

Jeux TV Interactifs
Collectifs

Un Principe et Quelques Idées

Vendredi 21 Avril 1995

Dominique SCIAMMA

Introduction

Ces dernières années ont vu l'apparition sur les écrans de télévisions d'émissions de jeux dites interactives.

Le principe en est souvent le même : un ou plusieurs téléspectateurs sont appelés à piloter les actions de « sprites » sur leur écran de télévision, en utilisant les touches de leur téléphone. Si la voie « Aller » utilisée est celle - monodirectionnelle - du diffuseur de l'émission (hertzienne, câble, satellite), la voie « retour » est donc le téléphone.

Les exemples les plus fameux de ce concept sont :

- « HUGO DELIRE » sur France 3, où un joueur, encouragé par la présentatrice Karen Cheryll, devait contrôler les actions d'un petit lutin mis dans diverses situations, proches (mais en plus simple) à celles que l'on trouve dans les jeux de plates-formes.
- « PIZZAROLLO » sur Canal +, où 2 joueurs s'affrontent successivement dans une course de livreurs de pizza sur scooter, dans les méandres d'une ville emplies d'obstacles.

Le Problème : le Nombre de Joueurs

L'inconvénient majeur de cette approche est le très faible nombre de joueurs simultanés. On se trouve en effet dans une situation où quelques millions de spectateurs passifs regardent de 1 à 4 joueurs s'affronter.

Le problème est donc d'imaginer des jeux télévisés interactifs permettant la participation d'un nombre significativement plus élevé de joueurs (plusieurs centaines, voire plusieurs milliers).

Des Jeux interactifs collectifs: Aggréger les actions des joueurs

Ce problème a été partiellement résolu en permettant à un très grand nombre de joueurs simultanés de transmettre des ordres via leur téléphone. Mais cette fois, les appels/actions sont « agrégés » pour déterminer un comportement consolidé, suivant une règle dépendant du jeu. Sur cette base, ce sont des groupes de joueurs qui vont s'affronter, ou coopérer, pour animer tel ou tel acteur de jeu interactif. Exemple :

« MISSION GALIXIA » sur France 2, où 256, puis 64, puis 32 puis 16 puis 4 joueurs s'affrontent successivement dans un jeu spatial de « Shoot them Up » (tir à la cible).

Sur cette base, ce sont des groupes de joueurs qui vont s'affronter, ou coopérer, pour animer tel ou tel acteur de jeu interactif.

Quelques exemples très différents sont décrits dans ce documents.

Le Tir à la Corde

Le contexte typique d'exploitation de ce jeu pourrait être un « Intervilles ».

Deux villes sont appelées à s'affronter à un « tir à la corde » virtuel.

Les habitants de chaque ville sont invités à appeler un numéro respectif. Les appels à chaque numéro sont comptabilisés. Deux équipes se forment alors à l'écran pour se saisir d'une corde. La compétition virtuelle une fois lancée, les téléspectateurs de chaque ville peuvent visualiser en direct le rapport de force, ce qui motive alors les tenants de l'équipe en difficulté à appeler eux-mêmes, ce qui fait évoluer le rapport de force, jusqu'à un moment couperet où les joueurs en ligne ne sont plus susceptibles de recevoir de l'aide. Et c'est l'équipe la plus « supportée » qui l'emporte.

Malgré la simplicité du concept, l'animation à l'écran de la compétition peut donner lieu à des illustrations amusantes : équipes se formant, joueurs arrivant à la rescousse, équipes à la dérive, etc. .. le tout agrémenté des illustrations sonores adéquates.

La Hot Line

Le concept de ce jeu est plus original. Il s'agit à la fois de faire jouer la multitude tout en faisant gagner une personne nominale.

Le contexte d'exploitation de ce jeu pourrait être une émission de divertissement grand public, ou une émission dédiée juste avant le 20 heures.

Basé sur le concept du «Cache-Tampon» (*Tu brûles !*), le fonctionnement du jeu est le suivant:

1. On choisit en secret un numéro téléphonique au hasard, via l'annuaire, ou parmi des numéros de personnes ayant candidaté avec une carte postale.
2. Lors de l'émission, en direct, on demande aux téléspectateurs, où qu'ils soient :
 - d'appeler un numéro particulier,
 - puis une fois la communication établie de pianoter leur propre numéro.
3. Sur l'écran de la télévision est affichée une carte de France divisée en régions, ainsi qu'une bannière où apparaîtra à terme le numéro gagnant :



