

Fiche d'information sur la Prévention Média

Combattre le tabou autour du suicide est essentiel, et les médias peuvent contribuer à la prévention en traitant de ce sujet avec discernement. Découvrez dans ce document quels effets la médiatisation du suicide peut avoir, et comment favoriser l'effet préventif.

Les médias et l'effet d'imitation

Werther, ou l'amoureux éconduit : l'effet incitatif

Plus de 50 études ont montré que la médiatisation d'un suicide peut être un des nombreux facteurs qui amènent les personnes vulnérables à se suicider, c'est l'*effet d'imitation*, dit *effet Werther*¹. Il porte ce nom en référence à la forte augmentation des suicides par arme à feu en Europe suite à la publication de l'oeuvre classique de Goethe *Les souffrances du jeune Werther*. Dans ce roman du 18ème siècle, le héros se suicide avec une arme à feu après une déception amoureuse. D'autres exemples ont été étudiés depuis, afin d'expliquer le mécanisme de cet effet Werther.

On observe en général une augmentation de 2,5% du taux de suicide dans les mois qui suivent un suicide fortement médiatisé². Une augmentation de plus de 10% a été observé suite à la médiatisation de suicide de célébrités, comme Marilyn Monroe ou Robin Williams.

L'effet d'incitation dépend de la fréquence de publication (nombre d'articles sur une période), de la durée et de la place de premier plan accordée à un cas de suicide dans les médias (saillance de l'article). Lorsqu'un suicide a lieu, il n'est pas facile de le relier avec certitude à une « grappe de suicides », ni d'établir si la personne ne serait pas passée à l'acte si elle n'avait pas été exposée aux médias.

Selon l'OMS et les études disponibles, le risque d'imitation est plus grand lorsque l'article précise la méthode. Récemment, une équipe américaine s'est intéressée à la médiatisation du suicide de Robin Williams³. Cet événement a eu un grand retentissement dans la presse, et les chercheurs ont observé un surplus de 10% du nombre de suicides par rapport aux projections statistiques. Fait marquant : la méthode à laquelle a recouru l'acteur a également été plus fréquemment utilisée, avec une augmentation de plus de 30% par rapport aux projections.

¹ Notredame C-É. et al. (2015) Le traitement médiatique du suicide : du constat épidémiologique aux pistes de prévention. *Presse Med.* (2015), <http://dx.doi.org/10.1016/j.lpm.2015.07.018>

² Stack, S. Media impacts on suicide : a quantitative review of 293 findings. *Social Science Quarterly* 2000 ; 81 : 957-71.

³ Fink DS, Santaella-Tenorio J, Keyes KM (2018) Increase in suicides the months after the death of Robin Williams in the US. *PLoS ONE* 13 (2): e0191405. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0191405>



Papageno, ou l'amoureux sauvé : l'effet préventif

Selon d'autres recherches, un certain type d'information sur le suicide peut avoir un effet préventif⁴. Ce mécanisme est appelé l'« effet Papageno » du nom du protagoniste de l'opéra « La flûte enchantée » de Mozart. Suite à une déception amoureuse, Papageno élabore un plan pour se suicider. Au moment où il s'apprête à passer à l'acte, trois jeunes garçons arrêtent son geste en l'invitant à envisager une autre voie que le suicide.

Un mois après le suicide de Kurt Cobain en 1994, le taux de suicide dans la région de Seattle a légèrement diminué alors que le nombre d'appels vers des services d'aide téléphonique a augmenté. Les médias ont informé sur les signes avant-coureurs et ont indiqué des numéros d'aide. Ils n'ont pas glorifié son suicide en distinguant ses talents d'artiste de l'acte et de ses problèmes privés⁵.

A Vienne, l'effet Papageno a été observé après que les médias aient cessé de médiatiser les cas de suicide dans le métro⁶. Le nombre de suicides et de tentatives de suicide ont dramatiquement augmenté pendant la période où les médias couvraient systématiquement ces événements. Afin de juguler cette hausse, les milieux de la prévention se sont adressés aux médias en expliquant la mécanique de l'effet Werther et en recommandant l'application des guidelines de l'OMS (en l'occurrence, ne pas médiatiser du tout afin de rompre l'association entre « métro » et « suicide »). Cette action a eu un effet radical : le taux de suicide global (pas seulement dans le métro) a baissé de 20% à Vienne et dans les environs. Cet effet Papageno a été encore plus important dans les régions où la collaboration entre médias et acteurs de la prévention était la plus forte.

Une information peut aussi avoir un impact préventif lorsqu'elle présente les idées suicidaires sans passage à l'acte, en insistant sur les mécanismes d'adaptation face à une situation difficile. Une étude portant sur le traitement du suicide par les médias autrichiens a montré que ce type de couverture a aussi été associé à une baisse des suicides.

