

Ipjmag - le magazine réalisé par les étudiants de l'IPJ

-- Mode de vie --

Mode de vie

Faim de parties

Etienne Pidoux [28ème
promotion]
lundi 4 décembre 2006

Se cultiver en jouant, tout le monde connaît. Mais le fastidieux programme de maths entrecoupé de blagues douteuses ou le jeu de plate-forme haché par d'incompréhensibles exercices de français sont aujourd'hui dépassés. Le Programme Alimentaire Mondial parie donc sur un jeu d'action en ligne pour sensibiliser les jeunes à la réalité de la faim dans le monde.

L'autorité parentale risque d'en prendre un coup. Dire à son rejeton hypnotisé par un jeu vidéo : « Maintenant, tu arrêtes, c'est l'heure d'aller se coucher / se brosser les dents / chez mamie » (rayer les mentions inutiles) était déjà assez compliqué comme ça. Mais que faire quand sa progéniture remplace en plus le traditionnel « Attends, il faut que je tue le boss du niveau 4 » par un « Laisse-moi 10 minutes, j'ai encore 23 personnes à sauver de la malnutrition » ? De quoi s'arracher les cheveux...

Car jouer intelligent, c'est possible. La preuve avec ["Food Force"](#), jeu gratuit proposé en ligne par le Programme Alimentaire Mondial des Nations Unies (PAM). Ce divertissement destiné aux ados propose certes de prendre place dans un hélicoptère, de procéder à un largage aérien, de gérer des ressources ou d'assurer la sécurité d'un convoi. Mais ici, pas question de traquer des terroristes, d'annihiler une nouvelle fois l'Armée rouge ou d'étriper des extraterrestres belliqueux. L'objectif est simple : membre d'une équipe de choc du PAM, le joueur doit apporter une aide alimentaire aux habitants de l'île fictive de Seyhan.



Photo DR (PAM)

Lancé en version anglaise en avril 2005 avec un budget de communication nul, "Food Force" a réalisé un carton, devenant rapidement le deuxième jeu le plus téléchargé aux Etats-Unis (derrière celui proposé par l'armée américaine, "America's Army"). Ce succès a surpris jusqu'aux promoteurs du projet : le site a rapidement crashé à cause de l'afflux des demandes de téléchargement. Depuis, "Food Force" a grandi. Près de cinq millions de personnes originaires de 189 pays l'ont déjà copié sur leur ordinateur. Et la version française, disponible depuis la mi-octobre, a été téléchargée 35.000 fois sur Yahoo ! la semaine du lancement.

Outil pédagogique

Un succès qui prouve qu'il est parfois bon de tenter le mariage de la carpe et du lapin. « "Food Force" va à l'encontre de l'idée reçue qui prétend qu'on ne peut pas parler de l'humanitaire aux enfants, parce que c'est un sujet grave », explique Ludovic de Courtivron, coordinateur de "Food Force" pour les pays francophones. Seule adaptation consentie pour préserver le jeune public : ni le personnage incarné par le joueur ni les habitants de l'île de Seyhan ne meurent dans le jeu.

En-dehors de cette absence de violence physique, le jeu reste fidèle aux conditions rencontrées par les agents du PAM sur le terrain. Et les vidéos d'archive diffusées entre chaque niveau permettent de se faire une idée de la réalité. "Food Force" est donc un véritable « outil pédagogique », selon Ludovic de Courtivron. « Quand un enfant joue, l'idéal est qu'un adulte soit à côté de lui, car ce jeu génère des débats et des questions. Les parents et les professeurs sont amenés à y répondre. »

Les enseignants se montrent d'ailleurs particulièrement intéressés par cette initiative. Sur le site du PAM, ils retrouvent des outils pédagogiques comme des cartes pour parler de la faim dans le monde en classe. Et les professeurs de langue se penchent quant à eux sur les diverses versions disponibles (anglais, espagnol, allemand etc.). Comme quoi le jeu vidéo peut aussi avoir droit de cité à l'école.

Un nouveau jeu à venir ?

Le bon vieux Mille bornes n'a pas le monopole du "jeu de sept à 77 ans". La preuve : si "Food Force" était destiné au départ aux 8-14 ans, 35 % des téléchargements émanent de personnes plus âgées (14-25 ans). Pour satisfaire ces jeunes, qui trouvent parfois le jeu trop simple et édulcoré, le PAM réfléchit actuellement à un nouveau concept mettant mieux en lumière le côté éprouvant des missions sur le terrain. "Trapped" ("pris au piège"), qui n'est qu'au stade de l'ébauche du scénario, proposerait de se glisser dans la peau d'un agent sur le terrain. La rudesse en plus.