Publié par:
REISO.org
REVUE D'INFORMATION SOCIALE

YouTube, nouveau champ préventif du suicide



Pour rendre les messages préventifs plus accessibles aux jeunes, MALATAVIE collabore avec des YouTubeurs reconnus. Ils et elles déconstruisent des idées reçues sur le suicide dans des vidéos diffusées sur leur chaîne.

© capture d'écran YouTube / Benjamin Friant

Par ***Mathieu Mercapide Ducommun***, psychologue FSP, ***Adriana Radulescu***, psychologue-psychothérapeute FSP, ***Anne Edan*** *, psychiatre, ***Ludovic Bornand*** *, psychologue-psychothérapeute FSP ; Hôpitaux Universitaires de Genève ***[1]***

En Suisse, le suicide est la première cause de décès chez les jeunes âgés de 15 à 29 ans, avant les accidents de la route. Pourtant, la recherche d'aide professionnelle en santé mentale est faible chez les personnes avec des pensées suicidaires, particulièrement chez les jeunes (Gulliver et al., 2010). Pour cette raison, l'unité MALATAVIE a choisi de réaliser une campagne préventive destinée à rendre plus accessible les informations sur le suicide auprès des adolescent·e·s, grâce à des canaux prisés de ce public.

L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) a relevé plusieurs idées reçues au sujet du suicide. En effectuant la déconstruction de six mythes (2014), l'OMS met à disposition autant de thématiques précises de prévention, qui font écho aux questionnements de la population. Celles-ci ont semblé être particulièrement adaptées au développement d'un projet de communication.

Du côté de la Suisse, le plan d'action pour la prévention du suicide de l'Office fédéral de la santé publique (2016) conseille l'usage d'Internet et des médias sociaux pour la mise en place d'actions de prévention universelle du suicide.

Pour rendre plus accessible la recherche d'aide auprès de professionnel·le·s en santé mentale et faciliter l'accès aux soins des adolescent·e·s et des jeunes adultes, MALATAVIE a choisi de conjuguer les recommandations de ces deux organismes de santé publique. L'unité genevoise a ainsi repris les idées reçues compilées par l'OMS pour adresser un message de prévention d'abord universelle mais aussi sélective voire indiquée. Les outils électroniques préconisés par la Confédération semblaient, eux, pertinents pour atteindre cette population.

Plus précisément, l'analyse a montré que YouTube est un médium particulièrement populaire : en Suisse, huit jeunes de 12 à 19 ans sur dix le consultent très régulièrement (Suter et al., 2018), ce qui en fait une plateforme d'intérêt pour toucher les jeunes. En considérant également l'implication par les marqueurs d'appréciation positive, comme les « likes » et les commentaires (Dagar & Falcone, 2020), il a semblé qu'un potentiel préventif existe pour le partage de telles vidéos sur ce site. Les jeunes peuvent se les approprier et partager avec leurs pairs (Thorn et al., 2020).

À ce sujet, une revue systématique de la littérature (Marchant et al., 2018) relève que les clips sur la thématique spécifique du suicide peuvent comporter à la fois certains risques, comme la normalisation de comportements auto-dommageables, mais également un réel potentiel de prévention, tels que du soutien de crise, l'accessibilité au soin ou la réduction de l'isolement social.

Une création en deux temps

Le projet consiste donc à faire de la prévention du suicide en collaboration avec des vidéastes connu·e·s des adolescent·e·s sur YouTube. Il a été proposé aux artistes de se saisir chacun·e de l'une des idées reçues pour créer une vidéo, tout en illustrant la déconstruction du mythe choisi.

Chaque collaboration se divise en deux temps. Les vidéastes élaborent d'abord une capsule qui parle du suicide et du mal-être profond sur la base d'un des préconçus de l'OMS. Avant le tournage, une rencontre est organisée entre le ou la célébrité du web et l'équipe de MALATAVIE. Les YouTubeur·euse·s y présentent leur style et leur univers, et les professionnel·le·s partagent leur pratique. Le personnel de soin contribue ainsi au message donné autour du mythe choisi, et présentent au réalisateur leurs activités respectives de prises en charge du risque suicidaire. Le ou la personnalité du réseau social prépare sa réalisation à partir de ces échanges, en respectant son style propre et apprécié de son audience.

