

# RAPPORTS DES JEUNES À LA MUSIQUE À L'ÈRE NUMÉRIQUE

SYNTHÈSE DE L'ENQUÊTE  
MENÉE EN PAYS DE LA LOIRE

*par Claire Hannecart, avec l'appui de  
Nicolas Crusson & Hélène Fourrage*

*enquête réalisée en partenariat avec*



# Sommaire

<b>Préambule – Méthodologie</b> . . . . .	<b>3</b>
<b>Le spectacle Peace&amp;Lobe – Contexte</b> . . . . .	<b>4</b>
<b>JEUNES ET MUSIQUES : ÉVOLUTION DES PRATIQUES À L'ÈRE NUMÉRIQUE</b> . . . . .	<b>6</b>
<b>Évolution des goûts musicaux</b> . . . . .	<b>7</b>
Le Hip-Hop champion toutes catégories	
Une multiplicité de styles appréciés et détestés	
Connaissance de groupes régionaux	
Goûts musicaux et critères sociodémographiques	
<b>Les sorties.</b> . . . . .	<b>10</b>
Sorties en concert	
Fréquentations différenciées selon les lieux	
Sorties en boîtes de nuit	
<b>Pratiques instrumentales</b> . . . . .	<b>12</b>
Des pratiques instrumentales qui varient selon l'âge et l'origine sociale	
Des modes d'apprentissages très variés	
Des pratiques soutenues de la part des jeunes musiciens	
<b>Pratiques d'écoute.</b> . . . . .	<b>13</b>
Une écoute multi supports mais un support incontesté: le Smartphone	
L'importance du téléchargement	
Le streaming en constante évolution	
<b>JEUNES ET RISQUES AUDITIFS : MODALITÉS D'ÉCOUTE, IMPACTS SUR LA SANTÉ &amp; RÉCEPTION DU SPECTACLE</b> . . . . .	<b>16</b>
<b>Comportements et perception des risques auditifs</b> . . . . .	<b>17</b>
La part des jeunes écoutant la musique à un niveau sonore très élevé augmente	
81 % des jeunes écoutent plus d'une heure de musique par jour	
Troubles auditifs : 58 % des 12-19 ans ont déjà ressenti des acouphènes	
<b>Impact du spectacle Peace&amp;Lobe</b> . . . . .	<b>19</b>
Appréciation du spectacle	
Acquisition de nouvelles connaissances	
Efficacité du spectacle : changements de comportements	
<b>Remerciements</b> . . . . .	<b>23</b>

# Préambule

Cette enquête porte sur l'évolution des pratiques des jeunes liées à la musique à l'ère numérique et les effets induits sur leur santé. Elle a été menée par le Pôle de coopération pour les musiques actuelles en Pays de la Loire en collaboration avec Mus'Azik, et repose sur les réponses de plus de 2000 adolescents âgés de 12 à 19 ans scolarisés en Pays de la Loire. Un 1<sup>er</sup> volet permet d'aborder les goûts musicaux, sorties en concerts et boîtes de nuit, les pratiques instrumentales et la consommation de musique. Un 2<sup>nd</sup> volet examine les modalités d'écoute des jeunes (durée, volume...) et leurs rapports aux risques auditifs, il évalue également l'impact du dispositif de prévention Peace&Lobe.

Les données de cette enquête concernant les adultes de demain constituent une ressource pour l'ensemble des acteurs de la filière musicale, de l'éducation et de la santé. Elles permettent de saisir les pratiques des jeunes, pour adapter et améliorer les actions en prenant en considération les transformations en cours. Car la musique est non seulement la pratique culturelle préférée des jeunes<sup>1</sup>, mais les pratiques juvéniles impactent amplement les futurs comportements en matière de risques auditifs et de consommation culturelle.

## OBJECTIFS

Analyser les pratiques et comportements des jeunes liés à la musique et saisir les évolutions en cours grâce à des comparaisons dans le temps.

Observer la perception des risques auditifs, repérer les répercussions sur la santé et évaluer la réception du spectacle Peace&Lobe et des messages préventifs liés à l'écoute de musique.

# Méthodologie de l'enquête

**1** Donnat Olivier, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*. Enquête 2008, Paris : La Découverte, Ministère de la Culture et de la Communication, 2009, 288p.

**2** 2 217 répondants dont 2 194 questionnaires exploitables.

**3** Les données concernant la population de référence ont été connues grâce aux données transmises par le Rectorat de l'Académie de Nantes.

**4** En pratique la méthode consiste à accorder des « poids » différents aux répondants (pondérer les observations) en fonction des quotas de répartition de la population de référence.

**5** Connue à travers la Catégorie Socioprofessionnelle (CSP) des parents : **Profession intermédiaire** : Enseignement ; Santé (infirmier, aide-soignant, kiné) ; Social (éducateur), Technicien-Agent de maîtrise / **Ouvrier** : industriel, artisanal, agricole, chauffeur / **Employé** : agent administratif, secrétaire, commercial, vendeur / **Cadre, profession intellectuelle sup.** : avocat, art et spectacle, médecin, notaire, comptable, architecte, ingénieur / **Artisan, commerçant, chef d'entreprise** (artisan = boulanger, boucher. Commerçant = hôtel, café, restaurant, fleuriste. Chef d'entreprise = industrie, services, BTP) / **Agriculteur** : viticulteur, pêcheur / **Autres situations** : retraite, chômage, inactivité, décès.

La récolte des données s'est déroulée au cours de l'année 2014 via des questionnaires en ligne, ce qui a permis de récolter les réponses de 2 194 jeunes<sup>2</sup>. Le questionnaire a pu être utilisé comme un outil pédagogique par les professeurs afin de revenir sur les messages transmis pendant le spectacle Peace&Lobe.

La population de référence sur laquelle porte l'enquête désigne les jeunes scolarisés de la 4<sup>e</sup> à la Terminale en Pays de la Loire. L'échantillon étudié dans cette synthèse est représentatif car il est constitué à partir des critères de répartition de la population de référence (en termes de sexe, cycle scolaire et origine géographique)<sup>3</sup>. On parle d'échantillonnage par quotas<sup>4</sup> qui permet d'extrapoler les résultats de l'enquête.

Afin d'orienter l'analyse des données, l'enquête suppose l'élaboration d'hypothèses. Nous avons fait l'hypothèse que l'âge, le sexe, l'origine géographique mais aussi l'origine sociale<sup>5</sup> pouvaient influencer les pratiques telles que les façons d'écouter la musique (durée, volume, supports), les styles musicaux préférés ou détestés, les types de sorties et lieux fréquentés (concerts, festivals...), les comportements face aux risques auditifs, etc. Pour parvenir à vérifier si des hypothèses sont vraies, nous réalisons des tests statistiques de corrélation : il s'agit d'étudier la force du lien qui existe entre un comportement et un déterminant sociodémographique.

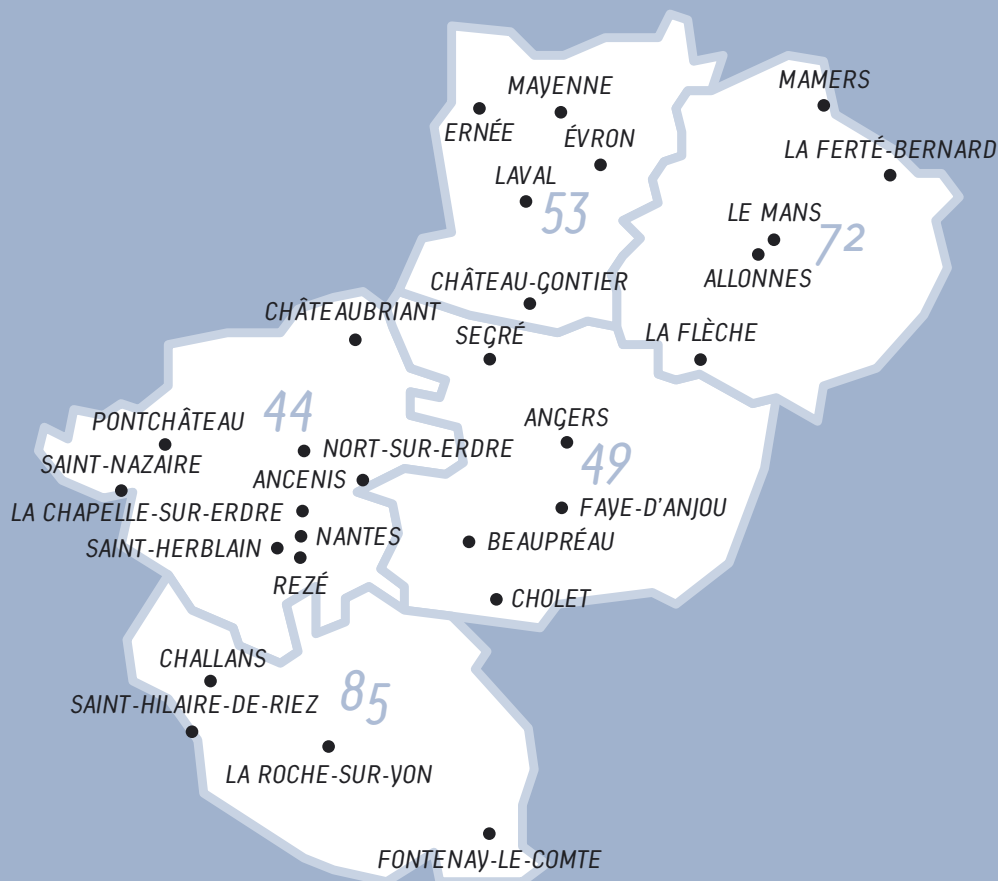
# Le spectacle Peace and Lobe



Le dispositif de prévention des risques auditifs Peace&Lobe est un spectacle musical pédagogique d'une durée d'1h20 avec des projections vidéo, un répertoire joué en live, des échanges entre musiciens et jeunes qui lui donnent une dimension ludique et éducative. Il vise à sensibiliser les jeunes aux risques liés à l'écoute de musique à des volumes sonores importants. Produit en Pays de la Loire par l'association Mus'Azik, le spectacle a pris de l'ampleur depuis sa refondation en 2008 et mobilise de nombreux partenaires<sup>6</sup> (en 2014 on compte 12 000 jeunes touchés, 27 salles partenaires, 197 établissements scolaires, 62 représentations). Afin que le contenu du spectacle soit en phase avec les pratiques des jeunes, une 1<sup>re</sup> évaluation de sa réception a été menée au cours de l'année 2008 par le Pôle<sup>7</sup>. Relancée en 2014, cette enquête est l'occasion d'une exploration sociologique des pratiques et comportements des jeunes en matière de musique et permet en outre d'analyser leurs évolutions.

