

Gauthier, Majella-J., éd. (1988) *Cartographie dans les médias/Cartography in the Media*. Association canadienne de cartographie. Presses de l'Université du Québec, 128 p.

Charles Hussy

Volume 33, Number 90, 1989

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/022057ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/022057ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Département de géographie de l'Université Laval

ISSN

0007-9766 (print)

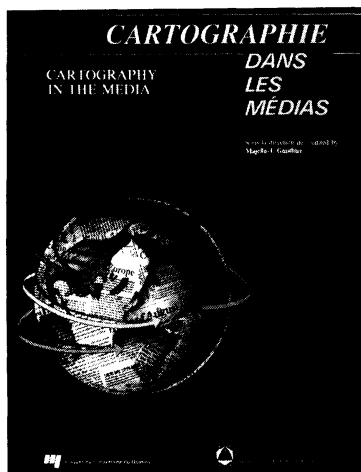
1708-8968 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Hussy, C. (1989). Review of [Gauthier, Majella-J., éd. (1988) *Cartographie dans les médias/Cartography in the Media*. Association canadienne de cartographie. Presses de l'Université du Québec, 128 p.] *Cahiers de géographie du Québec*, 33(90), 409–410. <https://doi.org/10.7202/022057ar>

LECTURES



GAUTHIER, Majella-J., éd. (1988) *Cartographie dans les médias/Cartography in the Media*. Association canadienne de cartographie, Presses de l'Université du Québec, 128 p.

Pour sa réunion annuelle de 1986, l'Association canadienne de cartographie s'est penchée sur la «cartographie en action». Les communications et les débats sont publiés en langue française ou anglaise en un volume dont la lecture manifeste des points de vue relativement convergents.

La carte est rare dans les médias ; si elle tend à se tailler une place dans la presse écrite, c'est souvent avec maladresse. Aux règles du *design* graphique viennent s'ajouter des impératifs de clarté, de contraste image-fond, et surtout d'organisation hiérarchique. L'intégration d'une image à l'édition d'une information coûte cher et cette information connaît une durée de vie très limitée. La télévision utilise des cartes avec des contraintes supplémentaires : le temps de parution à l'écran, la grossièreté du support, etc. Il s'agit d'attirer le regard, fixer l'essentiel, titrer court : ce qui peut aller à l'encontre de l'efficacité. Si des gens de presse veulent produire des informations par carte, ils risquent fort d'achopper aux erreurs communes qui hypothèquent la validité : négliger des repères essentiels, exalter des traits envahissants futiles, sources de vibration optique... La quête du concret n'est pas synonyme de recherche cartographique.

Bertin est présent à l'esprit de Majella-J. Gauthier, qui suggère l'emploi des matrices ordonnables avec des exemples ; encore faut-il disposer des outils dans ce domaine et les maîtriser. Le travail de recherche sur les éléments et les attributs présentés par affinité statistique, puis visuelle, les essais de typologie sont en principe à la portée de tout un chacun mais ils requièrent un sens aigu de l'analyse et seules les cartes, qui restituent la portion communicable de l'information dégagée, paraissent susceptibles d'intéresser le public des médias. Au passage, on peut dans ce domaine recommander le logiciel *Sygrap* de Rouen.

Selon J.D. Gronoff, la presse-magazine livre un matériau utile à la formalisation d'un « savoir-faire graphique », lequel fonctionne selon trois critères : identification, relation et attraction. L'approche est appliquée au concept de produit graphique, surface rédactionnelle comportant au

moins une construction et qui constitue un tout compréhensible. On peut ne pas partager la typologie de Gronoff ; il demeure que ces trois fonctions jouent un rôle-clé dans la définition du savoir-faire ; elles transcendent la grammaire de la carte, recouvrant les priorités qu'on peut vouloir établir, tout en recourant à cette grammaire. C'est dire que toute bonne carte doit trouver un compromis acceptable entre identification et attraction en termes extrêmes, et dont la base repose sur la mise en œuvre des relations. L'identification consiste à proposer un objet géographique reconnaissable ; l'attraction guide le lecteur vers les traits originaux que veut souligner le concepteur. Les variations visuelles assument ces deux fonctions et elles sont entre elles en relation d'équivalence ou en relation d'ordre. Une carte n'est pas là pour représenter un objet géographique mais pour visualiser un point de vue relatif à cet objet.

W.G.V. Balchin rapporte une opération menée en Grande-Bretagne par les membres des sociétés géographiques et cartographiques, pendant un mois, consistant à analyser l'illustration géographique dans les médias du Royaume-Uni. Le premier constat est le manque de cartes, le deuxième est l'insuffisance cartographique des cartes réalisées. Ce genre d'enquête est utile non seulement à titre d'évaluation de la difficulté, pour la presse, d'utiliser ce médiateur du discours qu'est la carte, mais elle permet d'imaginer des logiciels plus à même de faciliter la création graphique. Parmi les carences constatées, celles du titrage évoquent la nécessité de « cibler » une carte pour qu'elle livre un message unique et univoque. Les erreurs de projection, les omissions du système de référence s'expliquent par la complexité de la phase initiale de saisie d'un fond-repère ; elles s'aggravent quand aucune échelle ne vient donner une idée des étendues et des distances ou que l'orientation, souvent fantaisiste, n'est nullement précisée. Mais comme le souligne tel *graphic designer* lors des débats, le public est peu instruit à la lecture de carte et il n'est pas sûr que tout un chacun se représente le monde « nord en haut ».

Tel est, au fond, le cœur du débat ; le temps n'est plus où l'on pouvait escompter une lecture attentive et les journalistes ont comme priorité de traiter une masse textuelle, d'en simplifier et d'en condenser la présentation. Susciter l'audience, c'est faire de la *Gestalt* (de la « bonne » forme) et il est clair que l'image constitue un moyen rêvé de séduction. Or, la carte est davantage qu'un document, car on s'y arrête ; dans la presse quotidienne ou hebdomadaire, son rôle est de résumer l'argument et de localiser des faits. On ne doit pas renoncer à publier des cartes thématiques qui livrent une information abondante et élaborée car l'informatique peut résoudre, à terme, bien des problèmes de manipulation et de réalisation. Comme le souligne Gronoff, les systèmes experts seront bientôt capables de produire rapidement, d'ouvrir au concepteur des options fondamentales de création graphique et même d'intégrer les cartes à la production normale d'un magazine. À chaque type de presse et donc de contrainte de publication, il doit exister une réponse en matière d'environnement graphique, permettant de modifier les conceptions amateuristes des journaux.

Charles HUSSY
Département de géographie
Université de Genève

MÉDECINS SANS FRONTIÈRES, REPORTERS SANS FRONTIÈRES ET GIP RECLUS (1989) *Atlas mondial des libertés*. Paris, Arléa. 143 p.

Fort bien documenté, cet atlas constitue une contribution magistrale à la connaissance intégrée des divers niveaux ou degrés de liberté observés présentement à travers le monde. Il s'agit, pour la fin des années 80, d'un véritable baromètre du respect des droits humains. Œuvre collective conduite par des observateurs privilégiés de la scène politique mondiale, cet ouvrage s'avère un outil de très grande valeur pour l'éducation relative aux droits humains et aux libertés fondamentales. L'ouvrage se compose de quatre parties : les fondements politiques de la liberté, le respect de la vie et de la dignité humaine, les libertés individuelles et, enfin, les relations entre la liberté et l'égalité. Chaque partie est couronnée par une synthèse. Les thématiques retenues