



**CASP** CANADIAN ASSOCIATION  
FOR SUICIDE PREVENTION

**ACPS** ASSOCIATION CANADIENNE POUR  
LA PRÉVENTION DU SUICIDE

## **Directives pour les médias, l'industrie du divertissement, les messages d'intérêt public et de médias sociaux**

***Faites parvenir vos demandes d'informations ou d'entrevues à :  
communications@suicideprevention.ca***

Dans un monde en constante évolution où nous sommes submergés de médias, de divertissements, de messages d'intérêt public et de réseaux sociaux, la diffusion de messages sur le suicide décrivant la prévention, l'intervention et la postvention doit se faire de manière responsable et sécuritaire.

En véhiculant des messages clés qui parlent de courage, d'appartenance, de sens, d'objectifs et d'espoir malgré les défis de la vie et les événements tragiques, les reportages, les représentations et les récits fictifs dans les films, les annonces de service public, les médias sociaux et les séries télévisées peuvent contribuer à sauver des vies, à promouvoir la résilience, à dissiper les mythes et à encourager la recherche d'aide.

Qu'ils soient du milieu des médias ou du divertissement, créateurs de messages d'intérêt public ou de médias sociaux, l'Association canadienne pour la prévention du suicide recommande et soutient que tous les professionnels canadiens qui sont engagés dans la production de contenu lié au suicide se familiarisent avec les recommandations pertinentes.

White, J. (2016). We Belong: Life Promotion to Address Indigenous Suicide. Discussion Paper.  
[www.wisepactices.ca](http://www.wisepactices.ca).

### **1) Lignes directrices pour les médias :**

De nombreuses organisations et agences à travers le monde ont publié des recommandations à l'intention des médias grand public, mais leur contenu est très synthétisé. Pour une description plus détaillée de la logique derrière ces lignes directrices et leurs applications, consultez les recommandations médiatiques de l'Association des psychiatres du Canada au sujet des méthodes de reportage responsable sur le suicide, qui ont été coécrites par des professionnels du journalisme :

<https://www.cpa-apc.org/wp-content/uploads/Media-Guidelines-Suicide-Reporting-EN-2018.pdf>

### **2) Représentations fictives :**

On prend de plus en plus conscience que les représentations fictives du suicide, notamment dans les émissions de télévision destinées aux jeunes, peuvent avoir un impact positif ou négatif, selon le contenu. La National Action Alliance for Suicide Prevention aux États-Unis a publié une brève liste de 8 recommandations clés destinées à l'industrie du divertissement :

- Expliquer que le suicide est un événement complexe qui résulte de l'intersection de nombreux facteurs plutôt que d'un événement unique.



**CASP** CANADIAN ASSOCIATION  
FOR SUICIDE PREVENTION

**ACPS** ASSOCIATION CANADIENNE POUR  
LA PRÉVENTION DU SUICIDE

- Montrer que l'aide est disponible.
- Présenter des personnages qui ont des pensées suicidaires, mais qui ne tentent pas de mettre fin à leur vie.
- Présenter des personnages auxquels le téléspectateur peut s'identifier comme source d'inspiration (par exemple : des personnes ordinaires, des personnes issues de communautés marginalisées, etc.)
- Représenter des personnages qui trouvent eux-mêmes la force de faire face à l'adversité.
- Éviter de montrer ou de décrire les détails des méthodes de suicide.
- Utiliser un langage qui ne porte pas de jugement.
- Consulter des professionnels de prévention du suicide et des personnes ayant une expérience personnelle pour savoir comment parler du suicide.
- Utiliser de la compassion pour décrire le processus de deuil et de guérison des personnes qui ont été touchées par la perte d'un proche par le suicide.

