

11. LE THÉÂTRE QUÉBÉCOIS SUR LA TOILE

Responsable : Alice ROUGEULLE



*La rhétorique de la première page :
une approche contemporaine de l'interface théâtrale*

Internet dépasse dorénavant l'observation de la seule place du théâtre sur la toile. Il s'agit également de penser, à travers les relations esthétiques qui se tissent entre les deux, ce que les sites nous révèlent de l'identité du théâtre contemporain, en tant qu'art, mais aussi en tant que lieu de représentation.

Si les précédentes éditions de *Rapports* ont répertorié une liste de sites des compagnies et théâtres, avant de s'interroger sur le rôle tenu par les blogues, sites (MySpace, YouTube) et organismes, cette section sera cette année consacrée aux premières pages des sites web de divers théâtres. Analyser ce qui constitue une véritable rhétorique virtuelle afin de comprendre leur enjeu : l'entreprise de séduction du spectateur. Aujourd'hui, les technologies numériques envahissent la scène, et les écrans trouvent une place de choix dans cet art vivant qu'est le théâtre : n'est-ce pas en amont, sur l'écran d'ordinateur du futur spectateur, que ceux-ci affirment leur pouvoir de séduction ?

Le parcours d'analyse et de compréhension que je propose s'intéresse aux aspects qui m'ont semblé particulièrement révélateurs, aux choix effectués par chaque théâtre concernant la mise en valeur de tel ou tel élément, spatial et/ou esthétique, de clarté et/ou de mystère. Je me propose ainsi de voir ce que cette devanture virtuelle qu'est la première page d'un site nous dit du théâtre contemporain québécois.

Deux précisions concernant ma démarche : étant donné le nombre important de théâtres au Québec, je ne m'intéresse pas ici à ceux n'ayant qu'un simple blogue (lesquels témoignent souvent de problèmes de mise à jour...) ; je tiens également à rappeler que cette étude a été menée au début de la saison 2008-2009, période décisive pour les théâtres puisqu'il s'agit bien évidemment de lancer la saison, de commencer à fidéliser les spectateurs par des abonnements, etc. Bref, le moment idéal pour penser cette dynamique d'entrée : entrée dans la saison, entrée sur le site, entrée dans le théâtre.

L'ESPACE DE LA PAGE

L'importance de la première page des sites des théâtres se justifie d'abord et avant tout par son caractère utilitaire : c'est là que vont se dégager, d'emblée, les informations que l'internaute et spectateur éventuel est susceptible de rechercher. Ainsi, c'est à partir de la première page qu'il est possible d'accéder aux rubriques principales (lesquelles apparaissent souvent sous les appellations suivantes : « accueil », « la saison », « abonnements », « billetterie », « le théâtre », « presse », « nous joindre »), chacune d'entre elles faisant, parfois, apparaître des sous-rubriques lorsque le curseur glisse dessus. Ces rubriques apparaissent souvent en marge ou en tête de page, cette dernière étant la plupart du temps organisée selon un principe d'encadrés. Le centre de la page est en général consacré au spectacle à l'affiche.

À cette logique d'organisation se joint une exigence de lisibilité, de clarté : ainsi, les premières pages dispensant un excès d'informations (comme par exemple le Théâtre Denise-

Pelletier de Montréal ou le Théâtre Les Gros Becs de Québec) demeurent opaques au visiteur. Le défi est de transmettre clairement les informations essentielles ou les liens y conduisant, et ce, tout en aspirant à faire oublier le caractère informatique de la page ; la recherche stylistique doit estomper la dimension géométrique de la mise en page. Les premières pages les plus réussies sont précisément celles qui parviennent à évincer, en apparence, leur caractère inévitablement informatique, au profit d'un graphisme original. Celle du Studio-Théâtre de Marionnettes (Montréal) en est un parfait exemple.

