

VIDÉODISQUE

LE VIDÉODISQUE

Banque d'images interactive

Gérard Germain, Marc Gabriel

BIBLIOTHEQUE DU CHERIST



cedic/nathan

D 1141

Le vidéodisque banque d'images interactive

Marc Gabriel - Gérard Germain

avec la collaboration
de Jean-Jacques Davaine

cedic/nathan

Photo couverture : document Philips
Illustrations et maquette : Dominique Debeire

Ce volume porte la référence
ISBN : 2-7124-0578-1

Toute reproduction, même partielle, de cet ouvrage est interdite. Une copie ou reproduction par quelque procédé que ce soit, photographie, photocopie, microfilm, bande magnétique, disque ou autre, constitue une contrefaçon possible des peines prévues par la loi du 11 mars 1957 sur la protection des droits d'auteur.

© CEDIC 1985
CEDIC, 6-10 boulevard Jourdan, 75014 Paris
Tél. : (1) 565.06.06

Sommaire

Présentation des auteurs	5
Histoire et Technique	7
1. Une longue gestation	7
2. Un outil de communication	11
3. Mémoires optiques	13
4. Historique	21
5. La technique	25
6. Le marché du vidéodisque	38
7. Types d'interactivité	43
8. Les postes interactifs	49
9. Vidéodisque et vidéocommunication	59
Réalisation	65
10. La production	65
11. Le choix des documents	71
12. Le prémastéring	74
13. La fabrication	78
14. Les matériels	86
Applications	95
15. Formations initiales (EAVO)	95
16. Aide à la décision d'achat	104

17. Aide à la mise à niveau technique	110
18. Aide à la maintenance	114
19. Banque iconographique	117
20. Loisirs et tourisme	123
21. Un nouveau média	127
22. Au service de la santé	133
23. Le monde des jeux	136
24. Les collectivités locales	139
25. Les simulateurs	151
 Carnet d'adresses	 155
 Index	 159

Marc GABRIEL, Maître de conférences, est responsable de l'Atelier pour les Techniques Avancées en Maintenance Industrielle (ATAMI) à l'Institut des Sciences de l'Ingénieur (Université de Nancy I).

Gérard GERMAIN, Professeur, dirige le laboratoire de Recherches Pédagogiques et d'innovations (LARPEDI) à l'Institut des Sciences de l'Ingénieur (Université de Nancy I).

Dans le cadre de leur laboratoire, et comme conseillers scientifiques et pédagogiques de la société VIMATEL (Vision Informatique Intelligence), ils ont participé à la réalisation de plusieurs applications interactives (vidéodisques et logiciels correspondants).

BIBLIOTHEQUE DU CERIST

HISTOIRE ET TECHNIQUE

1. Une longue gestation

Le boom des technologies de la communication

Tous les médias annoncent que la fin du siècle correspond à la multiplication des moyens de communication. La construction de l'Arche à la Défense qui abritera le «Carrefour International de la communication» en est l'une des nombreuses illustrations. Toutes les formes de média vont contribuer à cette révolution. L'individu ne va pas seulement en être le spectateur mais un participant actif s'il veut utiliser les nouveaux moyens de communication dont il va disposer.

La télévision lui permet de suivre une succession d'images mais il ne peut intervenir sur leur déroulement. La révolution technologique qui a lieu en ce moment va lui permettre de bouleverser cette situation. La généralisation des moyens de vidéocommunication (réseaux câblés en fibres optiques - satellites tels que Telecom 1) va transformer tout un chacun en un acteur qui pourra choisir, modifier et même créer ses propres programmes. Des banques de données contenant des images rapidement accessibles vont devoir être créées.

Dans ce contexte, les lecteurs de vidéodisques ou vidéoprojecteurs vont envahir les entreprises, les magasins, les écoles et les mu-

sées dans un premier temps et, si les nouveautés technologiques continuent à voir le jour à un rythme similaire à celui du temps présent, nos habitations, dans un second temps.

L'Arlésienne.

Depuis plus de dix ans, l'explosion du marché de ce « média du futur », de cet « outil révolutionnaire » est régulièrement annoncée. Cependant, cette explosion ne se produit pas. Il n'est pour s'en convaincre que de se remémorer l'annonce récente (décembre 84) de l'abandon, dans ce domaine, du marché grand public par le géant hollandais Philips. Après avoir différé à plusieurs reprises le lancement d'un vidéolecteur grand public et bien que de nombreux disques soient déjà pressés ou en cours de pressage (10 millions de francs ont été dépensés pour préparer cette arrivée sur le marché français), le président du groupe annonçait un nouveau report de la date d'introduction d'un lecteur de vidéodisque grand public en France.

