



Note de bilan – Enquêtes des publics du TGP et du Sample

Introduction

Lors de ce semestre, nous avons réalisé deux enquêtes des publics. La première avait pour cible le Théâtre Gérard Philippe, situé à Saint-Denis. La seconde, Le Sample, tiers-lieu culturel situé à Bagnolet.

Ce sont deux lieux très différents, tant dans leur structure que dans la programmation qu'ils proposent, mais nous allons tout de même les comparer par le biais des enquêtes que nous avons réalisées. Pour l'un, le formulaire qui nous a été transmis et nous avons pu l'utiliser sur le terrain, pour l'autre, nous avons réalisé le questionnaire mais ne l'avons pas « expérimenté » via une rencontre. Pour chaque grande partie, nous la diviserons en 2 pour chaque lieu.

I) Conditions de mise en œuvre


Comme dit plus haut, les deux enquêtes que nous avons réalisées ont été très différentes dans leur condition de mise en œuvre.

En effet, pour le TGP, nous avions déjà un formulaire que nous avons repris pour en expérimenter le travail d'enquête de terrain. Nous allions au TGP pour questionner les spectateur•ices avant leur spectacle, cela s'est produit 3 fois, pour 3 pièces différentes. Ainsi lors de nos enquêtes, nous devions sélectionner la pièce, pour que le questionnaire soit en lien avec la programmation et que l'enquête puisse être « suivie » par le directeur des relations avec le public du lieu. Nous ne nous sommes pas chargé•es de l'analyse des données.


Pour le Sample, nous avons créé ensemble un questionnaire « inédit » (dans le sens où nous l'avons constitué ensemble, en classe), et n'avons, cette fois-ci, pas enquêté sur le terrain. En revanche, nous avons analysé les réponses ensemble par thèmes du questionnaire. Celui-ci était diffusé sur le compte Instagram du lieu et l'équipe interne se chargeait de le remettre en story pour induire les personnes à y répondre.


II) Méthodologie


Afin d'avoir les meilleurs résultats d'enquêtes et de constituer un formulaire qui soit le plus juste possible, nous devons suivre une certaine méthodologie.


En effet, les deux axes principaux sont l'approche quantitative qui permet de produire des statistiques et de mesurer des écarts, et l'approche qualitative qui permet de comprendre les logiques d'usage. Nous pouvons ainsi dire que la combinaison des deux méthodes permet un formulaire réussi et donc des réponses pertinentes à analyser. 

Pour le TGP, le questionnaire était donc déjà réalisé, il ne nous restait plus que la partie sur le terrain et l'analyse des réponses. Pour l'approche quantitative, la diffusion consistait en un mode face à face sur place, ainsi nous pouvions nous représenter l'échantillon enquêté, et nous pouvions nous permettre de constituer un questionnaire plus long et complexe. Les modalités de l'enquête étaient claires : définir le public du TGP sur 3 dates distinctes au niveau structurel. Deux types de questions coexistent dans l'enquête : les questions fermées et les questions ouvertes, les questions fermées étant les plus utilisées dans ce formulaire, permettant une certaine fluidité de l'échange.

Pour l'approche qualitative, nous nous engageons dans des entretiens individuels directifs,  amorçons par le « cadre contractuel » définissant nos intentions : mener une étude des publics du TGP qui durait 7 minutes environ, et la description de notre activité : ici, que nous étions étudiant•es à Paris 1 et que cette enquête constituait également un enjeu de notre cours. Une fois le contact établi, nous posions simplement les questions qui s'affichaient sur notre téléphone et enregistrions les réponses automatiquement dans la base de données. Pour le TGP, nous n'avons pas à proprement dit analysé les réponses de près.

Pour le Sample, la méthode est encore une fois très différente. Nous avons réalisé le questionnaire ensemble, en classe, n'avons pas enquêté sur le terrain mais avons analysé les données en aval. Pour l'approche quantitative, la diffusion consistait en un mode auto-administré à distance (lien disponible sur le compte Instagram du Sample), ainsi nous n'avons pas besoin de nous déplacer, et le panel des personnes interrogées était plus vaste. Malgré cela, le taux de retour de ce mode d'évaluation constitue environ 15 %  s modalités de l'enquête étaient claires : définir le public du Sample en regard de son emplacement géographique et de sa fermeture en juin prochain. Nous avons ainsi déterminé les grands thèmes que nous avons ensuite subdivisé en questions ciblées. Nous avons à nouveau intégré des questions fermées et ouvertes. Un fort accent était mis sur les questions fermées avec néanmoins beaucoup plus de questions ouvertes que le questionnaire du TGP, ce qui permettait une plus grande liberté de réponse, d'autant plus que nous étions à distance.

Pour l'approche quantitative, nous nous engageons à nouveau dans des entretiens individuels  directifs malgré la distance. L'introduction à l'initiative du formulaire était écrite cette fois-ci, à l'amont des questions. Des techniques de relance ont été utilisées de la part de l'équipe interne

du Sample, en mettant le lien du formulaire en évidence dans leur story plusieurs fois durant la période d'analyse des publics, permettant d'avoir une vague plus importante de réponses d'un coup  nous avons, à l'instar du TGP, analysé les réponses des formulaires du Sample, avec notamment une analyse statistique et une analyse thématique par grands thèmes du questionnaire.

