



BILAN DES ENQUÊTES - ETUDES DES PUBLICS

Cette note propose un bilan des deux enquêtes menées au cours du semestre dans le cadre du cours d'études des publics, auprès des publics du Théâtre Gérard Philipe à Saint-Denis et du Sample à Bagnolet. Ces travaux de terrain ont permis tous deux de confronter les apports théoriques avec les réalités empiriques de la collecte de données. Cette analyse examine les conditions de mise en œuvre, la pertinence méthodologique des supports et formule des pistes d'amélioration pour de futures recherches.

I. Conditions de mise en oeuvre

Au Théâtre Gérard Philipe, l'enquête s'est déroulée à l'occasion de trois représentations, une heure avant le début de ces dernières. Elle prenait donc place dans un temps contraint, auprès d'un public arrivant progressivement, parfois au dernier moment et souvent pressé d'entrer en salle. L'interrogation se faisait sur le parvis du théâtre et dans le hall, ce qui impliquait d'aller vers les spectateurs et de capter leur attention rapidement.

Au Sample, les conditions de mise en œuvre de l'enquête sont liées au fonctionnement du lieu lui-même. Tiers-lieu culturel à Bagnolet, le Sample accueille des publics quasi-uniquement dans un contexte festif, laissant peu de place à la possibilité de mettre en place un questionnaire en face-à-face. Fonctionnant beaucoup via ses réseaux sociaux, l'enquête s'est donc déroulée via la diffusion du questionnaire sur la page Instagram du lieu.

II. Méthodologie et supports d'enquête

Au Théâtre Gérard Philipe, l'enquête a été administrée en face-à-face par les étudiants, directement auprès des spectateurs, avant le début de trois représentations. Ce mode de recueil des données permet un contact direct avec les publics, offrant la possibilité d'accompagner les répondants dans la compréhension des questions. Il permet également à chaque enquêteur d'adapter la formulation des questions aux réactions de l'enquêté. Toutefois, le contexte de mise en œuvre du questionnaire a pu rendre difficile le succès de l'approche du public : de nombreux spectateurs, déjà engagés dans un moment de loisir, se montrent peu enclins à consacrer du temps à une enquête, d'autant plus que beaucoup arrivent peu avant le début de la représentation, ce qui réduit encore leur disponibilité. Par ailleurs, la présence de l'enquêteur a pu influencer les réponses, les enquêtés étant tentés d'adopter des réponses perçues comme socialement valorisées.



Le questionnaire reposait sur des questions courtes et fermées, adaptées aux contraintes temporelles du contexte. Si l'adresse directe aux enquêtés présente de nombreux avantages, elle a pu également susciter certaines situations de malaise. Certains enquêtés étaient réticents à l'idée de répondre à des questions portant sur leur identité (âge, genre, nationalité) donnant lieu à des situations parfois inconfortables, tant pour les enquêtés que les enquêteurs.

A l'inverse, pour le Sample, le questionnaire a uniquement été diffusé en ligne via la page Instagram du lieu, sans interaction directe avec les répondants. Étant auto-administré, ce mode de diffusion présente l'avantage de pouvoir toucher en principe un public plus large, de nombreuses réponses pouvant être recueillies en même temps, s'affranchissant des contraintes temporelles liées à la présence sur le site. Les répondants peuvent ainsi répondre à leur rythme, dans un cadre potentiellement plus favorable à des réponses spontanées et sincères grâce à un dispositif pleinement anonyme. Cependant, ce dispositif repose entièrement sur la démarche volontaire des individus, entraînant un biais important d'auto-sélection : seuls les individus déjà engagés auprès du lieu, intéressés par celui-ci et actifs sur les réseaux sociaux sont susceptibles de répondre. L'échantillon obtenu peut apparaître ainsi peu représentatif de l'ensemble des publics du lieu à cet égard. Aussi, l'absence d'accompagnement peut entraîner des incompréhensions ou des réponses moins approfondies.



Concernant le format des questions, il y a des questions fermées et ouvertes. Si les questions fermées ne posent généralement pas de problème, les questions ouvertes laissent place à davantage de difficultés : elles sont en effet plus susceptibles d'être abandonnées. Aussi le recueil des réponses à ces questions ouvertes peut s'avérer difficile dans la mesure où des enquêtés peuvent employer des mots différents pour signifier une même chose, ce qui peut contraindre l'identification de tendances majoritaires.



III. Pistes d'amélioration

Au regard des difficultés rencontrées, plusieurs axes d'amélioration sont envisageables pour optimiser ces dispositifs.

Pour le TGP, il serait judicieux de proposer un mode mixte : le face-à-face pour les spectateurs disponibles, couplé à une version en ligne pour ceux qui souhaitent répondre plus tard. Cela permettrait de capter les publics pressés tout en conservant la qualité et l'avantage du contact humain quand cela est possible.

Pour le Sample, l'enquête gagnerait à être diffusée de façon permanente sur Instagram (et non uniquement pendant des périodes de 24h) mais aussi via des supports physiques sur place (QR codes sur les tables, affiches...). Cela permettrait de toucher un public présent sur le site mais pas forcément connecté au moment de la diffusion du questionnaire. De plus, une annonce préalable par l'équipe du lieu, soulignant l'importance de cette enquête pour le bon fonctionnement du projet ainsi que du lieu, pourrait réduire le biais de sélection.

Ces deux enquêtes montrent que la qualité d'un recueil ne dépend pas seulement de l'outil choisi, mais de son adéquation au terrain et aux publics visés. Elles rappellent ainsi qu'une enquête produit toujours autant de données sur les répondants que sur les conditions dans lesquelles on les sollicite. 