## Rayonnement du spectacle Peace&Lobe en Pays de la Loire

- Allonnes** : Salle Jean Carmet
- Ancenis** : Le Théâtre Quartier Libre
- Angers** : Chabada
- Beaupréau** : La Loge
- Challans** : Théâtre Le Marais
- Châteaubriant** : Le Théâtre de Verre
- Château-Gontier** : Carré
- Cholet** : Jardin de Verre
- Ernée** : Espace Clair de Lune
- Evron** : Trait d'Union
- Faye-d'Anjou** : Villages en Scène
- Fontenay-le-Comte** : Centre René Cassin
- Laval** : 6 par 4
- La Chapelle-sur-Erdre** : Capellia
- La Ferté-Bernard** : Centre Athena
- La Flèche** : Carroi-Copelia
- La Roche-sur-Yon** : Fuzz'Yon
- Le Mans** : MJC les Saulnières / Oasis
- Mamers** : Espace Saugonna
- Mayenne** : Le Grand Nord  
Foin de la Rue
- Nantes** : Stéréolux / La Bouche d'Air  
Salle Paul Fort / MQ Doulon
- Nort-sur-Erdre** : Cap Nort
- Pontchâteau** : Le Carré d'Argent
- Rezé** : Barakason
- Saint-Herblain** : La Maison des Arts
- Saint-Hilaire-de-Riez** : Espace 45 Tours
- Saint-Nazaire** : Vip
- Segré** : Centre Culturel Le Cargo





# Contexte

## Territoire et population des Pays de la Loire<sup>8</sup>

5 départements : Loire-Atlantique (Nantes, 44), Maine-et-Loire (Angers, 49), Mayenne (Laval, 53), Sarthe (Le Mans, 72), Vendée (La Roche sur Yon, 85). Le département de la Mayenne est le moins peuplé, puis viennent la Sarthe et la Vendée, ensuite le Maine-et-Loire et enfin la Loire-Atlantique, le plus peuplé.

La région compte 3,6 millions d'habitants dont 1 million de jeunes de moins de 20 ans – 110 hab. /km<sup>2</sup> – 1 500 communes – 1 métropole : Nantes

On compte près de 250 000 jeunes scolarisés de la 4<sup>e</sup> à la Terminale en Pays de la Loire<sup>9</sup> dont 37 % de 4<sup>e</sup>/3<sup>e</sup> et 63 % de lycéens (général, technique et professionnel). Parmi eux, 37 % vivent en Loire-Atlantique, 23 % en Maine-et-Loire, 16 % en Vendée, 16 % en Sarthe et 8 % en Mayenne. Cette répartition territoriale des élèves corrèle celle de la population régionale.

**6** Des professionnels de la santé, de l'éducation et de la culture : cf. partenaires en fin de document.

**7** Jérôme Guibert, Delphine Lambert, Emmanuel Parent, *Les comportements adolescents face à la musique*, 2009. Si les deux échantillons sont différents compte tenu de l'évolution de la population de référence, leur taille importante et leur constitution en échantillon représentatif garantissent la possibilité d'établir des comparaisons.

**8** Source : Insee et Rectorat de l'Académie de Nantes.

**9** Les 6<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> ne font pas partie de l'échantillon de répondants car ils ne sont pas destinataires du spectacle.

**10** La 1<sup>re</sup> enquête date de 1973. Les enquêtes sont menées par le DEPS (Départements des Études de la Prospective et des Statistiques du Ministère de la Culture). L'ensemble de ces données ont récemment été comparées : Donnat Oliver, *Pratiques culturelles, 1973-2008. Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales*, DEPS, 2011.

**11** Anne-Marie Green, *Des jeunes et des musiques : rock, rap, techno*, Paris : L'Harmattan, 1997, 319p.

**12** Selon une enquête du DEPP (Département de l'Évaluation, de la Prospective et de la Performance, Ministère de l'Éducation Nationale) auprès de 27 000 élèves de 3<sup>e</sup>.

**13** Tels Genius sur iTunes.

**14** Ipsos, *Enquête auprès de la population française sur le phénomène des acouphènes*, 4 mars 2014.

► **Évolution des pratiques culturelles.** Avec le numérique nous sommes entrés dans une nouvelle ère qui a entraîné de profonds bouleversements, aussi bien du travail, que des modes d'organisation quotidiens, mais encore des conditions d'accès à la culture : dématérialisation, stockage et échanges de contenus. En somme on note une **évolution des pratiques culturelles à l'ère numérique** : les nouveaux supports et usages s'articulent aux plus anciens tels que la télévision et la radio en les complétant. Les formes d'appropriation et d'autoproduction (vidéo, musique, photographie) sont des conséquences majeures de l'ère numérique.

► **La musique est la pratique culturelle préférée des français**, aussi bien en termes d'écoute que de pratiques instrumentales : cela est attesté depuis que le Ministère de la Culture mène des enquêtes sur les pratiques culturelles des français<sup>10</sup>. L'intérêt pour la musique n'a cessé de progresser : entre 1997 et 2008 on note une augmentation des écoutes quotidiennes de musique, on passe de 27 % à 34 % de français qui écoutent quotidiennement de la musique (en plus de la radio). Le « boom musical » des années 1970 (arrivée de la chaîne hifi puis du baladeur) s'est largement prolongé avec l'arrivée du numérique : les choix et goûts culturels, *a fortiori* musicaux, constituent un aspect considérable de la construction identitaire aujourd'hui.

► **L'écoute de musique se démultiplie** : la dématérialisation de la musique a augmenté les possibilités de son écoute. En devenant numérique au tournant des années 2000, la musique a gagné en accessibilité. Les transferts d'un support à l'autre ainsi que la multiplication des supports d'écoute (téléphone, tablette, lecteur mp3, ordinateur...) ont rendu la musique de plus en plus présente au quotidien<sup>11</sup>, dans le cadre privé (domicile) ou dans l'espace public (transports en commun, travail).

► **Les jeunes s'approprient la musique** : la musique est en tête des loisirs des jeunes<sup>12</sup> mais les pratiques ont radicalement changé : les encombrants baladeurs cassettes ou CD ont été remplacés par des Smartphones, les chaînes-hifi par des Play List (souvent générées par des algorithmes<sup>13</sup>). Nous avons bien affaire à une « génération numérique » (*Net gen*), qui atteste que l'évolution des supports conditionne l'évolution des pratiques. Quelles conséquences génère la grande disponibilité de la musique ? L'intensité des pratiques culturelles liées à la musique (écoute, concerts) a-t-elle des conséquences négatives sur les rapports aux risques auditifs ? C'est entre autres ce que nous explorons au travers de cette étude.

► **Écoute musicale et conséquences sur l'audition** : les dispositifs de prévention liés à l'écoute de musique se sont développés à partir de la fin des années 1990. Ils correspondent à une prise de conscience du secteur professionnel des musiques actuelles et des acteurs de la santé, quant à la nécessité d'intervenir en matière de risques auditifs. Leur objectif est de faire face au développement de l'offre de concerts et de lieux de répétitions, mais aussi à la fréquentation massive de boîtes de nuit et la démultiplication des supports d'écoute auxquels les jeunes sont particulièrement sensibles. Une enquête de l'IPSOS<sup>14</sup> présentée lors de la Journée nationale de l'audition 2014, relate que 16 millions de français sont concernés par des acouphènes dont 3,7 millions en permanence et 12,3 millions occasionnellement. 26 % des acouphènes ressentis sont en lien avec des activités de loisirs, principalement les sorties en concerts et discothèques ainsi que l'écoute de mp3.

