIENNES #	169,89	2 000	139,38	249,83	215,33	175,26	124,94	141,12	220,12	177,00	221,47
PLUS DE 3 HEURES %	30,1	601	22,9	49,2	40,2	31,3	19,9	23,2	40,9	31,3	36,5
Échantillon	2 000	2 000	1 332	563	552	795	653	892	489	515	208

Eng. Table 1: SOCIAL MEDIA vs. ANXIETY

MEASURE	DAILY SOCIAL MEDIA		STATISTICS*
	≤ 3 HOURS	> 3 HOURS	
NO – LOW ANXIETY (OASIS Score 0-7)	n.1,072 76.6%	n.274 45.6%	Chi-Square = 183.999 p < .001 – significant φ = 0.30 – medium effect
MODERATE – HIGH ANXIETY (OASIS Score 8-20)	n.327 23.4%	n.327 54.4%	

* Statistical significance: p<.05 – Effect size φ (phi): φ 0.1 = small effect size, φ 0.3 = medium effect size, φ 0.5 = large effect size

Fr. Tableau 1 : LES MÉDIAS SOCIAUX vs. ANXIÉTÉ

MESURE	LES MÉDIAS SOCIAUX AU QUOTIDIEN		STATISTIQUES*
	≤ 3 HEURES	> 3 HEURES	
PEU OU PAS D'ANXIÉTÉ (OASIS Score 0 à 7)	n.1 072 76,6 %	n.274 45,6 %	Chi-Square = 183,999 p < ,001 – effet significatif φ = 0,30 – taille d'effet moyenne
ANXIÉTÉ MODÉRÉE À FORTE (OASIS Score 8 à 20)	n.327 23,4 %	n.327 54,4 %	

* Signification statistique : p<,05 – Taille de l'effet φ (phi): φ 0,1 = petite taille d'effet, φ 0,3 = taille d'effet moyenne, φ 0,5 = grande taille d'effet

Eng. Table 2: SOCIAL MEDIA vs. DEPRESSION

MEASURE	DAILY SOCIAL MEDIA		STATISTICS*
	≤ 3 HOURS	> 3 HOURS	
NONE – MILD DEPRESSION RISK (PHQ-9 Score 0-9)	n.1,200 85.8%	n.366 60.9%	Chi-Square = 153.122 p < .001 – significant φ = 0.28 – medium effect
MODERATE – SEVERE DEPRESSION RISK (PHQ-9 Score 10-27)	n.199 14.2%	n.235 39.1%	

* Statistical significance: p<.05 – Effect size φ (phi): φ 0.1 = small effect size, φ 0.3 = medium effect size, φ 0.5 = large effect size

Fr. Tableau 2 : LES MÉDIAS SOCIAUX vs. DÉPRESSION

MESURE	LES MÉDIAS SOCIAUX AU QUOTIDIEN		STATISTIQUES*
	≤ 3 HEURES	> 3 HEURES	
PEU OU PAS DE SYMPTÔMES DÉPRESSIFS (PHQ-9 Score 0 à 9)	n.1 200 85,8 %	n.366 60,9 %	Chi-Square = 153,122 p < ,001 – effet significatif φ = 0,28 – taille d'effet moyenne
SYMPTÔMES DÉPRESSIFS MODÉRÉS À SÉVÈRES (PHQ-9 Score 10 à 27)	n.199 14,2 %	n.235 39,1 %	

* Signification statistique : p<,05 – Taille de l'effet φ (phi): φ 0,1 = petite taille d'effet, φ 0,3 = taille d'effet moyenne, φ 0,5 = grande taille d'effet

Eng. Table 3: SOCIAL MEDIA vs. PROBLEM ANGER

MEASURE	DAILY SOCIAL MEDIA		STATISTICS*
	≤ 3 HOURS	> 3 HOURS	
LOW RISK OF PROBLEM ANGER (DAR Score 5-11)	n.1,238 88.5%	n.375 62.4%	Chi-Square = 183.449 p < .001 – significant φ = 0.30 – medium effect
AT RISK OF PROBLEM ANGER (DAR Score 12-25)	n.161 11.5%	n.226 37.6%	

* Statistical significance: p<.05 – Effect size φ (phi): φ 0.1 = small effect size, φ 0.3 = medium effect size, φ 0.5 = large effect size