4. A une fréquence régulière, le système d'information avec lequel les téléspectateurs sont en communication va comptabiliser les appels et leur origine. Fatalement, une des régions de la carte de France comptabilisera le plus d'appel. Cette région va alors se colorer en fonction de la proximité du numéro choisi au départ. Cette couleur variera du Bleu (*Glacial*) au Rouge (*Brûlant*).
5. Interactivement, et habilement motivés par l'animateur de la télévision, les téléspectateurs pourront alors juger de la proximité de la région « gagnante », et ce sont les spectateurs des autres régions potentielles qui vont se mettre à appeler. A la suite de quoi, suivant le même mécanisme, la nouvelle région ayant le plus d'appel se coloriera à son tour.
6. Grâce à ce mécanisme de rétroaction, les appels vont inmanquablement converger vers la région cible. A ce moment là, celle-ci sera colorée en rouge. La carte de France s'effacera alors au profit de la carte de cette région elle-même découpée en sous-régions (département), et le processus continue.
7. Parallèlement à ce processus convergent, et venant le renforcer, les chiffres d'un numéro vont s'afficher dans la bannière (Hot Number) au fur et à mesure que on se rapprochera du lieu et du numéro gagnant; profitant en cela du fait qu'il y a une correspondance entre un numéro téléphonique et le lieu géographique : Préfixe régionaux, par ville, puis par standard etc. ... Cette convergence objective vers un « vrai » numéro ne peut que motiver les appels des téléspectateurs qui voient apparaître sur l'écran un numéro se rapprochant de plus en plus du leur.
8. A la fin du processus, qui devrait avoir lieu en un temps fini (quelques minutes tout au plus), on ne doit trouver au bout du fil au plus qu'un seul correspondant : le gagnant.

On l'aura compris, dans ce jeu, la convergence est assurée par deux mécanismes de rétroaction :

- La coloration des régions ou zones en fonction de leur distance avec la région ou zone cible.
- L'affichage progressif des chiffres, de gauche à droite, composant le numéro vainqueur.

La durée du jeu doit être courte, de 3 à 4 minutes. Cette contrainte doit ajouter à la fièvre de l'enjeu, puisqu'il peut très bien arriver, qu'au bout du compte, personne ne soit au bout du fil.

Le rôle de l'animateur est aussi très important, puisqu'il doit presser, voire diriger, en tous cas aider à la convergence vers les zones, puis vers le numéro cible.

L'animation de l'écran doit privilégier la clarté de la lecture, puisque tout dépend de la compréhension des distances. On peut en tous cas imaginer une animation amusante de cette « montée de température ».

Jeux d'Alliance

Le principe peut aussi s'appliquer à des jeux se rapprochant plus des jeux de stratégies.

L'idée est ici de faire s'opposer plusieurs groupes (de 2 à 10), à qui des objectifs antagonistes sont fixés.

Ces objectifs peuvent par exemple être de nature territoriale : l'écran de télévision est divisé en zones, et il s'agit pour chaque équipe de constituer le plus vaste territoire, en tenant compte des actions des groupes adverses comme de contraintes générées dans le jeu lui-même.

Au départ, les individus appellent un numéro de téléphone, puis choisissent leur groupe, toujours à l'aide de leur téléphone. Les groupes sont positionnés sur le plateau, et le jeu commence. Chaque joueur joue alors avec son cadran, mais conformément à notre idée initiale, ces actions sont consolidées, voire pondérées de manière statistiques. La position du groupe va alors évoluer, en bien ou en mal, forçant les joueurs à réagir. La victoire devrait normalement nécessiter une « intelligence collective », c'est à dire partagée par une majorité de joueurs dans un groupe.

Pour corser le tout, on peut imaginer que les joueurs ont le droit de changer de camp une et une seule fois lors de la partie.

Chaque groupe peut parfaitement être constitué de plusieurs centaines, voire plusieurs milliers de personnes.

Lève-toi et Marche !!!

Il s'agit cette fois-ci de pousser à la synergie des joueurs, en les forçant à synchroniser leurs actions communes. L'adversaire du groupe est donc d'abord le groupe lui-même.

Une illustration de ce concept pourrait être la suivante : Il s'agit de faire avancer un robot bipède. Les jambes de ce robot sont sous la responsabilité de deux groupes différents, dont les membres respectifs pilotent les mouvement par les joueurs via leur touches de téléphone.

Le problème consiste a synchroniser les mouvements de chaque jambe, l'une après l'autre, afin de faire avancer le robot.

On peut compliquer le problème en donnant d'autres actions à mener : saisir des objets, s'asseoir, etc. ...

Par ailleurs, on peut faire s'affronter deux robots pilotés par deux équipes (plusieurs groupes composant une équipe, puisque un groupe est en charge d'un membre).

Une seule limite : L'imagination

On le voit, le principe d'agrèger des actions individuelles multiples en un seul comportement peut se décliner de beaucoup de manières. Les quelques exemples précédent, dont les deux premiers sont certainement les plus achevés, le démontrent à l'envi.

Mis à part la dimension technique, nécessaire à l'opérationnalité de tels jeux, la seule limite est, comme d'habitude, notre seule imagination.