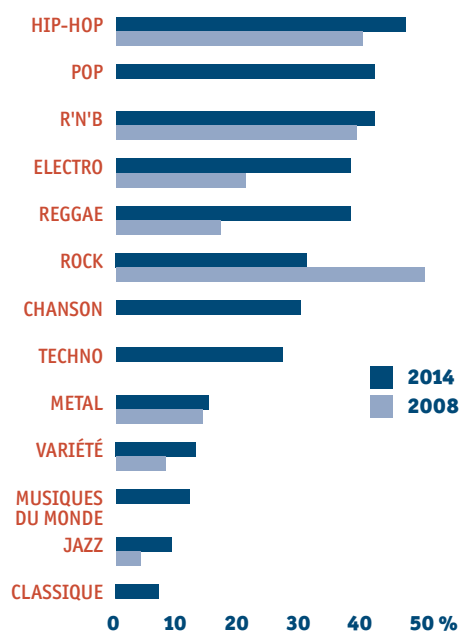
*PART. I*

***JEUNES  
ET MUSIQUES  
ÉVOLUTION DES  
PRATIQUES  
À L'ÈRE  
NUMÉRIQUE***



# Évolution des goûts musicaux

## Styles musicaux aimés Comparaison 2008/2014



**Lecture** Près de la moitié des jeunes (47 %) déclare apprécier le Hip-Hop en 2014, viennent ensuite la Pop et le R'n'B (42 %), puis l'Electro et le Reggae (38 %) qui devançant le Rock et la Chanson (écoutés par un peu moins d'un jeune sur 3), eux-mêmes talonnés par la Techno (27 %).

**Comparaison dans la mesure du possible :** En 2008 la question des styles musicaux était ouverte, cette année les jeunes cochaient parmi de nombreux styles proposés (19, qui ont été regroupés par la suite pour faciliter la lecture).

## LE HIP-HOP CHAMPION TOUTES CATÉGORIES

Moins d'un jeune sur trois écoute du rock quand près d'un jeune sur deux écoute du Hip-Hop. Force est de constater que le Hip-Hop est devenu un style musical très investi par les jeunes. Cette étude confirme l'intuition de professionnels et amateurs de musique : l'appréciation du Hip-Hop est devenue prégnante, elle s'est ancrée dans le temps et devance le rock qui renvoie aux goûts des générations précédentes : le rock arrive en 6<sup>e</sup> position des styles préférés des jeunes en 2014 alors qu'il était en tête six ans auparavant <sup>15</sup>.

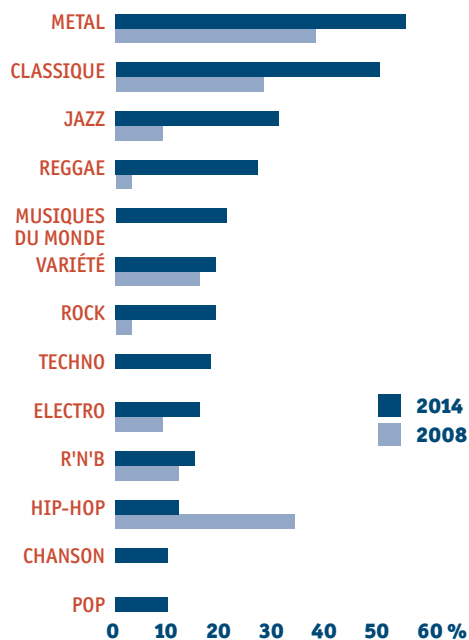
Le Hip-Hop renvoie à un large mouvement culturel (musique, graffiti, turnbalism, danse, beatbox...) apparu à la toute fin des années 1970 d'abord aux États-Unis puis dans le reste du monde. Le phénomène Hip-Hop s'est encore largement amplifié au cours de la dernière décennie, avec des propositions musicales et culturelles toujours plus nombreuses. Le Hip-Hop se décline aussi bien aujourd'hui en productions indépendantes qu'en productions mainstream. Le mainstream (courant principal) désigne les productions issues des industries musicales de masse. Elles sont principalement produites par les 3 majors (les trois plus grandes sociétés internationales de musique que sont Universal, Sony et Warner). De la sorte les productions indépendantes désignent, en creux, les productions musicales indépendantes du système des majors. Aussi, la forte proportion d'écoute de Pop et de R'n'B atteste de goûts musicaux fortement liés aux productions des industries musicales de masse.

## UNE MULTIPLICITÉ DE STYLES APPRÉCIÉS ET DÉTESTÉS

En moyenne les jeunes déclarent apprécier 4,6 genres musicaux différents. Cela atteste d'une diversité des goûts musicaux et de l'intérêt de la jeunesse à affirmer des écoutes investies. À la question des genres musicaux détestés, les jeunes ont des avis encore plus tranchés puisqu'en moyenne ils déclarent 5,6 styles détestés.

<sup>15</sup> Comme la question concernant les styles était ouverte lors de l'enquête précédente, le rock venait peut-être plus facilement aux lèvres des jeunes, qui en revanche le plébiscitent moins lorsqu'il est proposé au milieu d'autres styles actuels.

## Styles musicaux détestés Comparaison 2008/2014



**Lecture** On note que le rejet du metal a encore augmenté : plus d'un jeune sur deux déclare détester le metal en 2014. Le classique n'est pas en reste et un jeune sur deux déclare ne pas l'apprécier. Un jeune sur 3 déteste le jazz, un sur 4 le reggae, et près d'un jeune sur 5 déteste les musiques du monde (y compris traditionnelles) et le rock.

Le metal est un style souvent stigmatisé qui cristallise les rejets. Un article universitaire qui a fait date, intitulé *Anything but heavy metal* signifiant « De tout sauf du metal », relate ce rejet courant que subit le metal<sup>16</sup>. En termes de styles détestés, le Hip-Hop figurait en 2<sup>e</sup> position en 2008, il était alors détesté par un jeune sur trois ; il figure en 11<sup>e</sup> position en 2014 et est détesté par 1 jeune sur 10 seulement. Cela atteste encore de la normalisation du Hip-Hop, les jeunes étant moins enclins à déclarer le détester étant donné qu'il est apprécié par une grande majorité.

Les styles musicaux appréciés ou rejetés par les jeunes ont une forte dimension symbolique et identitaire : les goûts musicaux relèvent à la fois de prises de positions collectives et de constructions individuelles, particulièrement importantes chez les adolescents.

## CONNAISSANCE DE GROUPES RÉGIONAUX

Près d'un jeune sur trois (32%) connaît des groupes issus de la région, et un sur cinq (20%) en cite au moins un. Au total les jeunes citent 53 groupes différents issus des scènes locales Pays de la Loire et Bretagne. Le groupe le plus cité est incontestablement C2C : un peu plus d'un jeune sur 10 le cite (10%). Ce groupe nantais qui existe depuis 15 ans a connu un succès médiatique sans précédent en 2012<sup>17</sup>. Appelé « Coups 2 cross » dans les années 1990, il est composé de 4 membres dont 20Syl et Greem qui sont aussi membres-créateurs du groupe de jazz-rap Hocus Pocus, cité par 14% des jeunes en 2008. Viennent ensuite Archimède (Laval), Pony Pony Run Run (Angers), les Thugs (Angers), Les Ramoneurs de Menhirs (Bretagne), MC Circulaire (Vendée), Ultra Vomit (Nantes), Philippe Katherine (Vendée), Elmer Food Beat (Nantes), Da Flex (Vendée), Andreas & Nicolas (Nantes), Léonie (Angers)...

La connaissance des groupes locaux n'est pas partagée par l'ensemble des jeunes mais atteste d'un intérêt de la part de certains pour les productions indépendantes locales. Le fait de connaître des groupes régionaux est partiellement corrélé à l'âge, les 16-19 ans étant plus nombreux à citer des groupes locaux. En effet l'attention portée aux scènes locales et productions indépendantes, est liée à une implication dans l'écoute qui se développe tout au long du parcours des auditeurs de musique.

## GOÛTS MUSICAUX ET CRITÈRES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

Les lycéens sont plus nombreux que les collégiens à écouter du reggae et de l'électro, inversement les collégiens sont plus nombreux à écouter du Hip-Hop, de la chanson, de la pop, du R'n'B et de la techno. Avec l'avancée en âge les goûts musicaux évoluent : les choix des collégiens (12-15 ans) semblent plus souvent correspondre aux offres musicales radiophoniques issues de l'industrie musicale. Quand les lycéens (16 ans et +) affirment des goûts plus diversifiés (moins mainstream<sup>18</sup>), choisissant le reggae (qui passe peu en radio) ou l'électro (correspondant à un genre aujourd'hui très varié).

Comparativement aux filles, les garçons sont nettement plus nombreux à préférer l'électro et le Hip-Hop, et dans une moindre mesure le rock et la techno. Les filles marquent des préférences pour la chanson et la pop, ainsi que le R'n'B et la variété. De la sorte les goûts musicaux des garçons s'éloignent un peu plus des standards radiophoniques que ceux des filles<sup>19</sup>.

<sup>16</sup> Brison Bethany, "Anything But Heavy Metal": Symbolic Exclusion and Musical Dislikes, *American Sociological Review*, Vol.61, N°5, 1996, pp.884-899.

<sup>17</sup> Notamment avec le titre *Down The Road* sorti en janvier 2012. Puis leurs trophées remportés aux Victoires de la musique en 2013.

<sup>18</sup> « Courant principal » : désigne les productions issues de l'industrie musicale de masse.

<sup>19</sup> Se référer à l'encadré page 20, pour une explication sociologique des différences entre filles et garçons.



## DES JEUNES « OMNIVORES » QUELLE QUE SOIT LEUR ORIGINE SOCIALE

Les jeunes sont nombreux à écouter de tout. Cette tendance à apprécier de nombreux styles a été conceptualisée sous le nom de « goûts omnivores ». Les chercheurs remarquent dans les années 1990 que la nouvelle norme de distinction<sup>20</sup> en termes de comportements culturels ne tient plus en l'affirmation de goûts « snob » (musique classique, opéra, jazz...) mais l'affirmation de goûts diversifiés : omnivores<sup>21</sup>. L'omnivorisisme toucherait prioritairement les catégories sociales de statut élevé<sup>22</sup>. En écho, les chercheurs notent l'« univorisme » des classes populaires, autrement dit des habitudes culturelles et choix musicaux peu diversifiés.

