

# Les jeux en ligne, des outils pour sensibiliser les jeunes générations

(A partir d'un article vu [ici](#) sur le site de l'[IRIN](#))

les ressources des associations reposent bien souvent sur des donateurs et des bénévoles âgés de plus de 50 voire 65 ans.

L'implication des personnes appartenant à ces tranches d'âge est essentielle au bon fonctionnement actuel des organisations, mais le futur doit être préparé, d'où la nécessité de toucher un public plus jeune.

Les objectifs peuvent être multiples :

- informer et sensibiliser aux missions et aux actions menées.
- créer un lien pour le futur, en espérant une transformation en bénévole ou donateur.
- motiver les parents par l'intermédiaire des enfants.

Parmi les moyens pour toucher ces tranches d'âge, on peut citer

- les interventions en milieu scolaire. Voir l'exemple d'Aide et Action, qui a fait réaliser son magazine de septembre 2010 par l'école Jean Jaurès de Villiers-le-Bel. Le magazine peut être téléchargé [ici](#), sur le site de l'association.
- la déclinaison d'un site en site dédié à un public plus jeune. voir [ici](#) le site *Citecool*, réalisé pour la [Fondation de l'Armée du Salut](#), ou encore [ici le site bouge ta planète](#), développé par le [CCFD](#).

- la création d'outils d'apprentissage à l'attention des enseignants. Voir [ici](#) sur le le site *Zou le Tatou*, développé par l'association Prévention Routière, ou encore [ici](#), les outils *Moduloroute* créés par cette même association.
- l'organisation d'événements. Voir [ici](#) des exemples sur l'espace jeunes du site d'Action Contre la Faim
- L'utilisation des réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter et YouTube

Dans le domaine des « jeux sérieux », déjà évoqué [ici](#) sur otarion, on trouvera sur le site Games for Change différentes ressources sur le sujet, à destination des associations qui souhaiteraient sauter le pas et produire un jeu.

[Games for change](#) est l'une des facettes du réseau [SeriousGames](#) (fondé par le [Woodrow Wilson Center for International Scholars](#)), qui comprend également *Games for health*.

Un ensemble de vidéos et de ressources sont accessibles sur le site, voir [ici](#) pour la page d'accueil du guide ressources.

Parmi les jeux, classés [ici](#) par thèmes, citons :

### [Droits de l'homme](#)

Dans le jeu « Ayiti The Cost of Life », les joueurs doivent aider une famille rurale d'Haiti de 5 enfants à se maintenir en bonne santé et à s'éduquer. Le jeu a été joué plus de 500 000 fois.

### [Economie](#)

Un jeu qui permet de vivre dans n'importe quel pays, basé sur des statistiques réelles.

### [Politiques publiques](#)

Conçu pour favoriser le civisme et la participation parmi les « digital natives ».

### **Santé publique**

Pour apprendre le coût réel des traitements médicaux. Chaque joueur joue le rôle d'une compagnie d'assurance.

### **Pauvreté**

Apprentissage du problème de la faim dans le monde, et de l'importance de l'aide humanitaire.

### **Environnement**

Jeu sur le changement climatique.

### **Conflits**

Inspiré par le conflit israélo-palestinien, l'objectif est d'obtenir le prix Nobel.

### **Actualité**

Tempest est un jeu de plateforme et d'aventure à propos de la Nouvelle Orléans et de l'ouragan Katerina.

### **Politique**

Devenez le président des états-unis.

Un document (à télécharger [ici](#)) permet de formaliser la démarche et aide à se poser quelques bonnes questions avant de se lancer réellement :

Quels sont vos objectifs ?

- Développer une prise de conscience
- Augmenter une audience
- Communiquer autour d'un message

Quelle est votre cible ?

Quels moyens pouvez-vous consacrer au projet ?

En quoi un jeu peut-il apporter plus qu'une campagne de communication ?

...