Fr. Tableau 3 : LES MÉDIAS SOCIAUX vs. PROBLÈME DE COLÈRE

MESURE	LES MÉDIAS SOCIAUX AU QUOTIDIEN		STATISTIQUES *
	≤ 3 HEURES	> 3 HEURES	
FAIBLE RISQUE DE PROBLÈME DE COLÈRE (DAR Score 5 à 11)	n.1 238 88,5 %	n.375 62,4 %	Chi-Square = 183,449 p < ,001 – effet significatif φ = 0,30 – taille d'effet moyenne
RISQUE DE PROBLÈME DE COLÈRE (DAR Score 12 à 25)	n.161 11,5 %	n.226 37,6 %	

* Signification statistique : p<,05 – Taille de l'effet φ (phi): φ 0,1 = petite taille d'effet, φ 0,3 = taille d'effet moyenne, φ 0,5 = grande taille d'effet

Eng. Table 4: SOCIAL MEDIA vs. SUICIDAL IDEATION

MEASURE	DAILY SOCIAL MEDIA		STATISTICS*
	≤ 3 HOURS	> 3 HOURS	
LOW RISK OF SUICIDAL IDEATION (SBQ-R Score 3-7)	n.1,263 90.3%	n.424 70.5%	Chi-Square = 123.966 p < .001 – significant φ = 0.25 – medium effect
AT RISK OF SUICIDAL IDEATION (SBQ-R Score 8-18)	n.136 9.7%	n.177 29.5%	

* Statistical significance: p<.05 – Effect size φ (phi): φ 0.1 = small effect size, φ 0.3 = medium effect size, φ 0.5 = large effect size

Fr. Tableau 4 : LES MÉDIAS SOCIAUX vs. IDÉES SUICIDAIRES

MESURE	LES MÉDIAS SOCIAUX AU QUOTIDIEN		STATISTIQUES *
	≤ 3 HEURES	> 3 HEURES	
FAIBLE RISQUE DES IDÉES SUICIDAIRES (SBQ-R Score 3 à 7)	n.1 263 90,3 %	n.424 70,5 %	Chi-Square = 123,966 p < ,001 – effet significatif φ = 0,25 – taille d'effet moyenne
RISQUE DES IDÉES SUICIDAIRES (SBQ-R Score 8 à 18)	n.136 9,7 %	n.177 29,5 %	

* Signification statistique : p<,05 – Taille de l'effet φ (phi): φ 0,1 = petite taille d'effet, φ 0,3 = taille d'effet moyenne, φ 0,5 = grande taille d'effet

Eng. Table 5: Multivariate analysis of demographic factors, socioeconomic factors, and > 3 hours daily social media use impacting ANXIETY classification (moderate – high anxiety)

VARIABLE	n.	VIF	ODDS RATIO	95% CI - LOWER	95% CI - UPPER	p
AGE – ref. 45-59						
19 to 29*	345	1.73	2.52	1.80	3.52	<.001
30 to 44*	520	1.61	1.93	1.45	2.57	<.001
60+*	631	1.71	0.41	0.30	0.58	<.001
LIVING LOCATION – ref. West						
EAST (ON, QC, Atl.)	1,376	1.02	1.05	0.83	1.33	.668
ETHNICITY – ref. Caucasian						
BIPOC	563	1.20	1.04	0.82	1.33	.731
HH INCOME – ref. \$60,000 - \$199,999						
UNDER \$60,000*	552	1.33	1.43	1.10	1.86	.008
\$120,000 OR MORE*	653	1.37	0.57	0.44	0.75	<.001
EDUCATION – ref. no degree						
UNDERGRADUATE DEGREE OR HIGHER	892	1.20	1.12	0.88	1.41	.362
HOUSEHOLD – ref. Non-Parent						
PARENT	489	1.30	1.03	0.79	1.35	.802
HOUSEHOLD – ref. Live with others						
LIVE ALONE	515	1.22	1.19	0.92	1.54	.195
SEXUAL ORIENTATION – ref. heterosexual						
2SLGBTQI+	208	1.03	1.24	0.89	1.74	.208
SOCIAL MEDIA – ref. ≤ 3 Hours / Day						
> 3 HOURS / DAY*	601	1.42	1.95	1.52	2.49	<.001

* Statistically significant predictor variable $p < .05$. Anxiety classification is dichotomized into: no – low anxiety risk & moderate – high anxiety. CI: confidence interval.