On se demande si à l'ère numérique, la montée des comportements omnivores concerne l'ensemble des catégories sociales et non plus seulement les catégories favorisées ? Cette hypothèse part du postulat que le numérique permet une augmentation de l'accès à la musique et par conséquent favorise un éclectisme des goûts qui dépasse les différences de classe sociale.

La présente enquête permet effectivement de se rendre compte que les jeunes déclarant aimer de nombreux styles musicaux, ayant donc des goûts omnivores, ne sont pas uniquement issus des catégories sociales supérieures : parmi les enfants d'agriculteurs, d'employés ou de cadres on retrouve les mêmes proportions de jeunes citant au moins 5 goûts musicaux (33 %). Mais encore, on trouve autant d'enfants d'agriculteurs que d'enfants de cadres (24 %) citant 1 à 2 styles seulement. De la même manière concernant les styles musicaux, ils sont peu corrélés aux CSP<sup>23</sup> des parents, c'est-à-dire que l'origine sociale n'influence pas de façon significative les goûts musicaux des jeunes. On retrouve des proportions de goûts musicaux identiques chez les enfants des différentes catégories sociales.

Il est intéressant de mettre en regard ce résultat avec les données concernant les français de plus de 20 ans<sup>24</sup> : les goûts diffèrent significativement en fonction de la classe sociale (par ex. les ouvriers et les cadres présentent des goûts musicaux distincts). Pour la nouvelle génération née à l'ère numérique, les lignes ont bougées : ils sont nombreux à écouter de tout quelle que soit leur origine sociale. Par conséquent l'ère numérique semble réduire l'influence des catégories sociales sur les goûts musicaux, du moins chez les plus jeunes. En revanche l'origine sociale a toujours une influence considérable sur d'autres pratiques culturelles, telles que la fréquentation de concerts, abordée ci-après.

L'ère numérique qui permet d'accéder à une grande diversité de propositions musicales, engendre l'expression d'avis affirmés chez les jeunes, et l'origine sociale ne semble plus exercer d'influence sur les goûts musicaux des jeunes générations nées à l'ère numérique. Mais la culture musicale de masse reste très prégnante notamment chez les plus jeunes d'entre eux. Enfin comme le précise Olivier Donnat « les préférences musicales évoluent relativement peu avec l'avancée en âge<sup>25</sup> », de la sorte la proximité au Hip-Hop a beaucoup de chance de se poursuivre tout au long du parcours de ces futurs adultes.

<sup>20</sup> La théorie de la distinction élaborée par Pierre Bourdieu porte sur les goûts et les styles de vie des agents sociaux. Pierre Bourdieu. *La distinction, Critique sociale du jugement*, Éditions de Minuit, 1979, 672 p.

<sup>21</sup> Richard Peterson, Roger Kern, *Changing highbrow Taste: from snob to omnivore*, *American Sociological Review*, 1996, pp. 900-907.

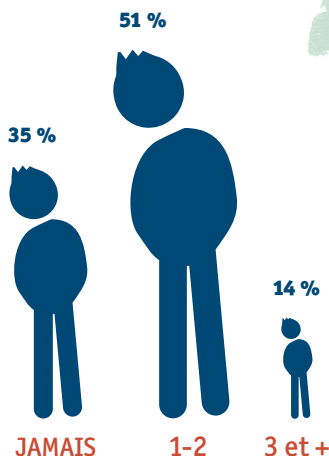
<sup>22</sup> L'hypothèse est la suivante : plus le statut socio-économique s'élève, plus les comportements de consommation musicale se diversifient.

<sup>23</sup> Catégorie Socio professionnelle des parents qui révèle l'origine sociale des élèves.

<sup>24</sup> Notamment celles produites par le Deps.

<sup>25</sup> Donnat Olivier, *Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique*, p.222.

## Fréquentation annuelle de concerts



**Lecture** 65 % des jeunes se rendent à des concerts, mais seuls 14 % s'y rendent plus de 2 fois par an. Enfin, un peu plus du tiers ne sort jamais en concert.

# Les sorties

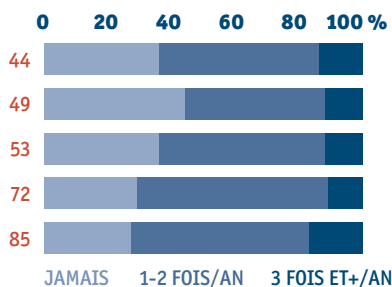
## SORTIES EN CONCERT

Près de 2/3 des 12 à 19 ans se rendent au moins à un concert par an. Ils s'y rendent souvent avec leurs amis et de façon occasionnelle en famille ou avec l'école. Il existe une relation très significative entre l'âge et les sorties en concerts, la fréquentation des plus jeunes (12-15 ans) est encore relativement faible : seul 1 collégien sur 10 sort régulièrement en concert (3 fois et +/an) quand c'est le cas d'1 lycéen sur 4. Avec l'avancée en âge, la fréquentation des concerts s'affirme plus distinctement, ce qui s'explique par une conjugaison de facteurs économiques et sociaux liés à une quête d'autonomie et aux possibilités d'indépendance. Notons que les garçons sont plus nombreux que les filles à ne jamais sortir en concert (40% des garçons contre 30% des filles déclarent ne jamais sortir en concert).

Aussi, la relation entre fréquentation de concerts et origine départementale est très significative. Cela se comprend à l'aune du taux d'équipement en salles de spectacle des différents départements et des types de concerts fréquentés (bars/zénith etc.).

Enfin la relation entre origine sociale et fréquentation de concerts est très significative, c'est-à-dire que les enfants d'origine sociale élevée assistent plus souvent à des concerts que les autres. Assister à un concert représente une certaine contrainte financière (coût des places, du déplacement, des éventuelles consommations sur place...): les enfants d'origine sociale favorisée bénéficient de plus de ressources économiques. Mais il n'y a pas que la dimension économique qui entre en ligne de compte, il y a également l'habitude culturelle transmise par un milieu social singulier: de nombreuses études sociologiques attestent des différences de pratiques culturelles selon les environnements sociaux<sup>26</sup>.

## Sorties en concerts selon l'origine départementale



**Lecture** Les jeunes originaires du Maine-et-Loire (49) sont ceux qui se rendent le moins en concert (44 % ne s'y rendent jamais). Les jeunes sarthois (72) et vendéens (85) sont les plus nombreux à se rendre en concerts (73 % et 71 %).

Alors que les goûts musicaux semblent aujourd'hui grandement façonnés par le numérique permettant à tous d'accéder à une grande diversité de propositions musicales ; la fréquentation de concerts, par la dimension économique et l'habitude culturelle qu'elle sous-tend, est encore largement déterminée par l'origine sociale.

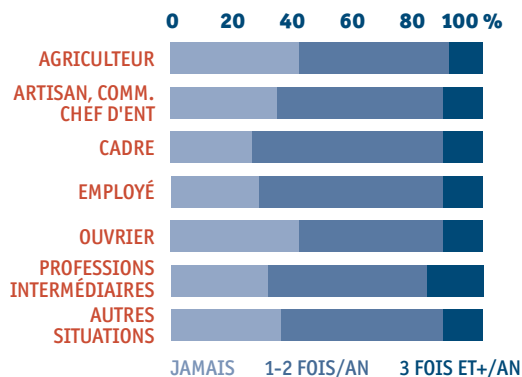
Qui plus est, les propositions de concerts hip-hop sont encore relativement faibles en nombre, comparativement à d'autres esthétiques telles que le rock. Concernant le nombre de styles musicaux vus en concerts, il est intéressant de noter que si les jeunes déclarent aimer de nombreux styles, ils voient assez peu de styles différents en concert. En moyenne ils déclarent 2,8 styles musicaux vus en concerts. Cette différence peut s'expliquer par le fait que la fréquentation de concert est une pratique moins accessible que l'écoute.

## FRÉQUENTATIONS DIFFÉRENCIÉES SELON LES LIEUX

Les taux de fréquentation des différents types de lieux ne sont pas homogènes parmi les jeunes se rendant à des concerts. Les trois types de lieux les plus fréquentés par les jeunes sont les salles de spectacle de type Zénith, les festivals et les cafés-concerts. Ces lieux diffusent des types de musiques très différentes: soit des productions commerciales principalement issues de l'industrie musicale (Zénith et têtes d'affiches des festivals), soit des productions musicales indépendantes issues des scènes locales (en partie les festivals et incontestablement les cafés-concerts). Cela atteste de la diversité des types de productions musicales vues sur scène par les jeunes et se comprend à l'aune du développement important du nombre

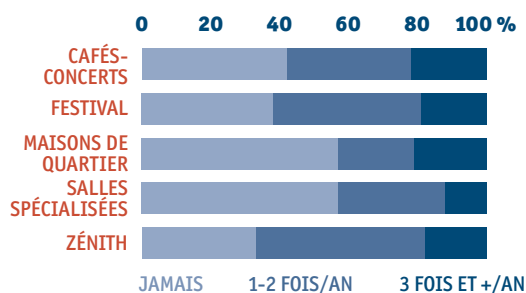
<sup>26</sup> Pierre Bourdieu parlait à cet égard de « capital culturel » qui désigne les ressources et habitudes culturelles acquises par un individu au sein de son milieu social d'origine.

## Sorties en concerts selon l'origine sociale



**Lecture** Les enfants d'ouvriers et d'agriculteurs sont ceux qui sortent le moins en concerts : 41 % n'y vont jamais, quand 75 % des enfants de cadres se rendent en concerts.