En parallèle, l'équipe Prévention de MALATAVIE recherche différents numéros d'aide dans les pays où ces films seront majoritairement regardés. Ces informations sont rendues accessibles directement dans la description placée sous la fenêtre de diffusion. Notons encore que la mise en lien entre l'unité de soins et les créateurs numériques est effectuée depuis le début du projet jusqu'à la publication par une société de production et par la Fondation Children Action.

Dans un second temps, des représentant·e·s de l'unité assistent à la mise en ligne de la vidéo afin de répondre, en direct, aux commentaires des internautes. Elle lit fréquemment ces insertions durant la semaine qui suit, puis de manière régulière, afin de poursuivre le message préventif initié par le vidéaste. Cette étape est une occasion privilégiée de créer un espace de parole entre les internautes, modéré par les professionnel·le·s qui peuvent réaliser une prévention sélective auprès des utilisateurs et utilisatrices à risque suicidaire. Ce faisant, la prévention se décline de l'universel au particulier.

MALATAVIE accompagne également les Youtubeur·euse·s sur la formulation de réponses possibles lorsque des questions particulièrement inquiétantes leurs sont directement adressées après le lancement de leur clip. Le lien entre l'artiste et le personnel de soin se poursuit donc au-delà de la diffusion, en cas de besoin spécifique autour d'une situation d'un·e jeune à risque suicidaire.

Carmine et le suicide chez les jeunes

Durant l'année 2020, MALATAVIE et Children Action ont débuté ce projet par la collaboration avec deux vidéastes prisés de la communauté de YouTube, Carmine et Benjamin Friant.

Carmine anime une chaîne humoristique sur la plateforme numérique. Dans son film intitulé « LE SUICIDE - Chez les jeunes », il s'intéresse au mythe qui avance que « les personnes qui évoquent le suicide ne pensent pas passer à l'acte ». A ce sujet, source de banalisation de la mention du suicide, l'OMS explique que l'évocation du suicide peut relever de l'appel à l'aide et qu'en cela elle mérite toujours d'être prise au sérieux.

Dans son intervention, publiée le 8 septembre 2020 sur la plateforme YouTube, Carmine interviewe une jeune qui témoigne de son mal-être et de l'importance de ne pas rester seule. Adriana Radulescu, psychologue de MALATAVIE, répond aux questions de Carmine, notamment sur les différentes modalités d'accueil du mal-être d'un·e jeune.

Durant la semaine suivant la publication, la vidéo a été visionnée près de 20'000 fois et les internautes ont réagi par 246 commentaires [2]. Le jour même de la mise en ligne, l'équipe de MALATAVIE a lu l'intégralité des 204 commentaires en direct, puis a poursuivi une consultation régulière. Sur les 35 commentaires répondus durant la première semaine, 13 présentaient un risque suicidaire.

Benjamin Friant et le suicide dans le sport extrême

Actif dans le milieu du freeride, Benjamin Friant a réalisé la deuxième vidéo de ce projet. « Le suicide chez les pro riders » s'intéresse à déstigmatiser cet acte dans ce milieu sportif, en déconstruisant le mythe « la plupart des suicides surviennent soudainement, sans signal d'alarme ». Constituant un contrepied au mythe précédent, il concerne également les signes annonciateurs de passage à l'acte. A ce titre, l'OMS nuance ce préconçu. Elle mentionne que des cas soudains peuvent certes arriver, mais qu'il existe généralement des signaux d'alarme importants à prendre en compte, découlant de facteurs de risques.

Le vidéaste a choisi d'effectuer une marche en montagne accompagné par le Dr Souheil Zayet. Le médecin chef de clinique du pôle ambulatoire de MALATAVIE réagit à des témoignages récoltés personnellement par Benjamin Friant dans sa communauté, en apportant son expérience de professionnel. La vidéo a généré 42'000 vues durant la première semaine de publication et 97 commentaires [3]. Les professionnel·le·s de la prévention ont répondu à 22 d'entre eux, essentiellement des témoignages, dont trois commentaires présentaient un risque suicidaire. L'équipe de MALATAVIE a également soutenu le sportif dans deux situations inquiétantes hors plateforme YouTube.