Ce nouvel outil a beaucoup de mal à sortir du laboratoire. Cette arrivée est d'ailleurs ralentie par les médias classiques qui le présentent comme un « serpent de mer » ou comme « l'Arlésienne ». Cette intoxication du Grand Public le rend très méfiant par rapport à cette nouvelle technologie. Relevons quelques titres caractéristiques trouvés dans la grande presse : « Vidéodisque : c'est pour aujourd'hui ou pour demain » (Voir Juin 84) ; « En attendant le vidéodisque » (Minitel Magazine octobre 84) ; « Le vidéodisque Grand Public : Toujours en quête de lendemains qui chantent » (Sonovision - Octobre 84).

Si les revues professionnelles informent correctement leurs lecteurs : « Philips France renonce au vidéodisque grand public mais parie sur le vidéodisque institutionnel » (Mémoires optiques - novembre 84) ; la revue Téléràma annonce dans son numéro de Noël 84 « Philips abandonne le vidéodisque ». Ce mensonge par omission ne peut qu'apporter le trouble dans les esprits. Après d'autres nouvelles de ce type, tout un chacun peut conclure que le

vidéodisque «ça ne peut être que pour demain — ou pour jamais». Sans parler de la province, on peut imaginer la réaction du vendeur de matériel HI-FI de l'une des nombreuses grandes surfaces de la périphérie de Paris lorsque son client va lui demander de lui présenter les différents modèles de vidéolecteurs dont il dispose. Il est plus difficile aujourd'hui de trouver un lecteur ou même un vidéodisque que des huîtres au mois d'Août.

Le vidéodisque professionnel

Quoi qu'il en soit, si la naissance en Europe du vidéolecteur grand public semble repoussée, le développement du marché institutionnel et professionnel est indiscutable. Les doigts de la main ne suffisent plus pour compter les réalisations que l'on peut recenser en France. Comme nous le verrons par la suite, elles ont lieu dans des domaines très divers en utilisant des budgets plus ou moins raisonnables. Cela va de la formation au catalogue de ventes par correspondance. Une réalisation reprenant des documents existants déjà et ne faisant intervenir que peu d'interactivité ne coûte qu'un peu plus de cent mille francs alors qu'une réalisation incluant des prises d'images de qualité et des droits d'auteurs va allègrement frôler le quart du milliard de centimes. Le laboratoire «Média interactifs» du «Centre Mondial Informatique et Ressources humaines» vient de réaliser un vidéodisque d'initiation au secourisme. «Les cinq gestes qui sauvent» à coûté 2 150 000 francs. Ce prix correspond à l'écriture du scénario, la maîtrise d'œuvre, la réalisation, l'écriture du logiciel, le matriçage et la duplication. Il comporte donc bien toutes les phases nécessaires pour obtenir un produit complet. Mais, on peut se demander si l'annonce d'un tel prix de revient ne risque pas de décourager un grand nombre d'entreprises moyennes qui, ne disposant pas du soutien de l'État, ne voudront pas faire un essai d'utilisation du vidéodisque, craignant d'être entraînées dans des dépenses inconsidérées. Nulle part, il n'est question d'abaisser le prix de revient si l'on ne tient pas à une qualité d'images impeccable ou si, plus simplement, on utilise le stock d'images existant. Il

semble qu'une très haute qualité soit nécessaire pour des reproductions de tableaux ; cela est beaucoup moins évident pour une séquence présentant les gestes techniques nécessaires pour démonter la tête de delco de votre voiture. Les différents moyens pouvant être mis en œuvre seront explorés par la suite en corrélation avec les résultats escomptés sur le plan de la qualité des images.

Une banque d'images interactives

Dans les milieux institutionnels et professionnels, le vidéolecteur est rarement utilisé seul ; il existe cependant quelques applications de ce type bien centrées, telle que l'application développée pour VIFI-Nathan par Laser-image (filiale du groupe Havas) permettant de visualiser la présentation des différents logiciels (jeux éducatifs ou domestiques) dans les librairies où ils sont en vente.

Le vidéolecteur est souvent couplé à l'informatique ; il se comporte alors comme un simple périphérique au même titre qu'un lecteur de disquettes par exemple. Ce périphérique joue le rôle d'une source d'images et peut être utilisé dans un scénario interactif.

Longtemps dominé par la technique, le marché du vidéodisque l'est maintenant par les logiciels, domaine dans lequel l'imagination doit s'exercer à plein.