## Types de lieux fréquentés



**Lecture** 67 % des 12-19 ans fréquentent les grandes salles de type Zénith, 62 % les festivals et 58 % les cafés, puis 43 % les salles spécialisées<sup>27</sup> et maisons de quartiers/MJC.

<sup>27</sup> Salle spécialisée pour les concerts de musiques actuelles.

<sup>28</sup> Les professions intermédiaires désignent les professions à l'intermédiaire entre les cadres et les employés.

<sup>29</sup> Le Zénith de Nantes est le 3<sup>e</sup> de France en terme de capacité (9 000 spectateurs), et 2<sup>nd</sup> en volume d'activité et fréquentation (1,2 million de spectateurs depuis son ouverture) derrière le Zénith de Paris, donc 1<sup>er</sup> salle de spectacles en régions.

de festivals et de leur fréquentation au cours de la dernière décennie ainsi que l'accessibilité des productions indépendantes en cafés-concerts.

► **La fréquentation des Zéniths et grandes salles** diminue avec l'âge : l'offre culturelle des Zéniths correspond moins à l'évolution des goûts musicaux des jeunes, ces sorties peuvent aussi s'apparenter à des pratiques de sorties familiales. Près de 3/4 des filles s'y rendent au moins une fois par an, quand c'est le cas de la moitié des garçons. Les jeunes originaires du Maine-et-Loire et de la Mayenne sont les moins nombreux à se rendre en Zénith (60 % et 62 %) contre 75 % en moyenne. Les enfants de cadres s'y rendent plus que les enfants d'ouvriers (84 % contre 60 %), les tarifs ayant un impact évident.

► **La fréquentation des festivals.** Avec l'avancée en âge la fréquentation des festivals augmente en intensité : ceux qui s'y rendent le font de plus en plus souvent (3 fois et plus par an). Mais en proportion les lycéens ne sont pas plus nombreux que les collégiens à participer à des festivals : le taux de ceux qui ne s'y rendent jamais est stable (37 %). Filles et garçons s'y rendent aussi souvent les uns que les autres. Les vendéens et les jeunes originaires de Loire-Atlantique y vont plus souvent que les autres : cela s'explique notamment par le nombre de festivals sur le littoral. Enfin, notons que l'origine sociale n'a pas d'influence significative sur la fréquentation de festivals.

► **La fréquentation des cafés-concerts.** Sans surprise la fréquentation de concerts dans les cafés augmente avec l'âge : 28 % des lycéens s'y rendent 3 fois et plus par an, quand c'est le cas de 14 % des collégiens. La proportion de filles se rendant en cafés-concerts est quasiment identique à celle des garçons, en revanche les garçons sont plus nombreux à les fréquenter intensément (3 fois et +/an). Enfin les origines géographiques et sociales ont très peu d'influence. Ces données attestent de l'importance des cafés dans l'expérience de la musique live. Ils permettent la diffusion des scènes locales et favorisent un accès démocratique au concert, dans le sens où le coût financier est moindre.

► **La fréquentation des salles spécialisées.** Quand 48 % des collégiens déclarent assister à des concerts en salles spécialisées, c'est le cas de 39 % des lycéens seulement (les plus jeunes s'y rendent probablement en famille). Les filles sortent plus souvent en salles spécialisées que les garçons, on peut avancer l'idée que ces salles représentent des lieux perçus comme plus sécurisés pour les filles. Leur fréquentation est plus forte en Sarthe et en Vendée que dans les autres départements (57 % et 52 % contre 40 % en moyenne dans les autres départements). Les enfants d'agriculteurs, employés, ouvriers et de parents ayant d'autres situations (chômage, décès, retraite, inactivité) se rendent moins en salles spécialisées que les enfants de cadres, artisans/commerçants/chefs d'entreprise et de parents exerçant des professions intermédiaires<sup>28</sup>. Ici encore on peut imputer le coût financier que représente une telle sortie.

**Par rapport à 2008**, on note une remarquable augmentation de la fréquentation de concerts en salles de spectacles de type Zénith. Cet écart peut s'expliquer en partie par le fait que le Zénith de Nantes<sup>29</sup> a été inauguré fin 2006, le temps de son appropriation par les populations expliquerait ce décalage avec 2008. L'importante fréquentation des Zénith, équipements symboliques du mainstream en France, atteste aussi de l'importance des industries culturelles : leur offre entre en adéquation avec les diffusions radiophoniques.

## SORTIES EN BOÎTES DE NUIT

De façon peu surprenante, plus les jeunes avancent en âge plus ils sortent en boîte : 40 % des lycéens déclarent s'y rendre 3 fois et plus par an, contre 6 % des collégiens. Tous les départements présentent des taux de fréquentation relativement similaires, à l'exception de la Sarthe : 80 % des sarthois ne sont jamais sortis en boîte de nuit contre 60 % en moyenne dans les autres départements. Enfin les garçons sont plus nombreux que les filles à sortir en boîte (43 % contre 35 %). L'origine sociale en revanche a peu d'influence sur les sorties en boîte de nuit.



# Pratiques instrumentales

---

**1 jeune sur 5 pratique un instrument de musique**

---

## DES PRATIQUES INSTRUMENTALES QUI VARIENT SELON L'ÂGE ET L'ORIGINE SOCIALE

Près d'1 jeune sur 5 pratique un instrument de musique (19%). Principalement la guitare et le clavier (piano ou synthé), ce résultat est identique à celui de la moyenne nationale<sup>30</sup>. En moyenne les jeunes musiciens déclarent 1,4 instrument pratiqué, en effet 1/4 d'entre eux pratique plusieurs instruments et ce jusqu'à 5 instruments (guitare, clavier, chant, percussions, batterie, étant les plus courants). 25% des 12-15 ans pratiquent un instrument quand c'est le cas de 16% des 16-19 ans. La pratique musicale, souvent débutée dans l'enfance se poursuit dans les premiers âges de l'adolescence, avant de connaître des ruptures de pratique<sup>31</sup>. Le sexe et l'origine géographique n'ont pas d'influence significative sur la pratique instrumentale.

La relation entre origine sociale et pratique musicale est très significative : 14% des enfants d'ouvriers pratiquent la musique quand c'est le cas de 33% des enfants dont les parents exercent une profession intermédiaire.

La pratique d'un instrument de musique a non seulement un coût financier mais répond aussi à des attentes sociales spécifiques (distinction, valorisation de la culture «légitime»...) qui ne sont pas réparties de façon neutre dans les différentes catégories sociales (de même que le sport est diversement investi selon l'origine sociale).

## DES MODES D'APPRENTISSAGES TRÈS VARIÉS

51% des jeunes musiciens déclarent avoir appris au moins en partie de façon autonome : vidéos et tutoriels disponibles en ligne sont fréquemment invoqués par les jeunes. 47% déclarent avoir appris au moins en partie en école de musique. 33% en partie en famille, avec des amis ou en cours particulier.

Vraisemblablement, les apprentissages de la musique par les jeunes générations se fondent autant voire plus sur des pratiques autonomes (avec des vidéos, en famille ou entre amis) que sur des apprentissages traditionnels en école de musique.

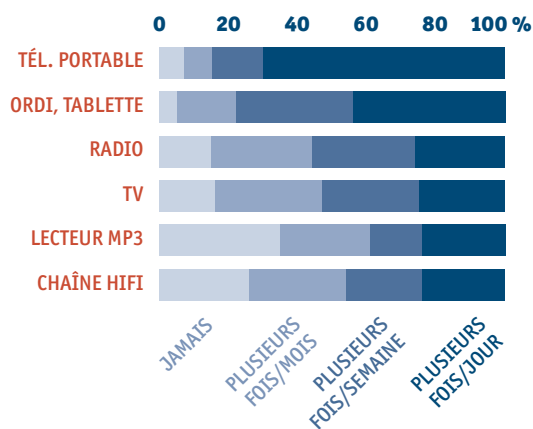
## DES PRATIQUES SOUTENUES DE LA PART DES JEUNES MUSICIENS

Près de la moitié des jeunes musiciens jouent en groupe (45%) et 19% pratiquent en fanfare ou en orchestre, 6% pratiquent le chant en chorale. 86% des jeunes musiciens pratiquent au moins une fois par semaine, ce qui atteste de pratiques soutenues. 42% répètent une fois par semaine et 12% plus souvent. Ces répétitions durent 1 à 2h pour les 3/4 d'entre eux.

<sup>30</sup> Ministère de la Culture et de la Communication, DEPS, *Pratiques culturelles des Français à l'heure du numérique*, 2008.

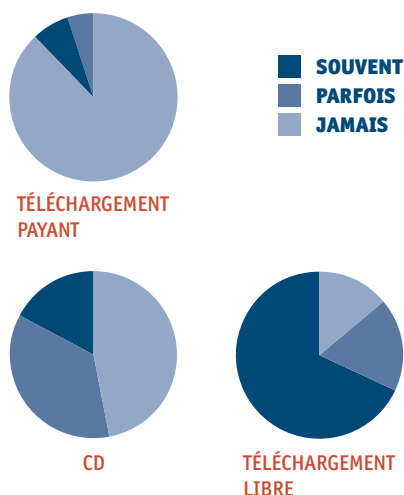
<sup>31</sup> Quand d'autres se mettent à la pratique instrumentale vers 15-16 ans pour jouer en groupe mais leur nombre ne suffit pas à faire augmenter le taux de pratique des plus âgés.