Fr. Tableaux 5 : Analyse multivariée des facteurs démographiques, des facteurs socioéconomiques, et utilisation quotidienne des médias sociaux ayant un impact sur la classification d'ANXIÉTÉ (anxiété modérée à forte)

VARIABLE	n.	VIF	RAPPORT DE COTES	95% IC - INFÉRIEUR	95% IC - SUPÉRIEUR	p
ÂGE – réf. 45 à 59						
19 à 29*	345	1,73	2,52	1,80	3,52	<,001
30 à 44*	520	1,61	1,93	1,45	2,57	<,001
60+*	631	1,71	0,41	0,30	0,58	<,001
LIEU DE VIE – réf. Ouest						
EST (ON, QC, Atl.)	1 376	1,02	1,05	0,83	1,33	,668
ETHNIE – réf. Caucasiens						
PANDC	563	1,20	1,04	0,82	1,33	,731
REVENU DES MÉNAGES – réf. 60 000 \$ à 199 999 \$						
MOINS DE 60 000 \$*	552	1,33	1,43	1,10	1,86	,008
120 000 \$ OU PLUS*	653	1,37	0,57	0,44	0,75	<,001
ÉDUCATION – réf. Pas de diplôme						
DIPLÔME DE PREMIER CYCLE OU SUPÉRIEUR	892	1,20	1,12	0,88	1,41	,362
MÉNAGE – réf. Non-Parent						
PARENT	489	1,30	1,03	0,79	1,35	,802
MÉNAGE – réf. Vivre avec quelqu'un						
VIVRE SEUL	515	1,22	1,19	0,92	1,54	,195
ORIENTATION SEXUELLE – réf. Hétérosexuel						
2ELGBTQI+	208	1,03	1,24	0,89	1,74	,208
MÉDIAS SOCIAUX – réf. ≤ 3 Heures / Jour						
> 3 HEURES / JOUR*	601	1,42	1,95	1,52	2,49	<,001

* Variable prédictive statistiquement significative $p < ,05$. La classification d'anxiété est dichotomisée en: peu ou pas d'anxiété & anxiété modérée à forte. IC : intervalle de confiance.

Eng. Table 6: Multivariate analysis of demographic factors, socioeconomic factors, and > 3 hours daily social media use impacting DEPRESSION classification (moderate – severe depression risk)

VARIABLE	n.	VIF	ODDS RATIO	95% CI - LOWER	95% CI - UPPER	p
AGE – ref. 45-59						
19 to 29*	345	1.73	2.41	1.68	3.46	<.001
30 to 44*	520	1.61	1.55	1.12	2.13	.008
60+*	631	1.71	0.33	0.21	0.50	<.001
LIVING LOCATION – ref. West						
EAST (ON, QC, Atl.)	1,376	1.02	1.06	0.82	1.37	.665
ETHNICITY – ref. Caucasian						
BIPOC	563	1.20	1.00	0.77	1.30	.987
HH INCOME – ref. \$60,000 - \$199,999						
UNDER \$60,000	552	1.33	1.01	0.76	1.34	.965
\$120,000 OR MORE*	653	1.37	0.45	0.33	0.63	<.001
EDUCATION – ref. no degree						
UNDERGRADUATE DEGREE OR HIGHER	892	1.20	0.77	0.59	1.01	.060
HOUSEHOLD – ref. Non-Parent						
PARENT*	489	1.30	1.42	1.07	1.90	.016
HOUSEHOLD – ref. Live with others						
LIVE ALONE	515	1.22	1.20	0.90	1.61	.210
SEXUAL ORIENTATION – ref. heterosexual						
2SLGBTQI+	208	1.03	1.16	0.80	1.68	.434
SOCIAL MEDIA – ref. ≤ 3 Hours / Day						
> 3 HOURS / DAY*	601	1.42	1.80	1.37	2.36	<.001

* Statistically significant predictor variable $p < .05$. Risk of depression classification is dichotomized into: none – mild depression risk & moderate – severe depression risk. CI: confidence interval.

Fr. Tableaux 6 : Analyse multivariée des facteurs démographiques, des facteurs socioéconomiques, et utilisation quotidienne des médias sociaux ayant un impact sur la classification de DÉPRESSION (symptômes dépressifs modérés à sévères)