Les recommandations pour la médiatisation du suicide

Depuis une quinzaine d'année, l'Organisation Mondiale de la Santé agit auprès des médias pour prévenir la contagion suicidaire liée à une médiatisation incitative. Pour cela, l'OMS a édité une liste de recommandations à l'attention des journalistes (*guidelines*). Celles-ci sont régulièrement

⁴ Niederkrotenthaler, T. et al. (2010) Role of media reports in completed and prevented suicide : Werther v. Papageno effects. *The British Journal of Psychiatry* (2010) 197, 234–243. doi: 10.1192/bjp.bp.109.074633

⁵ Jobes, D. et al. (1996) The Kurt Cobain Suicide Crisis: Perspectives from Research, Public Health, and the News Media. *Suicide and Life-Threatening Behavior* 26(3) : 260-271 (1996)

⁶ Etzersdorfer, E. Sonneck, G (1998), Preventing suicide by influencing mass-media reporting. The Viennese experience 1980–1996. *Archives of suicide Research* (1998) 4 : 67-74.



mises à jour, la dernière version date de 2017 et n'est disponible qu'en anglais pour le moment (version courte⁷ et version complète⁸)

STOP SUICIDE diffuse ces recommandations dans une version courte (5 recommandations) sur flyer cartonné. Ce support est distribué aux journalistes romands lors de rencontres, de séance de sensibilisation en rédaction et de d'interventions dans les formations en journalisme et communication. Nous les faisons connaître également lors d'interview ou lorsque les journalistes nous contactent pour un avis des conseils.



Participez à la prévention en informant sur le suicide

Information à l'attention des journalistes et des rédactions

Comment traiter du suicide dans les médias sans encourager l'imitation (effet Werther), ni banaliser le sujet ou culpabiliser les proches ?

En prenant certaines précautions dans la façon de relayer un suicide, les médias peuvent contribuer à la prévention (effet Papageno).

Quand vous informez sur le suicide :

- 1 Evitez de décrire la méthode et le lieu de suicide**
- 2 Utilisez un langage factuel, sans jugement de valeur ni sensationnalisme**
- 3 Evitez de rapporter une cause unique de suicide mais parlez plutôt des multiples facteurs qui, cumulés, peuvent mener au suicide**
- 4 Respectez la douleur des proches**
- 5 Mentionnez les ressources et les numéros d'aide en cas de crise suicidaire**

➤ Les principales ressources d'aide en Suisse romande : La Main Tendue (143) et la Ligne d'aide pour jeunes ProJuventute (147).

Retrouvez toutes les ressources d'aide sous www.stopsuicide.ch

Lorsque cela est possible, la publication du témoignage de personnes ayant surmonté une crise suicidaire favorise l'effet préventif de l'information car elle permet de mettre en valeur les moyens pour faire face au risque de suicide.

⁷ http://www.who.int/mental_health/suicide-prevention/dos_donts_one_pager.pdf?ua=1

⁸ <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/258814/WHO-MSD-MER-17.5-eng.pdf;jsessionid=380C6F3214D218A8F018B783E3EEFA7C?sequence=1>



Le suicide en chiffres

Depuis les années 1980, le taux de suicide des jeunes de 15 à 29 ans a baissé en Suisse. Ce phénomène demeure cependant un problème de santé publique majeur.



STOP SUICIDE

Plus de **1000** personnes se suicident chaque année en Suisse.

1 jeune se suicide tous les **3** jours.

3/4 des jeunes qui décèdent par suicide sont des hommes.


Les jeunes femmes font **3 fois** plus de tentatives de suicide que les jeunes hommes.

STOP SUICIDE est une association romande de prévention du suicide des jeunes. Depuis 2011, le programme de sensibilisation des journalistes collabore avec les médias pour développer des outils et favoriser l'effet Papageno. Pour en savoir plus, consultez la page web du projet : www.stopsuicide.ch/site/medias.

Contacts
info@stopsuicide.ch
022 320 55 67

Avec le soutien de :



 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'intérieur DFI
Office fédéral de la santé publique OFSP

Limiter la communication médiatique sur les méthodes et les « hotspots »

La couverture médiatique d'un suicide influence notamment le choix de la méthode de suicide. Plus un lieu est représenté comme un lieu de suicide, plus il y aura de suicides sur ce lieu. C'est pourquoi les experts et les organismes de prévention recommandent de réduire au minimum l'information par les médias et la communication institutionnelle lors de la mise en place de mesures constructives de prévention des suicides. Cette recommandation s'applique en particulier aux premières années après la sécurisation. Il s'agit en effet de cesser toute association entre le lieu visé par la mesure et le suicide. Les études recommandent que les projets de



sécurisation intègre des mesures pour éviter une médiatisation « spectaculaire » qui risquerait d'être incitative, particulièrement pendant la période des travaux⁹.

Les activités de STOP SUICIDE auprès des journalistes

STOP SUICIDE soutient le travail des journalistes en matière de traitement médiatique du suicide, afin de favoriser l'effet préventif. La sensibilisation des journalistes est mise en œuvre à travers différentes activités :

- ◆ Conseils pour la production de sujets sur le suicide, mise à disposition de statistiques et de documentation, mise en relation avec des spécialistes
- ◆ Veille médiatique et réactions aux contenus incitatifs, mise en valeur des bonnes pratiques observées dans la revue de presse mensuelle et sur les réseaux sociaux
- ◆ Visite des rédactions et des écoles de journalisme pour échanger sur le traitement médiatique du suicide
- ◆ Diffusion des points de repère pour orienter et inspirer les journalistes, basés sur les guidelines de l'OMS
- ◆ Recherche : rapports sur la médiatisation du suicide 2012, 2013 et 2015, enquête sur les pratiques journalistiques

⁹ Reisch, T. et.al (2014), *Suizidprävention bei Brücken : Follow-Up*. ASTRA/OFROU. Suisse, 2014.