### 3) Messages d'intérêt public

Il existe peu de recherches sur l'impact des messages d'intérêt public (MIP) relatifs au suicide. Par conséquent, pour l'instant, l'ACPS recommande aux créateurs de ce contenu de tenir compte des informations qui ont généralement été fournies dans les MIP à travers le monde :

- Encourager les gens à parler ouvertement du suicide.
- Indiquer que la vie d'une personne suicidaire est importante.
- Reconnaître la souffrance associée aux pensées suicidaires et aux conditions qui les suscitent.
- Souligner que le suicide est évitable.
- Souligner l'impact dévastateur d'un décès par suicide sur les proches des personnes décédées.
- Fournir des informations sur le soutien aux personnes qui pensent au suicide, notamment sur la manière d'approcher ou d'offrir de l'aide à quelqu'un et sur les ressources disponibles en cas de crise, telles qu'une ligne d'assistance téléphonique ou un site Web.

(Adapa de Ftanou M., Cox G., Nicholas A., Spittal M.J., Machlin A., Robinson J., Pirkis J. [Suicide Prevention Public Service Announcements \[PSAs\]: Examples from Around the World](#). Health Commun. 2017;32 [4]:493-501.)

Résilience : Promouvoir/démontrer que même après avoir eu des pensées suicidaires ou avoir fait des tentatives de suicide, les gens continuent à vivre une vie pleine de sens.

### 4) Messages de médias sociaux

Nous sommes de plus en plus conscients que la publication de messages communiquant des pensées ou des actions liées au suicide sur les médias sociaux peut être soit nuisible ou bénéfique à la fois à l'expéditeur et au destinataire. Le Centre national australien pour l'excellence des jeunes en matière de santé mentale a publié une série de recommandations visant principalement les jeunes qui affichent du contenu lié au suicide sur les médias sociaux. Les principales recommandations sont les suivantes :

- Publications en ligne : Considérations sur l'impact qu'aura le message — la possibilité qu'il devienne viral, sa permanence ; surveillance de la publication ; conseils sur l'autosoin ; exemples de contenus dangereux et non sécurisés.



**CASP** CANADIAN ASSOCIATION  
FOR SUICIDE PREVENTION

**ACPS** ASSOCIATION CANADIENNE POUR  
LA PRÉVENTION DU SUICIDE

- Ressources de prévention du suicide disponibles sur les plateformes de médias sociaux ; langage et conseils de sécurité pour discuter du suicide en ligne ; le partage de votre expérience vécue : préoccupations relatives à la vie privée ; impacts potentiels ; partage sécuritaire ; langage et/ou graphiques sécuritaires.
- Partage des préoccupations concernant une personne impactée par des pensées suicidaires, des tentatives de suicide ou un décès par suicide : promouvoir la communication directe ; respecter la vie privée de la famille/des amis d'une personne décédée par suicide ; les arguments en faveur de la non-spéculation.
- Réponses aux messages sur le suicide : autosoins et limites ; non-jugement, bienveillance, préoccupation, vie privée, poser des questions directes, répondre à un risque immédiat.
- Mémoires, sites Web, pages et groupes fermés honorant une personne décédée par suicide : langage sécuritaire, surveillance des publications, règles de base ou conditions d'utilisation du site, répondre à une personne en détresse.

[https://www.orygen.org.au/Education-Training/Resources-Training/Resources/Free/Guidelines/chatsafe-A-young-person-s-guide-for-communicatin/Guidelines\\_Orygen\\_Final\\_WebLG](https://www.orygen.org.au/Education-Training/Resources-Training/Resources/Free/Guidelines/chatsafe-A-young-person-s-guide-for-communicatin/Guidelines_Orygen_Final_WebLG)

<https://www.cpa-apc.org/wp-content/uploads/Media-Guidelines-Suicide-Reporting-EN-2018.pdf>

<https://theactionalliance.org/messaging/entertainment-messaging/national-recommendations>

[https://www.orygen.org.au/Training/Resources/Self-harm-and-suicide-prevention/Guidelines/chatsafe-A-young-person-s-guide-for-communicatin/Guidelines\\_Orygen\\_Final\\_WebLG](https://www.orygen.org.au/Training/Resources/Self-harm-and-suicide-prevention/Guidelines/chatsafe-A-young-person-s-guide-for-communicatin/Guidelines_Orygen_Final_WebLG)