VARIABLE	n.	VIF	RAPPORT DE COTES	95% IC - INFÉRIEUR	95% IC - SUPÉRIEUR	p
ÂGE – réf. 45 à 59						
19 à 29*	345	1,73	2,41	1,68	3,46	<,001
30 à 44*	520	1,61	1,55	1,12	2,13	,008
60+*	631	1,71	0,33	0,21	0,50	<,001
LIEU DE VIE – réf. Ouest						
EST (ON, QC, Atl.)	1 376	1,02	1,06	0,82	1,37	,665
ETHNIE – réf. Caucasiens						
PANDC	563	1,20	1,00	0,77	1,30	,987
REVENU DES MÉNAGES – réf. 60 000 \$ à 199 999 \$						
MOINS DE 60 000 \$	552	1,33	1,01	0,76	1,34	,965
120 000 \$ OU PLUS*	653	1,37	0,45	0,33	0,63	<,001
ÉDUCATION – réf. Pas de diplôme						
DIPLÔME DE PREMIER CYCLE OU SUPÉRIEUR	892	1,20	0,77	0,59	1,01	,060
MÉNAGE – réf. Non-Parent						
PARENT*	489	1,30	1,42	1,07	1,90	,016
MÉNAGE – réf. Vivre avec quelqu'un						
VIVRE SEUL	515	1,22	1,20	0,90	1,61	,210
ORIENTATION SEXUELLE – réf. Hétérosexuel						
2ELGBTQI+	208	1,03	1,16	0,80	1,68	,434
MÉDIAS SOCIAUX – réf. ≤ 3 Heures / Jour						
> 3 HEURES / JOUR*	601	1,42	1,80	1,37	2,36	<,001

* Variable prédictive statistiquement significative $p < ,05$. La classification de dépression est dichotomisée en: peu ou pas de symptômes dépressifs & symptômes dépressifs modérés à sévères. IC : intervalle de confiance.

Eng. Table 7: Multivariate analysis of demographic factors, socioeconomic factors, and > 3 hours daily social media use impacting PROBLEM ANGER classification (at risk of problem anger)

VARIABLE	n.	VIF	ODDS RATIO	95% CI - LOWER	95% CI - UPPER	p
AGE – ref. 45-59						
19 to 29*	345	1.73	3.04	2.08	4.44	<.001
30 to 44*	520	1.61	1.84	1.30	2.59	<.001
60+*	631	1.71	0.38	0.23	0.61	<.001
LIVING LOCATION – ref. West						
EAST (ON, QC, Atl.)	1,376	1.02	1.17	0.89	1.54	.261
ETHNICITY – ref. Caucasian						
BIPOC	563	1.20	1.14	0.87	1.50	.344
HH INCOME – ref. \$60,000 - \$199,999						
UNDER \$60,000	552	1.33	1.03	0.76	1.40	.844
\$120,000 OR MORE	653	1.37	0.78	0.56	1.07	.125
EDUCATION – ref. no degree						
UNDERGRADUATE DEGREE OR HIGHER	892	1.20	0.82	0.62	1.09	.176
HOUSEHOLD – ref. Non-Parent						
PARENT*	489	1.30	1.50	1.12	2.02	.007
HOUSEHOLD – ref. Live with others						
LIVE ALONE	515	1.22	1.23	0.90	1.67	.196
SEXUAL ORIENTATION – ref. heterosexual						
2SLGBTQI+	208	1.03	1.07	0.72	1.57	.750
SOCIAL MEDIA – ref. ≤ 3 Hours / Day						
> 3 HOURS / DAY*	601	1.42	2.16	1.63	2.86	<.001

* Statistically significant predictor variable $p < .05$. Problem Anger classification is dichotomized into: low risk of problem anger & at risk of problem anger. CI: confidence interval.

Fr. Tableaux 7 : Analyse multivariée des facteurs démographiques, des facteurs socioéconomiques, et utilisation quotidienne des médias sociaux ayant un impact sur la classification du PROBLÈME DE COLÈRE (risque de problème de colère)

VARIABLE	n.	VIF	RAPPORT DE COTES	95% IC - INFÉRIEUR	95% IC - SUPÉRIEUR	p
ÂGE – réf. 45 à 59						
19 à 29*	345	1,73	3,04	2,08	4,44	<,001
30 à 44*	520	1,61	1,84	1,30	2,59	<,001
60+*	631	1,71	0,38	0,23	0,61	<,001
LIEU DE VIE – réf. Ouest						
EST (ON, QC, Atl.)	1 376	1,02	1,17	0,89	1,54	,261
ETHNIE – réf. Caucasiens						
PANDC	563	1,20	1,14	0,87	1,50	,344
REVENU DES MÉNAGES – réf. 60 000 \$ à 199 999 \$						
MOINS DE 60 000 \$	552	1,33	1,03	0,76	1,40	,844
120 000 \$ OU PLUS	653	1,37	0,78	0,56	1,07	,125
ÉDUCATION – réf. Pas de diplôme						
DIPLOME DE PREMIER CYCLE OU SUPÉRIEUR	892	1,20	0,82	0,62	1,09	,176
MÉNAGE – réf. Non-Parent						
PARENT*	489	1,30	1,50	1,12	2,02	,007
MÉNAGE – réf. Vivre avec quelqu'un						
VIVRE SEUL	515	1,22	1,23	0,90	1,67	,196
ORIENTATION SEXUELLE – réf. Hétérosexuel						
2ELGBTQI+	208	1,03	1,07	0,72	1,57	,750
MÉDIAS SOCIAUX – réf. ≤ 3 Heures / Jour						
> 3 HEURES / JOUR*	601	1,42	2,16	1,63	2,86	<,001

* Variable prédictive statistiquement significative $p < ,05$. La classification du problème de colère est dichotomisée en: faible risque de problème de colère & risque de problème de colère. IC : intervalle de confiance.