## Supports d'écoute musicale



**Lecture** 93 % des jeunes écoutent de la musique sur leur téléphone portable et 70 % le font plusieurs fois par jour. L'écoute de musique sur ordinateur et tablette concerne 95 % des jeunes.

## Consommation de musique



**Lecture** Seul 1 jeune sur 10 environ télécharge de la musique payante (12 %) quand près de 9 jeunes sur 10 (86 %) téléchargent de la musique libre. Près de la moitié des jeunes (47 %) n'achète jamais de CD, seuls 17 % achètent plus de 2 CD/an.

# Pratiques d'écoute

## UNE ÉCOUTE MULTI SUPPORTS MAIS UN SUPPORT INCONTESTÉ : LE SMARTPHONE

85 % des jeunes en 2014 écoutent de la musique à la radio et à la télévision. La radio et la TV restent des supports d'écoute musicale importants pour les 12-19 ans en 2014. Ils citent notamment NRJ (71 %), Skyrock (53 %), et Fun Radio (44 %) ; et pour les chaînes TV, le trio favori est D17, W9, NRJ Hits. L'écoute sur chaîne-hifi concerne encore 3/4 (76 %) des jeunes. Si 1/4 des jeunes utilise un lecteur mp3 plusieurs fois par jour, plus d'un jeune sur trois (35 %) n'en utilise jamais. Ce support est moins utilisé qu'il n'a pu l'être pendant quelques années et pour cause, il a été très largement remplacé par le téléphone portable qui permet le même type d'usage, c'est-à-dire transporter de nombreux fichiers musicaux dématérialisés.

On note une évolution nette par rapport aux pratiques de 2008 : à l'époque les supports les plus cités étaient l'ordinateur et le lecteur mp3. Aujourd'hui les téléphones portables, ordinateurs et tablettes sont les supports préférés des jeunes pour écouter de la musique.

L'équipement individuel, qui permet d'écouter de la musique s'est très largement généralisé. Les téléphones portables sont devenus dans leur majorité de petits ordinateurs personnels permettant d'écouter en streaming ou de gérer de nombreux fichiers musicaux dématérialisés (facilitant le transfert d'un support à l'autre : pc, tablette, Smartphone). Tout cela concourt à nourrir le développement sans précédent des pratiques d'écoute individuelle.

## L'IMPORTANCE DU TÉLÉCHARGEMENT

86 % des jeunes téléchargent de la musique. Les filles téléchargent autant que les garçons et les jeunes issus des catégories sociales moins favorisées téléchargent autant que ceux issus de catégories favorisées. Les plus jeunes téléchargent autant que leurs aînés. Pour comparaison, en 2008, 75 % des jeunes téléchargeaient de la musique (la précision payante/libre n'était pas précisée), ce qui correspond à une augmentation notable en 6 ans. Pour précision, « téléchargements libres » correspond à l'ensemble des téléchargements de musique non payants (sans distinguer ce qui relève de pratiques légales ou non).

39 % des jeunes interrogés en 2008 déclaraient ne jamais acheter de CD, ils sont 47 % en 2014. Cette baisse de la consommation de musique sur CD n'est pas spécifique aux jeunes. Elle se retrouve globalement dans la société. Les comportements des jeunes attestent des évolutions de pratiques d'écoute dues à la convergence numérique en cours. Concernant les achats de CD on note que 60 % des 12-15 ans achètent au moins un CD par an, quand c'est le cas de 49 % des 16-19 ans. Plus les jeunes avancent en âge moins ils achètent de CD.

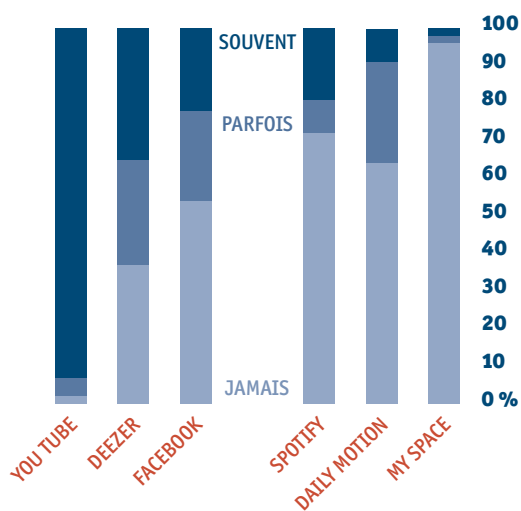


De la même manière 64% des filles achètent au moins 1 CD par an, quand c'est le cas de 45% des garçons. Les filles sont plus nombreuses que les garçons à acheter des CD, cette distinction était déjà présente en 2008 <sup>32</sup>. Enfin notons que les jeunes issus de catégories sociales élevées (cadres/professions intermédiaires) sont un peu plus nombreux que les autres à acheter des CD, et corrélativement les enfants d'ouvriers et d'employés sont les moins nombreux à en acheter.

De la sorte, le profil type du jeune qui achète des CD en 2014 est le suivant : une fille âgée de 12 à 15 ans et issue de catégorie sociale plutôt élevée : globalement les collégiens (12-15 ans) comme les filles, écoutent plus de musique mainstream qui est souvent plus corrélée à la consommation de CD. Aujourd'hui les pratiques les plus majoritaires comme le téléchargement ne sont pas liées aux caractéristiques sociales des jeunes, quand les pratiques plus marginales telles que l'achat de CD donnent à voir des différences selon l'origine sociale.

Les pratiques de téléchargement sont partagées par l'ensemble des jeunes sans distinction de sexe, d'âge ou d'origine sociale. En revanche, la consommation de CD (globalement marginale) révèle des différences notables : ce sont les plus jeunes (12-15 ans), les filles et les catégories sociales élevées qui en achètent principalement.

## Sites d'écoute de musique en ligne



## LE STREAMING EN CONSTANTE ÉVOLUTION

You Tube est utilisé par 98% des jeunes pour écouter de la musique. Cette plateforme de vidéos en ligne créée en 2005, et rachetée par Google l'année suivante, est devenue le leader incontestable de l'écoute de musique en ligne chez les jeunes, et ce malgré une qualité sonore ordinaire. Cependant les recherches de musiques en ligne se faisant majoritairement sur le moteur de recherche Google, les vidéos You tube apparaissent parmi les 1<sup>ers</sup> résultats, ceci additionné au plaisir de regarder une vidéo pour accroître l'expérience musicale, ont fait de You Tube le champion des plateformes utilisées par les jeunes pour écouter de la musique.

Plus du tiers des jeunes déclare ne jamais utiliser Deezer, qui est pourtant un site de streaming musical important depuis plusieurs années. Deezer cumule malgré tout 63% d'écoutes régulières ou occasionnelles de musique par les jeunes. Facebook, qui est avant tout un réseau social et non une plateforme d'écoute musicale arrive en 3<sup>e</sup> position des sites utilisés pour écouter de la musique en ligne : près d'1 jeune sur 2 écoute de la musique sur Facebook, la dimension prescriptive du réseau de pairs y est importante. La plateforme vidéo Dailymotion n'est utilisée que par un peu plus du tiers des jeunes, ce qui est cependant plus élevé que pour Spotify, très peu utilisé par les jeunes : 72% des jeunes n'écoutent jamais de musique sur Spotify, alors que cette plateforme est souvent présentée comme étant la plus usitée par la population dans son ensemble (ce qui signifie en creux que les usagers de Spotify sont plus âgés que le panel étudié ici).

La 1<sup>re</sup> plateforme de musique en ligne My Space n'est plus du tout utilisée par les jeunes. Seuls 4% des jeunes utilisent My Space pour écouter de la musique.

Il est intéressant de constater qu'en à peine 10 ans, les sites de musique en ligne qui pouvaient faire l'unanimité sont aujourd'hui méconnus et remplacés par une nouvelle génération d'outils.

<sup>32</sup> Cf. explication des différences entre filles et garçons page 20.

# Pour conclure

Les pratiques d'écoute musicale se sont démocratisées grâce à la dématérialisation de la musique et au développement sans précédent des outils numériques. Le téléphone portable, l'ordinateur et les tablettes sont très largement utilisés par les jeunes pour écouter de la musique, même si en grande majorité ils usent aussi d'autres supports dont la radio et la télévision. Les pratiques d'écoute musicale connectée (téléphone, pc et tablettes, voire radios par internet) différencient amplement la jeune génération de ses aînés.

En termes de styles musicaux, le Hip-Hop se confirme comme étant le style musical le plus largement apprécié par les jeunes aujourd'hui. Il s'est, pour ainsi dire, « normalisé », puisque très peu d'entre eux déclarent le détester. Néanmoins, ces derniers semblent toujours très influencés par les productions industrielles de musique mainstream, en témoignent l'attrait pour la pop et le R'n'B notamment. En termes de consommation musicale, les achats de CD sont très limités, quand le téléchargement et le streaming sont des pratiques abondamment partagées par les jeunes <sup>33</sup>.

En revanche si l'origine sociale a très peu d'incidence sur les goûts musicaux des jeunes, ce qui est en soi notable, l'influence de l'origine sociale est toujours considérable concernant la fréquentation des concerts et dans une moindre mesure la pratique instrumentale, qui impliquent toutes deux des coûts financiers et des habitudes culturelles qui ne sont pas partagées de façon homogène par l'ensemble des membres des différentes catégories sociales.

