

Les jeux mobiles au service du changement

Partage international n° 278 - Octobre 2011

Interview de Hilmi Quraishi par Changemakers

Hilmi Quraishi est co-fondateur de Social Initiatives of ZMQ - une entreprise sociale qui développe des jeux éducatifs pour téléphones portables destinés aux adolescents. Ces jeux sont très populaires en Inde et en Afrique et ont permis des progrès importants dans la lutte contre le sida.

Changemakers a rencontré H. Quraishi dans son entreprise basée à Delhi qui a créé des dizaines de jeux et de solutions technologiques dans le domaine social, dont un qui sensibilise à la question du changement climatique et évoque les Objectifs du millénaire des Nations unies tels que l'assainissement, la qualité de l'eau, et la santé des enfants.

Changemakers : Pourquoi avez-vous créé ZMQ ?

Hilmi Quraishi : C'était il y a presque dix ans. Vers 2004, 2005, l'Inde a connu une épidémie de sida. Cela a été un gros problème à l'époque et ça l'est toujours, en Inde et dans tous les pays en voie de développement.

Nous nous sommes alors demandés comment promouvoir l'information sur cette maladie, et on a réalisé que des jeux très populaires comme le cricket ou « Qui veut gagner des millions », pouvaient être convertis en jeux simples pour la téléphonie mobile, permettant d'offrir un support à des informations sur le sida et sa prévention. Ces jeux ont été traduits dans les 16 langues principales de l'Inde.

Ensuite, on a eu la possibilité de collaborer avec un opérateur de téléphonie bien connu, Reliance, pour distribuer ces jeux gratuitement à tous leurs clients. On a opté pour la gratuité afin de sensibiliser le plus grand nombre à ce problème de santé majeur. Trois ans plus tard, ces jeux sont installés sur presque 42 millions de téléphones.

Ch. Comment vous êtes-vous développés en Afrique ?

HQ. Après notre succès initial en Inde, nous avons reproduit le même modèle au Kenya, en Tanzanie, en Ouganda, au Mali et au Sénégal. Les jeux sur le sida y ont aussi connu un gros succès.

Depuis lors, nos jeux mobiles sont utilisés (gratuitement ou pour un prix modique) comme outil

de communication dans de grandes campagnes nationales en Inde et en Afrique, sur des thèmes comme la tuberculose, le planning familial, le changement climatique, la santé des mamans, des enfants, la pollution et l'hygiène. A travers ces diverses campagnes, nous avons réussi à toucher quelque 115 millions de personnes.

Ch. En quoi ces jeux sont-ils vecteur de conscience ?

HQ. Les messages contenus dans les jeux sont une façon de bombarder les utilisateurs avec des informations sur le sida. Nous pouvons suivre les scores obtenus par les joueurs pour déterminer dans quelle mesure leur niveau de conscience sur le sujet augmente.

Ces jeux sont simples, rapides et addictifs, attirant toujours plus de nouveaux joueurs. Des jeux très populaires comme le cricket, disponible sur les mobiles en Inde, ou le football en Afrique, donnent au joueur des messages stratégiques en fonction de ses actions de jeu.

On a même créé des jeux de rôle qui développent la capacité d'apprentissage et de prise de décision. Par exemple, un joueur peut choisir le rôle d'une fille de la campagne arrivant dans la ville. Elle va y retrouver ses cousins et les invite à une soirée, etc.

Par le jeu, on amène le joueur à vivre de façon virtuelle des situations qu'il pourrait ensuite rencontrer dans la vie réelle. On peut même déterminer les modifications comportementales que le jeu entraîne chez le joueur. Au début de chaque jeu, le joueur doit répondre à cinq questions simples sur le sida par exemple. Après un certain temps de jeu, quelques semaines, on peut évaluer l'évolution de ses réponses.

On ne peut pas savoir comment la personne se comporte dans la vie réelle, mais on observe des progrès clairs en termes de maîtrise des connaissances et de niveau de conscience. Ces jeux sont un outil pour combattre l'ignorance. Ils sont un premier pas vers une modification du comportement.

Ch. La technologie mobile peut-elle être utilisée d'autres façons pour transmettre des informations utiles ?

HQ. Les applications pour téléphones mobiles ouvrent de nouvelles voies. Par exemple, nous avons une campagne en Inde orientée vers les futures mamans. Avec l'appui du ministère de la Santé, toutes les femmes enceintes qui utilisent des portables et se sont inscrites au Programme national de santé reçoivent chaque semaine des messages sur

ce qu'il faut faire ou ne pas faire pendant la grossesse, sur l'alimentation, l'hygiène, avec des tests de connaissance.

On leur envoie aussi une petite image d'un fœtus au fur et à mesure de sa croissance. C'est une autre façon de transmettre des informations, dans un langage principalement basé sur l'usage des icônes. Les femmes peuvent aussi télécharger des messages audio, car 80 à 85 % des femmes dans les villages sont analphabètes ou semi-analphabètes. Les icônes sont un outil idéal pour éviter le recours au texte.

Ch. *Comment voyez-vous l'avenir dans le domaine des médias citoyens ?*

HQ. Les médias citoyens sont un outil puissant, mais il faut être prudent car ils peuvent aussi être utilisés par des gens mal intentionnés. Leur efficacité réside dans l'instantanéité de l'information qu'ils transmettent - on l'a vu à l'œuvre en Tunisie, en

Egypte et en Libye.

La téléphonie mobile peut contribuer à changer la vie. On travaille en ce moment sur un nouveau jeu pour éduquer les gens sur leurs droits démocratiques et le processus électoral. On espère obtenir l'appui de 75 régions de l'Inde pour que les gens puissent, grâce à ce simple jeu sur leur téléphone, évaluer le travail de leurs responsables politiques locaux.

On a aussi une campagne pour encourager les femmes des zones rurales à voter de chez elles grâce à leur portable.

Auteur : Changemakers,

Sources : changemakers.com

Thématiques : [Sciences et santé](#), [Société](#)

Rubrique : [Entretien](#) ()