Eng. Table 8: Multivariate analysis of demographic factors, socioeconomic factors, and > 3 hours daily social media use impacting SUICIDAL IDEATION classification (at risk of suicidal ideation)

VARIABLE	n.	VIF	ODDS RATIO	95% CI - LOWER	95% CI - UPPER	p
AGE – ref. 45-59						
19 to 29*	345	1.73	2.39	1.60	3.58	<.001
30 to 44*	520	1.61	1.67	1.15	2.41	.007
60+*	631	1.71	0.42	0.26	0.68	<.001
LIVING LOCATION – ref. West						
EAST (ON, QC, Atl.)	1,376	1.02	1.08	0.81	1.45	.585
ETHNICITY – ref. Caucasian						
BIPOC	563	1.20	0.94	0.70	1.26	.690
HH INCOME – ref. \$60,000 - \$199,999						
UNDER \$60,000	552	1.33	1.04	0.76	1.42	.828
\$120,000 OR MORE*	653	1.37	0.56	0.39	0.81	.002
EDUCATION – ref. no degree						
UNDERGRADUATE DEGREE OR HIGHER	892	1.20	0.87	0.64	1.17	.354
HOUSEHOLD – ref. Non-Parent						
PARENT	489	1.30	1.17	0.85	1.61	.338
HOUSEHOLD – ref. Live with others						
LIVE ALONE	515	1.22	1.37	1.00	1.87	.051
SEXUAL ORIENTATION – ref. heterosexual						
2SLGBTQI+*	208	1.03	1.52	1.04	2.23	.031
SOCIAL MEDIA – ref. ≤ 3 Hours / Day						
> 3 HOURS / DAY*	601	1.42	2.01	1.49	2.71	<.001

* Statistically significant predictor variable $p < .05$. Suicidal Ideation classification is dichotomized into: low risk of suicidal ideation & at risk of suicidal ideation. CI: confidence interval.

Fr. Tableaux 8 : Analyse multivariée des facteurs démographiques, des facteurs socioéconomiques, et utilisation quotidienne des médias sociaux ayant un impact sur la classification des IDÉES SUICIDAIRES (risque des idées suicidaires)

VARIABLE	n.	VIF	RAPPORT DE COTES	95% IC - INFÉRIEUR	95% IC - SUPÉRIEUR	p
ÂGE – réf. 45 à 59						
19 à 29*	345	1,73	2,39	1,60	3,58	<,001
30 à 44*	520	1,61	1,67	1,15	2,41	,007
60+*	631	1,71	0,42	0,26	0,68	<,001
LIEU DE VIE – réf. Ouest						
EST (ON, QC, Atl.)	1 376	1,02	1,08	0,81	1,45	,585
ETHNIE – réf. Caucasiens						
PANDC	563	1,20	0,94	0,70	1,26	,690
REVENU DES MÉNAGES – réf. 60 000 \$ à 199 999 \$						
MOINS DE 60 000 \$	552	1,33	1,04	0,76	1,42	,828
120 000 \$ OU PLUS*	653	1,37	0,56	0,39	0,81	,002
ÉDUCATION – réf. Pas de diplôme						
DIPLÔME DE PREMIER CYCLE OU SUPÉRIEUR	892	1,20	0,87	0,64	1,17	,354
MÉNAGE – réf. Non-Parent						
PARENT	489	1,30	1,17	0,85	1,61	,338
MÉNAGE – réf. Vivre avec quelqu'un						
VIVRE SEUL	515	1,22	1,37	1,00	1,87	,051
ORIENTATION SEXUELLE – réf. Hétérosexuel						
2ELGBTQI+*	208	1,03	1,52	1,04	2,23	,031
MÉDIAS SOCIAUX – réf. ≤ 3 Heures / Jour						
> 3 HEURES / JOUR*	601	1,42	2,01	1,49	2,71	<,001

* Variable prédictive statistiquement significative $p < ,05$. La classification des idées suicidaires est dichotomisée en: faible risque des idées suicidaires & risque des idées suicidaires. IC : intervalle de confiance.