Par ailleurs, les données concernant les types de lieux fréquentés montrent que l'adolescence marque une période intermédiaire d'autonomisation de la pratique de sortie en concerts. Les plus jeunes bénéficient parfois de sorties en concerts dans les Zénith et grandes salles avec leurs parents. En avançant en âge, ils s'autonomisent et augmentent leur fréquentation de concerts dans des cafés et festivals qui correspondent à la fois à leur budget contraint et à une priorité donnée à la dimension collective. La fréquentation de salles spécialisées peut venir plus tard (les études des publics de ces salles révèlent des âges moyens autour de 28 ans) lorsque les contraintes budgétaires se desserrent et que les goûts se confirment.

**33** On notera qu'aujourd'hui une nouvelle façon assez répandue d'analyser la réussite populaire de films ou de séries télévisées par exemple, tient au comptage du nombre de téléchargements « illégaux » dont ils ont fait l'objet au cours de l'année (c'est notamment le cas sur le site Allo Ciné). Ceci atteste d'un changement de vision du monde, dans lequel l'appropriation des productions culturelles par le plus grand nombre grâce aux outils numériques, a une valeur symbolique (et d'usage) plus importante que leur seule « consommation ».

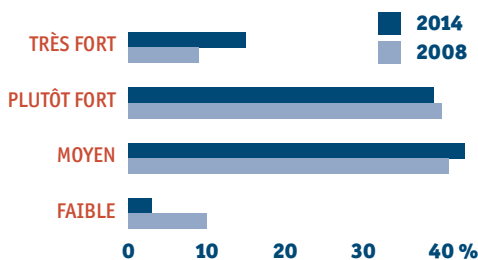
*PART. II*

***JEUNES ET  
RISQUES  
AUDITIFS  
MODALITÉS  
D'ÉCOUTE,  
IMPACTS SUR  
LA SANTÉ  
& RÉCEPTION  
DU SPECTACLE  
PEACE AND LOBE***



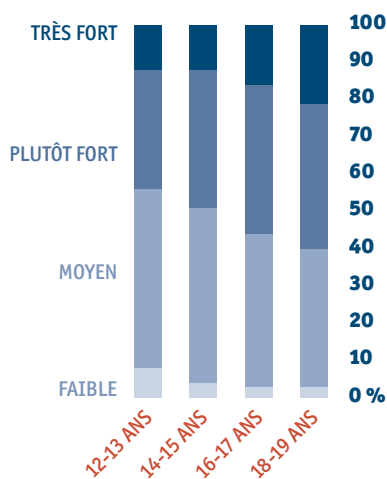
# Comportements et perception des risques auditifs

## Volume sonore



**Lecture** En 2014 plus de la moitié des jeunes (54 %) écoute la musique à un niveau plutôt fort ou très fort.

## Volume d'écoute selon l'âge



**Lecture** Quand 12 % des 12-15 ans écoutent la musique à un volume très fort c'est le cas de 21 % des 18-19 ans.

## LA PART DES JEUNES ÉCOUTANT LA MUSIQUE À UN NIVEAU SONORE TRÈS ÉLEVÉ AUGMENTE

En 2008 les jeunes étaient 9 % à déclarer apprécier la musique à un volume sonore très fort, ils sont 15 % à l'affirmer en 2014. Seuls 3 % des jeunes écoutent la musique à un niveau sonore faible en 2014, ils étaient 10 % en 2008. Les extrêmes ont changé : les jeunes sont moins nombreux à déclarer écouter la musique à un niveau faible et plus nombreux à l'écouter à un niveau très fort. La démocratisation de l'usage et donc de l'écoute de musique sur téléphone portable est un changement particulièrement prégnant dans les pratiques des jeunes. Ce mode d'écoute est potentiellement risqué car il est fonction de la qualité des équipements (téléphones et oreillettes), mais aussi celle des enregistrements, souvent moindre, poussant possiblement les jeunes à augmenter le volume.

L'origine sociale des jeunes n'a pas d'influence significative sur le volume d'écoute. Le sexe a une légère influence : 13 % des filles écoutent la musique à un niveau très fort quand c'est le cas de 17 % des garçons. L'âge en revanche, a une influence très significative sur le volume d'écoute.

Plus les jeunes avancent en âge plus ils ont tendance à écouter la musique à un niveau sonore élevé.

## 81 % DES JEUNES ÉCOUTENT PLUS D'UNE HEURE DE MUSIQUE PAR JOUR

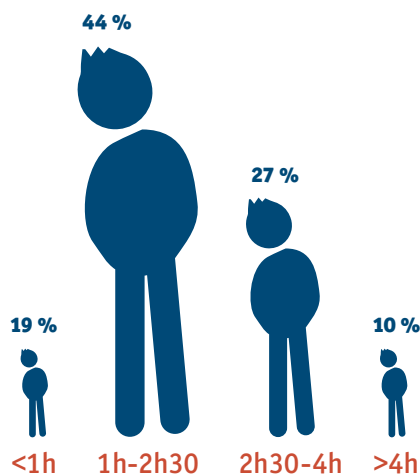
Quand les 12-13 ans sont 29 % à écouter moins d'une heure de musique par jour, c'est le cas de seulement de 12 % des 18-19 ans.

Plus les jeunes avancent en âge plus la durée d'écoute quotidienne augmente.

En 2008 ils étaient 25 % à écouter plus de 2h30 de musique quotidiennement, ils sont 37 % en 2014. L'enquête de l'Ipsos<sup>34</sup> révèle 1h43 d'écoute quotidienne en moyenne, ce qui corrèle les données de cette étude. La démultiplication des supports d'écoute engendre une augmentation sensible de la durée d'écoute quotidienne depuis 2008.

Globalement les différences entre filles et garçons quant à la durée d'écoute sont peu marquées, mais les filles déclarent écouter un peu plus de musique que les garçons.

## Durée d'écoute quotidienne



**Lecture** 37 % des jeunes écoutent plus de 2h30 de musique par jour (tous supports confondus radios, tv, ordinateur, tél...).

Il est intéressant de noter que le niveau sonore et la durée d'écoute sont très liés : 60 % des jeunes qui déclarent écouter la musique à un volume très fort, écoutent plus de 2h30 de musique par jour (contre 37 % écoutant plus de 2h30 sur le total de la population).

► **Plus les jeunes écoutent la musique à un volume important, plus leur durée d'écoute quotidienne est longue** : les deux variables s'influencent mutuellement.

On perçoit nettement l'ancrage de l'écoute individuelle au casque<sup>35</sup> : plus de la moitié des jeunes (53 %) écoute au moins 1H de musique au casque par jour (oreillettes ou casque externe). Et précisément 19 % écoutent plus de 2h30 de musique au casque par jour, soit près d'un jeune sur 5. On note que les oreillettes sont plus largement utilisées que les casques externes : 64 % contre 20 %.

Enfin notons la persistance d'une pratique risquée pour l'audition : l'endormissement en musique au casque, qui offre peu de temps de repos et de régénération de l'oreille. Or la moitié des jeunes interrogés en 2014 s'endort en musique, et 80 % d'entre eux le font avec des oreillettes : autrement dit 40 % du total des jeunes s'endorment en musique avec des oreillettes, et précisément 20 % le font tous les jours ou presque.

## TROUBLES AUDITIFS : 58 % DES 12-19 ANS ONT DÉJÀ RESENTI DES ACOUPHÈNES

Les sifflements et bourdonnements dans les oreilles (autrement appelés acouphènes) constituent la 1<sup>re</sup> manifestation de troubles auditifs citée par les jeunes, suivie de l'impression de moins bien entendre citée par 51 % des jeunes. Puis viennent les maux de tête cités par 45 % des jeunes comme conséquence déjà ressentie suite à une exposition sonore. Enfin 20 % disent avoir déjà ressenti des palpitations, et 15 % déclarent avoir déjà ressenti des vertiges suite à une exposition sonore intense.

Précisément, 67 % des plus âgés (18-19 ans) ont déjà ressenti des acouphènes. Donc plus les jeunes avancent en âge plus ils sont nombreux à déclarer avoir déjà ressenti des troubles auditifs, ce qui corréle les pratiques devenant plus risquées avec l'âge, en termes de volume et de durée. Le sexe a une légère influence sur le fait d'avoir déjà ressenti des acouphènes : les filles sont plus nombreuses que les garçons à déclarer avoir déjà ressenti des acouphènes ou l'impression de moins bien entendre. Ce résultat surprenant peut venir d'un degré de sensibilité au ressenti et d'une propension à l'exprimer plus élevée chez les filles que chez les garçons.

Les expériences de troubles auditifs surviennent dans différents contextes, les jeunes les relient majoritairement à l'écoute au casque (smartphone ou lecteur mp3), puis viennent les concerts et les soirées entre amis, eux-mêmes suivis de l'environnement extérieur et des boîtes de nuit. Un changement majeur s'est donc opéré depuis 2008 puisque le concert n'est plus la 1<sup>re</sup> source de troubles auditifs citée par les jeunes.

► L'écoute musicale au casque (smartphone, lecteur mp3) génère le plus de troubles auditifs.

Selon les jeunes, l'écoute au casque génère principalement des sifflements et bourdonnements, quand les concerts génèrent plus souvent une sensation de moins bien entendre et des palpitations. Enfin, près de la moitié des jeunes ne communiquent pas quant à ces troubles auditifs (49 %), et s'ils le font c'est en partie avec leur famille (27 %) ou leurs amis (16 %), seuls 8 % en parlent avec des professionnels de santé (médecin, ORL, infirmière scolaire...).

<sup>35</sup> Le casque désigne à la fois les oreillettes (entrant dans l'oreille) et les casques externes (englobant l'oreille). Les oreillettes présentent plus de risques compte tenu de leur intrusion directe dans l'oreille.