III) Supports d'enquête (questionnaires)


Les supports d'enquêtes, comme dit précédemment, étaient assez différents dans leur conception, puisque nous en avons réalisé un – celui du Sample. Les deux étaient sous forme numérique hébergé par *Le Sphinx*. Ainsi, ils se ressemblent formellement mais les publics du TGP ne le voyait pas, étant donné que nous tenions nous-mêmes notre téléphone lorsqu'ils répondaient.

Concernant les grands thèmes du formulaire du TGP, nous retrouvons une page de présentation à l'instant T (le spectacle qu'ils étaient venu•es voir, avec qui, et comment ils avaient découvert le lieu), les sorties au théâtre, et une très grande partie consacrée à leur individualité et leur(s) origine(s). La deuxième personne du pluriel est adoptée, engageant avec un certain respect (comme le veut la langue française) l'interaction avec la personne enquêtée.


Concernant les grands thèmes du formulaire du Sample, nous retrouvons la fréquentation du lieu, l'accessibilité, la programmation et l'implication, et enfin une page sur l'individualité de la personne enquêtée. La deuxième personne du singulier est adoptée, engageant une certaine proximité avec le public (qui est plus jeune que celui du TGP).


IV) Propositions d'amélioration

Plusieurs propositions d'amélioration sont possibles, selon moi. Lorsque l'on s'adresse à des humains ou que l'on essaie de faire des analyses statistiques et sémiologiques des publics, il est nécessaire de se remettre en question sur les biais à l'œuvre dans nos échanges.


Je vais d'ailleurs citer bell hooks, dans *À propos d'amour* : « Une bonne définition marque un point de départ et nous permet de savoir où nous souhaitons arriver » .

Pour le TGP, les grands thèmes sont très inégaux dans leur temps de consécration. En effet, la partie sur l'individualité de la personne enquêtée constitue quasiment la moitié de l'entretien. Une étude des publics se doit de recenser les personnes qui sont spectateur-ices ou visiteur-euses du lieu, néanmoins, nous avons remarqué avec l'ensemble de la classe, qu'arrivé•e à cette

partie du questionnaire, nous étions gêné•es. Celle-ci s'attaquait à des questions très intimes et nous nous interrogeons sur leur utilité. Je vais en citer quelques-unes : le lieu de naissance des parents, la nationalité des parents, avec qui iels vivent, etc. Et pour d'autres questions, notamment le genre de la personne ou la nationalité, je pense qu'il faut se questionner sur comment amener la question de la meilleure façon possible pour que l'information ne soit pas perçue comme intrusive mais comme permettant à l'enquête d'avancer. Dans le questionnaire du Sample, une case en plus « ne souhaite pas répondre » est ajoutée, et je pense que cela est nécessaire de laisser l'espace aux personnes enquêtée de pouvoir refuser de répondre à certaines questions. Également, toutes les catégories socio-professionnelles n'étaient pas renseignées, alors lorsque nous étions face à des personnes intermittent•es du spectacle, nous ne pouvions pas répondre justement. Pour conclure sur le TGP, nous faisons l'enquête en amont de la pièce, pourtant nous enregistrons le spectacle que les personnes étaient venues voir. Pour chaque pièce, le public du théâtre doit changer quelque peu, mais nous pouvons également imaginer que nous faisons une enquête en aval de la pièce et ajouter des questions sur la programmation ainsi que sur le spectacle visionné. Je sais que le but est de recenser le type de public qui vient pour telle ou telle pièce mais je pense que nous pourrions penser plus loin et questionner de manière plus approfondie la programmation du lieu. 

Pour le Sample, nous avons créé ensemble le questionnaire alors il est plus compliqué de trouver des pistes d'amélioration. Néanmoins, nous avons aimé l'interactivité de l'enquête sur place et je pense que cela devrait être privilégié, notamment lorsqu'il est question de structures culturelles telles que le Sample ou encore le TGP. Je pense que le questionnaire à distance a une grande qualité qui est l'intimité et peut-être – pourrait-on dire – l'honnêteté car les personnes sont seules face à elles-mêmes, mais il a aussi un grand défaut qui est notamment le manque d'humanité et la grande facilité à être ignoré. 

Conclusion

Ces deux enquêtes ont été très formatrices, que ce soit au niveau du processus de création du formulaire, à l'interaction aux publics, ou encore à l'analyse des données. Ce travail m'a permis de réaliser que chaque enquête est différente selon le lieu dans lequel on se situe, la manière de poser les questions, le public étudié ou encore la cible que l'on donne à notre projet. Les deux enquêtes mentionnées se ressemblent quelque peu sur leur méthodologie,  mais ne visent pas du tout les mêmes axes, et c'est principalement en cela qu'elles sont différentes.