LA SÉDUCTION PAR L'IMAGE

Cette capacité de l'outil Internet à se faire oublier comme tel est étroitement liée à la rhétorique picturale que celui-ci déploie. La première impression que va avoir l'internaute en entrant dans le site passe par l'esthétique. Fondamentalement art du voir, le théâtre doit, en amont, séduire et attirer par le visuel. Les couleurs prennent dès lors une place de choix dans les premières pages : celles-ci se trouvent souvent liées au spectacle à l'affiche (cf. site du Théâtre Prospero de Montréal), au lieu théâtral (pour la première page du site de l'Usine C, les dominantes rouille et noir sont à l'image du lieu), ou encore à la ligne esthétique du théâtre, de sa programmation (les couleurs vives dominent sur les pages web des théâtres jeunesse).

À ce choix des couleurs se superpose celui du support pictural : l'image doit l'emporter sur le texte. Certaines pages se centrent sur des photographies (du bâtiment, de spectacles), avec souvent des effets de collage et de superposition, d'autres sur des dessins créés spécialement pour le site. Et outre ces images, leur immobilité ou mise en mouvement est à considérer : certaines pages se démarquent par leur animation dès l'entrée sur le site. Une animation qui participe d'une recherche d'efficacité en permettant à l'internaute, comme c'est le cas pour le Théâtre du Nouveau Monde, de voir les photos des différents spectacles de la saison sans pour autant que celui-ci ait besoin de cliquer sur quelque icône que ce soit, ou encore de créer un effet presque « dramatique » d'attente : la première page du Théâtre du Trident s'ouvre sur un brouillard bleuté qui laisse progressivement apparaître la photo du spectacle à l'affiche.

Enfin, les effets recherchés pour persuader le futur spectateur vont même parfois jusqu'à inclure une dimension sonore (sites de l'Espace GO ou du Théâtre du Rideau Vert, par exemple), laquelle témoigne de l'importance de la première impression de l'internaute. À ce titre, l'ouverture du site du Nouveau Théâtre Expérimental mérite notre attention : la musique précède même l'image et plonge ainsi dès la première seconde le visiteur dans l'univers déjanté de la compagnie ; la séduction s'exerce par le recours à un humour décalé, où le graphisme naïf et volontairement kitsch se mêle aux croassements des grenouilles et aux gazouillis des oiseaux.

L'INTERFACE DU LIEU THÉÂTRAL

Cette recherche esthétique parfois poussée à l'extrême nous permet d'affirmer la chose suivante : plus que par les spectacles en eux-mêmes, c'est par le lieu, le bâtiment qu'est le théâtre que les premières pages cherchent le plus souvent à attirer du public. La première page web du site de l'Usine C présente, de par la mise en page et les couleurs, davantage le lieu que les pièces qui y sont programmées ; les précisions concernant ces derniers sont à chercher sur les autres pages du site. Et ce cas n'est qu'un exemple parmi d'autres.

Tout se passe comme si le premier contact, virtuel, avec le théâtre, reproduisait l'impression que peut voir le spectateur en entrant physiquement dans un lieu singulier. En transposant une ambiance, une atmosphère, l'espace de la page tend à se faire image du lieu, et

l'entrée sur le site, entrée dans le théâtre. La première page met donc en place un véritable dispositif, allant parfois jusqu'à ajouter une « avant-première page » : l'entrée sur le site du Monument-National de Montréal, pour citer un théâtre mettant l'accent sur son ancienneté comme sur sa récente rénovation, se fait d'abord par une première interface : une page au fond noir, sur laquelle se dégage, sur la moitié gauche, une photographie des strapontins rouges et or de l'une des salles. Le sigle « Entrée / *Entrance* » apparaît sur l'autre moitié de la page, et devient ainsi comme la porte du théâtre, que l'internaute pousse pour avoir véritablement accès à l'intérieur (du site, du théâtre) et ainsi trouver les diverses informations qu'il est susceptible de rechercher.