De nouvelles collaborations à venir

A la suite de ces deux premières collaborations, le bilan est d'ores et déjà enthousiasmant : les deux YouTubeurs ont contribué à faire de la prévention universelle du suicide auprès d'un très large public d'adolescent·e·s et de jeunes adultes. Les commentaires des internautes ont ouvert à de la prévention sélective, voire indiquée, amenant certain·e·s jeunes à découvrir les réseaux d'aides existants dans leur région ou dans leur pays. La création de Benjamin Friant a également été l'occasion de cibler plus particulièrement les garçons et les jeunes hommes : le témoignage du pro-rider Shaun Williams a concouru à verbaliser des ressentis autour du mal-être au sein d'une population où la recherche d'aide auprès de professionnel·le·s en santé mentale demeure encore trop faible.

La prochaine réalisation sera proposée par Jade, alias KiwyZzonk, qui transmettra son message tout en s'appuyant sur son art du dessin. D'autres collaborations sont en cours de discussion, afin de scénariser d'autres conduites à risque ou idées reçues mises en lumière par l'OMS. Grâce au soutien de cette campagne de prévention proposée par Children Action [4], MALATAVIE se réjouit ainsi de continuer à toucher un nombre de plus en plus important de jeunes. Pour leur permettre de sortir, si ce n'est de leur mal-être, de leur sentiment de solitude.

Carmine, LE SUICIDE - chez les jeunes

Benjamin Friant, Le suicide chez les pro riders

Vingt-cinq ans de lutte contre le suicide

L'unité de crise MALATAVIE des Hôpitaux universitaires de Genève a été créée en 1996. Son objectif est de faire de la prévention du suicide chez les adolescent·e·s et les jeunes adultes, tout en proposant du soin. Elle est issue d'un partenariat public-privé entre le Service de Psychiatrie de l'Enfant et l'Adolescent des Hôpitaux universitaires de Genève et la Fondation Children Action.

Bibliographie

- Dagar, A., & Falcone, T. (2020). High Viewership of Videos About Teenage Suicide on YouTube. Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry, 59(1), 1-3.e1.
- Gulliver, A., Griffiths, K. M., & Christensen, H. (2010). Perceived barriers and facilitators to mental health help-seeking in young people : A systematic review. BMC Psychiatry, 10(1), 113.
- Marchant, A., Hawton, K., Stewart, A., Montgomery, P., Singaravelu, V., Lloyd, K., Purdy, N., Daine, K., & John, A. (2018). A systematic review of the relationship between internet use, self-harm and suicidal behaviour in young people : The good, the bad and the unknown. PLOS ONE, 13(3), e0193937.
- Office fédéral de la santé publique, Conférence suisse des directrices et directeurs cantonaux de la santé, & Promotion Santé Suisse. (2016). La prévention du suicide en Suisse : Contexte, mesures à prendre et plan d'action. Office fédéral de la santé publique.
- Organisation mondiale de la Santé. (2014). Prévention du suicide : L'état d'urgence mondial. World Health Organization.
- Suter, L., Waller, G., Bernath, J., Külling, C., Willemse, I., & Süss, D. (2018). JAMES : Jeunes, activités, médias – enquête Suisse. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Thorn, P., Hill, N. T., Lamblin, M., Teh, Z., Battersby-Coulter, R., Rice, S., Bendall, S., Gibson, K. L., Finlay, S. M., Blandon, R., Souza, L. de, West, A., Cooksey, A., Sciglitano, J., Goodrich, S., & Robinson, J. (2020). Developing a Suicide Prevention Social Media Campaign With Young People (The #Chatsafe Project) : Co-Design Approach. JMIR Mental Health, 7(5), e17520.

* Cette autrice et cet auteur ont contribué de manière équivalente

[1] Les autrices et auteurs sont tou·te·s affilié·e·s à MALATAVIE Unité de Crise, Service de psychiatrie de l'enfant et de l'adolescent, Département Femme Enfant Adolescent, Hôpitaux Universitaires de Genève – Fondation Children Action. Anne Edan en est la médecin responsable et Ludovic Bornand est responsable du pôle prévention.

[2] Cinq mois plus tard, la vidéo a été vue 30'000 fois et 485 commentaires étaient recensés.

[3] Cinq mois plus tard, la vidéo a été vue 43'000 fois et 150 commentaires étaient recensés.

[4] Les auteurs et autrices remercient la Fondation Children Action pour son précieux soutien à l'unité de crise MALATAVIE, ainsi que pour l'initiation de cette campagne de prévention sur YouTube. Leurs remerciements vont également à la société Nous Production, ainsi qu'aux YouTubeurs Carmine et Benjamin Friant pour leur collaboration enthousiaste.