

## Mettre l'art en scène

22 octobre 2016 | Michel Bélaïr - *Collaboration spéciale* | Actualités culturelles

CHESS, un système de création de récit numérique, permet de mettre en scène les expositions proposées par les musées, comme au musée de l'Acropole (en photo) à Athènes, en Grèce.

Photo: Source Laia Pujol

CHESS, un système de création de récit numérique, permet de mettre en scène les expositions proposées par les musées, comme au musée de l'Acropole (en photo) à Athènes, en Grèce.

Ce texte fait partie d'un cahier spécial.

Lors du récent congrès de la Société des musées du Québec, placé sous le thème du récit muséal, Laia Pujol, chercheuse Marie-Curie à l'université Pompeu Fabra de Barcelone, a présenté CHESS, un système de création de récit numérique qui permet de mettre littéralement en scène les expositions proposées par les musées. Son exposé, *Histoire de CHESS. Du storytelling aux multiples dialogues dans l'espace culture*, a reçu un accueil extrêmement positif des participants.

Au moment où souffle un vent de renouveau qui redéfinit le rapport entre l'art et le public, la chercheuse catalane explique comment ce système peut changer complètement l'expérience de la visite du musée.

### Mettre en contexte

Laia Pujol souligne d'abord que CHESS n'a rien à voir avec les audioguides traditionnels. « *Habituellement, le guide explique les oeuvres une à une, soit par thème, soit par période ou encore par salle ; dans CHESS, c'est d'abord l'histoire que l'on veut raconter qui occupe le premier plan et qui sera illustrée par les oeuvres exposées. C'est pour cela que le contexte [normalement historique] des oeuvres est toujours expliqué par le narrateur dans la toute première unité de récit. Dans cette introduction, c'est non seulement le contexte de l'histoire [et donc des oeuvres] qui est présenté, mais aussi le contexte global auquel le visiteur sera exposé dans son expérience au musée. Il va de soi que l'approche sera différente selon le but visé par les conservateurs du musée et selon le profil des visiteurs.* »

Elle en donne une série d'exemples différents : celui de la Cité de l'espace à Toulouse, où l'on souhaitait relier les différents éléments du parc entre eux ; et celui du musée de l'Acropole à Athènes, où l'on voulait montrer l'importance des oeuvres d'une façon plus interactive et empathique. Celui aussi du site néolithique de Çatalhöyük en Turquie, où l'on a essayé d'encourager l'échange social entre les visiteurs ; et finalement du Stedelijk, d'Amsterdam, qui a choisi de créer plusieurs récits à partir des mêmes oeuvres et ressources numériques (images, vidéos, jeux, réalité augmentée...).

« *Sur ce point, poursuit la chercheuse, CHESS a démontré sa grande flexibilité. D'une part, les musées connaissent bien leurs visiteurs et, de l'autre, le système peut personnaliser l'expérience de la visite à volonté. Selon le profil défini, cette expérience sera plus ludique pour les enfants, plus spécialisée pour les experts, plus "générale" pour les touristes... Mais, en plus, le système est capable de modifier ou d'adapter cette approche en temps réel, selon les choix de l'utilisateur et les conditions de la visite.* »

### Raconter des histoires

Des vierges en bois du XIVe siècle aux tableaux de Kandinsky en passant par les amphores romaines, toutes les oeuvres d'art, tout le patrimoine culturel de l'humanité ont des milliers d'histoires à raconter. La

question qui se pose aujourd'hui n'est pas de savoir comment raconter une histoire, mais plutôt de définir les limites de ce récit.

*« De nos jours, reprend Laia Pujol, les nouvelles technologies nous permettent de tout raconter puisque le virtuel a le pouvoir de rendre toutes les histoires possibles ; avec l'aide des logiciels, on le sait, il est facile de tout actualiser, de tout personnaliser. On peut choisir d'être plus ludique ou plus "pointu", insister plus sur le texte ou sur le visuel, ou encore faire plus appel au récit ou au dialogue. Il est même possible de reconstruire des statues abîmées par le temps ou de rassembler toutes les oeuvres d'un artiste même si elles sont disséminées dans l'espace et le temps. Avec le numérique, le musée imaginaire d'André Malraux est finalement devenu une réalité. »*

Mais le visiteur d'aujourd'hui est déjà gavé d'images et de technologie, et il faut souvent se montrer inventif pour qu'il joue le jeu. Notre chercheuse parle de deux principales approches : l'interaction et l'empathie. *« L'interaction permet de faire participer le visiteur au déroulement de l'histoire, alors que l'empathie lui montre la dimension humaine des oeuvres d'art. Les besoins, les peurs, les aspirations, les sentiments, tout cela constitue un langage universel à travers le temps et l'espace. Voilà pourquoi, malgré les grandes diversités culturelles à l'échelle du globe, tout le monde comprend et se sent proche aussi bien de don Quichotte que des récits des Premières Nations. »*

Cela témoigne aussi de la grande part d'interprétation qui habite ceux qui conçoivent les expositions un peu partout à travers le monde. Comme le souligne Laia Pujol, c'est toujours l'équipe de spécialistes du musée qui définit les expositions qui s'installent dans ses murs et cette équipe dispose aujourd'hui d'outils performants pour affiner ses propositions.

*« Quand ils se servent de CHESS, ce sont eux — les archéologues, les historiens de l'art, les éducateurs et tous les autres — qui choisissent le thème des histoires qu'ils veulent raconter tout comme les narrateurs. Eux qui conçoivent aussi les multiples unités de récit et qui préparent, ou commissionnent, les ressources numériques nécessaires. Après, ils composent les histoires numériques et les téléchargent sur le serveur à l'aide d'un logiciel créé à cet effet. Mais leur travail s'arrête là. La composition finale se fait pendant la visite lorsque les usagers font leurs choix à chaque point de ramification de l'histoire. »*

Mais pourquoi s'arrêter en si bon chemin ? Comme le conclut notre spécialiste, les nouvelles possibilités technologiques mènent encore plus loin. *« À travers le crowdsourcing et, encore plus, le user-generated content [contenu généré par l'utilisateur], les visiteurs pourront, au fil des années, rajouter du contenu. Ils pourront même créer et partager leurs propres histoires, c'est-à-dire leurs propres interprétations du patrimoine. C'est ainsi que le musée deviendra finalement un lieu unique de communication, d'échange de récits, de dialogue. »*

À l'entendre, on peut presque affirmer que le meilleur est encore à venir.