De là une question, renversant le lien de causalité : l'importance et le déploiement croissant de la toile ne sont-ils pas précisément les vecteurs de ce regain d'intérêt pour le lieu théâtral lui-même ? Si, auparavant, le premier contact avec le lieu se faisait le soir du spectacle, lorsque le spectateur s'y rendait, aujourd'hui, c'est par lui qu'il s'agit d'attirer le spectateur. Il est devenu le signe de l'esthétique des créations qui y sont proposées, de son orientation artistique.

DÉPASSER LE THÉÂTRE : LE PARADOXE DE LA PREMIÈRE PAGE

C'est que, rappelons-le, le théâtre se développe de plus en plus comme lieu à part entière, au-delà de ses salles de représentation. Chaque théâtre a une histoire, une esthétique, un projet. On peut notamment trouver sur certaines pages des liens pour soutenir financièrement le théâtre concerné (participation à sa rénovation, etc.), ou pour rejoindre l'association de ses amis. Ces liens témoignent d'un paradoxe qui est apparu au fil de mes visites virtuelles et ouvertures de premières pages : le théâtre québécois tend à attirer, de prime abord, le spectateur par autre chose que lui-même. Outre le caractère ludique conféré à la navigation sur les sites, ce sont les services proposés au-delà des spectacles qui apparaissent d'emblée : inscription à la *newsletter* ou au cyber-magazine, concours, expositions, projections, et surtout... informations concernant le restaurant du théâtre ! Le spectateur averti se doit également d'être un fin gourmet : lien pour la réservation, menu et prix apparents, message de bienvenue, autant de détails qui finissent par occuper visuellement plus d'espace que l'activité artistique du lieu. La première page du Caveau-Théâtre de Trois-Pistoles est essentiellement dédiée au détail de ses forfaits souper-théâtre, de son menu, mais aussi aux coordonnées des restaurants et des hôtels à proximité...

À la tendance actuelle d'entremêlement des arts, les premières pages des sites de théâtre répondent par un décloisonnement des informations concernant leurs activités, qu'elles soient artistiques ou non ; à celle d'invasion de l'espace scénique par les écrans, par une aspiration à faire oublier la froideur de celui de l'ordinateur ; et à celle d'une participation accrue du spectateur durant les représentations, par une invitation à faire entrer ce dernier au sein d'une atmosphère, celle du lieu théâtral. Le tout en faisant preuve d'inventivité : la réussite de la première page web devient ainsi le signe de la position adoptée par le théâtre vis-à-vis de l'esthétique contemporaine. Lieu ouvert sur le monde, celui-ci se doit de l'être également sur ce qui environne et dépasse la seule représentation.

ARRÊT SUR IMAGE : LA PREMIÈRE PAGE DU SITE DU THÉÂTRE DE LA CHAPELLE (MONTRÉAL) - www.lachapelle.org/

Voici le site qui, à mon goût, mérite ce qui pourrait constituer le « premier prix de la première page », de par son esthétique, son originalité et son organisation.

LE THÉÂTRE QUÉBÉCOIS SUR LA TOILE

Lorsque la page s'ouvre, l'internaute voit apparaître un cadre blanc occupant la quasi-totalité de l'écran, sur lequel sont écrits les uns à la suite des autres, en grands caractères, des mots en gris, séparés par des virgules. Un seul mot se distingue, par une couleur différente. En cliquant dessus, on accède à la page du spectacle à l'affiche. Chaque terme correspond en fait à un spectacle de la saison, en tentant de le définir par un adjectif, un nom ou un verbe. Toutes les rubriques dispensant les informations générales (accueil, programmation, le théâtre, billetterie, presse, contact) se trouvent au-dessus du cadre.

Cette page puise donc son efficacité dans son originalité esthétique, à laquelle se joignent la clarté et la simplicité de son organisation. Intrigante, elle tend à dérouter le visiteur, et ce, au sens premier du terme, c'est-à-dire en suscitant chez lui le désir d'explorer toutes les virtualités du site. De fait, le style épuré laisse deviner une atmosphère propre aux lieux d'expérimentation artistique contemporaine. L'exploration des possibles d'une première page s'avère en définitive intimement liée à celle des possibles scéniques.