

ATLAS INTERACTIFS MULTIMEDIA

Par Alain PIERROT

Hachette Livre, 43 quai de Grenelle - 75905 Paris Cedex 15

Parmi les ouvrages multimédia qui semblent devenir les titres de base d'une logithèque familiale, les atlas occupent une place importante depuis quelques mois au sein de l'offre de titres de référence.

L'engouement actuel pour les titres de référence, -dictionnaires, encyclopédies- est sans doute le résultat de la qualité des produits éditoriaux proposés sur le marché et de la valeur d'usage que l'interactivité et les médias adjoints apportent par rapport aux titres imprimés correspondants.

L'ergonomie d'un dictionnaire multi-volume est incomparablement moins séduisante que celle du produit électronique correspondant, qui nécessite moins de manipulations, occupe moins d'espace et permet en outre des recherches inimaginables sur l'ouvrage imprimé.

Si l'on ajoute que l'information textuelle et les illustrations fixes peuvent être utilement complétées par des documents sonores et animés là où ils sont irremplaçables, il devient aisé de montrer que le coût et les contraintes de la consultation sur micro-ordinateur sont largement compensés par les avantages du «multimédia».

Le cas des atlas mérite d'être examiné point à point afin que l'on puisse évaluer les apports de la nouvelle technologie et définir les critères orientant la réalisation de ce genre de produits.

Le premier problème à envisager est celui de la lisibilité ; l'avantage de l'imprimé est considérable dans ce domaine, où la finesse de la définition typographique et la taille de la feuille imprimable sont sans commune mesure avec ce qu'offrent les écrans cathodiques ou plats. Le rôle d'une carte imprimée est fondamentalement de permettre, en un empan de vision, de repérer l'emplacement d'un lieu inconnu par rapport à un ou des lieux connus de l'utilisateur ; il faut donc que le cartographe s'assure qu'il fournit suffisamment de points de repère susceptibles d'être connus du lecteur pour que celui-ci puisse tirer avantage de la mention du toponyme recherché à un emplacement de la carte : une carte imprimée du Royaume-Uni permet de voir l'ensemble des îles britanniques et de lire des toponymes du niveau de Stonehenge aussi bien que Salisbury et Winchester, parmi plusieurs centaines ; la carte équivalente des îles britanniques, pour s'afficher sur un seul écran de 640 x 840 points ne contiendra qu'une cinquantaine de toponymes lisibles. A l'inverse, si l'on veut distinguer Stonehenge, Salisbury et Winchester, la fenêtre à l'écran couvrira uniquement le sud de l'Angleterre et ne permettra pas de localiser Stonehenge par rapport à la frontière écossaise sans faire défiler la carte et faire appel à la mémoire visuelle de l'utilisateur.

Les cartographes et éditeurs attendent donc avec impatience toute amélioration dans la définition et la taille des écrans, principale limitation à l'affichage de qualité typographique ; progrès sinon révolution technologiques permettraient en effet d'offrir des services impensables sur le papier, éminemment souhaitables quand on prend

conscience des avantages de l'accès électronique aux données géographiques et cartographiques.

En effet, si la lisibilité en empan de vision pêche par rapport à l'imprimé, l'interactivité offre elle des ressources considérables ; au lieu de chercher les coordonnées d'un lieu dans l'index, puis de chercher à repérer dans le carroyage de la carte le toponyme voulu (parmi, typiquement, une soixantaine de toponymes en petits caractères), les atlas électroniques peuvent centrer immédiatement la carte et mettre en évidence le toponyme recherché. C'est une considérable économie d'effort et de temps pour l'utilisateur.

L'interactivité permet également d'afficher sans délai ni manipulation de pages des informations complémentaires, telles que les données chiffrées concernant le lieu voulu et de se les approprier par l'impression, l'exportation dans un document (textuel, visuel) et la réutilisation personnelle du savoir acquis.

Outre les aspects ergonomiques évoqués ci-dessus, l'avantage principal des technologies interactives réside dans les possibilités d'appropriation personnelle des savoirs fournis par un titre culturel ; l'ordinateur personnel permet en effet de profiter de la masse d'information réorganisable à l'envi stockée sur le CD-ROM (et bientôt sur le DVD ?) grâce à la puissance de calcul des micro-processeurs. Le stockage en masse permet un accès rapide à des données autrement inaccessibles dans un délai raisonnable et la puissance de calcul autorise la présentation personnalisée de données répondant à l'interrogation de l'utilisateur. A ce titre, la confrontation de données chiffrées, sous forme de tableaux ou de graphes est certainement l'un des aspects attrayants des atlas géographiques électroniques.

Pour ce qui est des aspects proprement multimédia, c'est-à-dire «télescopant» dans le temps, sur l'espace restreint d'un écran, du texte, des images fixes, des images animées et du son -indépendamment de l'interactivité-, la technologie multimédia proprement dite paraît apporter un bénéfice seulement marginal aux produits du type des atlas : qu'apporte comme information pertinente le fait d'entendre, à partir d'une carte et de données géographiques, la manière de dire bonjour en swahili ainsi qu'un proverbe «typique» ?

La valeur ajoutée dans ce domaine est plus à chercher dans les occasions, déterminables, où le savoir est lié à la visualisation d'un processus (dérive des continents, évolution d'une érosion) où il faut focaliser l'attention sur des changements visuels tout en écoutant un commentaire.

S'il faut conclure à l'heure actuelle sur la pertinence de faire des atlas interactifs multimédia, il me semble que les critères de valeur ajoutée et de recours inéluctable à une technologie donnée pour obtenir un résultat tangible doivent être appliqués dans l'esprit des remarques qui précèdent.