# Impact du spectacle Peace and Lobe

## APPRÉCIATION DU SPECTACLE

Le spectacle Peace&Lobe est plébiscité par les jeunes. Précisément 83 % déclarent avoir « beaucoup aimé » ou « bien aimé » le spectacle, 15 % disent avoir « moyennement aimé » et seuls 2 % déclarent ne pas avoir apprécié. Le spectacle est apprécié de manière indifférenciée par les collégiens et lycéens. En revanche le sexe a une influence significative sur l'appréciation du spectacle puisque les filles sont plus nombreuses que les garçons à déclarer avoir aimé le spectacle

### ► 83% déclarent avoir « beaucoup » ou « bien aimé » le spectacle Peace&Lobe

Si l'on croise les données concernant la fréquentation de concerts et l'appréciation du spectacle, on remarque que plus les jeunes ont l'habitude de se rendre en concerts plus ils ont apprécié le spectacle : 87 % des jeunes allant en concert 3 fois et plus par an ont « beaucoup » ou « bien aimé » quand c'est le cas de 79 % des jeunes qui ne vont jamais en concert. Cela atteste d'une donnée récurrente dans les enquêtes de sociologie de la culture : plus on a l'habitude de pratiquer une expérience culturelle, plus on aime la pratiquer.

## ACQUISITION DE NOUVELLES CONNAISSANCES

Le spectacle est composé de 4 parties où sont abordés l'histoire des musiques amplifiées et des évolutions technologiques, le fonctionnement du son, puis le fonctionnement de l'oreille et enfin les moyens de se protéger des risques auditifs.

86 % des jeunes ayant assisté au spectacle Peace&Lobe y ont acquis de nouvelles connaissances. Le sexe a une influence significative quant à la déclaration d'acquisition de nouvelles connaissances : 92 % des filles déclarent avoir appris des choses, contre 83 % des garçons. Les filles semblent plus réceptives que les garçons sur ce point. L'âge a également une influence significative puisque 90 % des collégiens déclarent avoir appris des choses, quand c'est le cas de 77 % des lycéens. Cela est notamment dû à la nouveauté du sujet pour les collégiens et à leur information encore partielle.

La réception des différentes parties est très positive : près de 80 % des jeunes trouvent intéressantes, drôles ou passionnantes les trois parties suivantes : l'histoire des musiques amplifiées et des évolutions technologiques, le fonctionnement du son et les moyens de se protéger des risques auditifs. Globalement les critères sociodémographiques (âge, sexe, origine sociale) influencent assez peu l'appréciation des différentes parties du spectacle sauf à quelques exceptions près : sans surprise la partie très technique liée au fonctionnement de l'oreille est plus souvent considérée comme ennuyeuse ou compliquée à appréhender par les jeunes, et ce plus souvent par les collégiens (33 %) que les lycéens (29 %).

Aussi, pour la partie concernant les moyens de protéger son audition, le sexe joue un rôle : 73 % des filles la trouvent intéressante ou passionnante contre 65 % des garçons, et 23 % des garçons trouvent cette partie sur les risques auditifs compliquée ou ennuyeuse contre seulement 13 % des filles. Ici encore les filles semblent plus disposées que les garçons à recevoir les messages de prévention, et cela corrèle les données nationales produites par l'INPES qui indiquent que les femmes sont généralement plus sensibles aux questions liées à la santé.

---

**86 % des jeunes ayant assisté au spectacle Peace&Lobe y ont acquis de nouvelles connaissances**

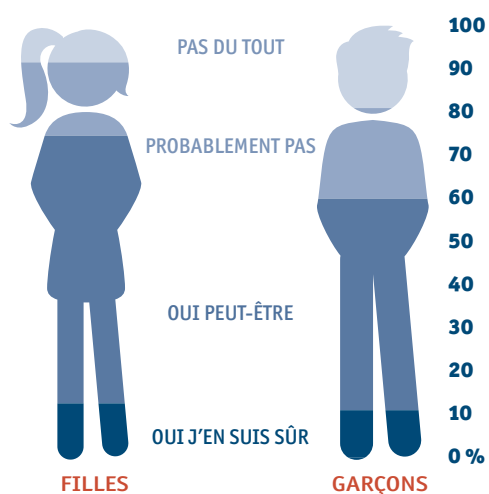
---

## EFFICACITÉ DU SPECTACLE : CHANGEMENTS DE COMPORTEMENTS

67 % des jeunes déclarent que le spectacle Peace&Lobe aura une influence sur leur comportement face aux risques auditifs.

Les filles sont plus enclines que les garçons à déclarer un changement de comportement suite au spectacle de prévention des risques auditifs. Ces données corrélient les données nationales, notamment la typologie établie par l'Institut National de Prévention et d'Education pour la Santé dans laquelle les profils réceptifs aux messages préventifs sont majoritairement jeunes et féminins. L'âge exerce une influence significative sur l'intention de changer : les 18-19 ans sont les moins nombreux à penser que le spectacle influencera leurs pratiques. Les collégiens sont les plus prompts à déclarer un changement de comportement suite au spectacle : le message préventif est peut-être d'autant plus efficace qu'il est délivré tôt. Sortant de l'enfance les jeunes adolescents sont plus enclins à suivre les conseils des adultes, alors que certaines habitudes chez leurs aînés ont en outre eu le temps de s'installer.

### Intention de changement selon le sexe

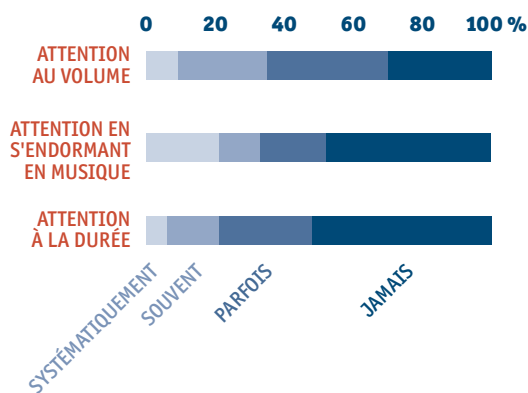


**Lecture** 60 % des garçons pensent que le spectacle influencera leur comportement, quand c'est le cas de 75 % des filles.

### Des différences entre filles & garçons ?

Bien que légèrement moins exposées aux risques en termes de volume d'écoute de musique (mais pas de durée), les filles sont souvent plus nombreuses que les garçons à ressentir des troubles auditifs : cet apparent paradoxe s'explique par la propension plus importante du genre féminin à verbaliser son ressenti, y compris en termes de santé. Cette propension à la verbalisation et les écarts de déclaration entre les sexes peuvent s'expliquer au travers de la « socialisation différenciée » des filles et des garçons. La socialisation désigne de multiples processus d'apprentissages de « façons d'être » en société et l'intériorisation de comportements culturellement influencés. On parle de « socialisation différenciée » pour désigner les comportements acquis et symboliquement marqués comme masculins ou féminins. En effet les stéréotypes de sexe (ex. douceur pour les filles contre force pour les garçons) influencent nos comportements sociaux et notamment les interactions que les adultes entretiennent avec les enfants, et ce dès leur plus jeune âge. Par exemple, on attendra plus couramment des filles qu'elles verbalisent leurs sentiments, développant ainsi un rapport à l'intériorité (émotionnelle et domestique), quand on favorisera globalement l'exploration du monde extérieur par les jeunes garçons (jouer dehors, découvrir, chercher à comprendre et ne pas trop verbaliser ses émotions). De nombreuses enquêtes ont montré que la majorité des enseignants (hommes et femmes), à l'instar des parents, adoptent des attitudes différenciées envers les filles et les garçons, qui ont notamment pour conséquence de rendre les comportements des filles plus conformes aux attentes de l'école : la favorisation de l'écoute chez les petites filles influence l'intériorisation des règles de l'école et une plus grande assiduité et réceptivité des filles aux messages pédagogiques. Ce qui peut expliquer pourquoi les filles déclarent plus souvent que les garçons avoir acquis des nouvelles connaissances grâce au spectacle et attestent d'une plus grande réception des messages préventifs.

## Changements suite aux messages préventifs



**Lecture** 70% des jeunes font attention au volume auquel ils écoutent la musique depuis qu'ils ont vu le spectacle Peace&Lobe, 52% font attention lorsqu'ils s'endorment avec de la musique et 48% font attention à leur durée d'écoute. Le changement de comportement systématique le plus important concerne l'endormissement en musique.

**Une sous-population à risques** : la proportion de jeunes ayant répondu que le spectacle n'influencera pas du tout leur comportement (10% des collégiens ; 17% des lycéens), révèle une marge de jeunes réticents aux messages de prévention. La typologie de l'INPES concernant la réception des messages de prévention des risques, nous apprend qu'en moyenne 13% des individus se révèlent « méfiants » face aux messages de prévention : cela procède du fait que les personnes les plus exposées aux risques ont plus souvent tendance à réagir de façon défensive face aux messages de prévention. Qui plus est, elles présentent une préférence pour le présent, qui est aussi, de manière générale, une caractéristique prégnante de la jeunesse.

Principalement âgés de 16-19 ans et plutôt masculins, on constate que les jeunes écoutant la musique à un volume très fort sont plus nombreux que les autres à avoir moins apprécié les messages de prévention et se déclarent moins enclins que les autres à changer de comportement. Plus les pratiques d'écoute sont risquées, moins les jeunes sont réceptifs aux messages préventifs, l'inverse est aussi vrai : moins les pratiques sont dangereuses, plus les jeunes sont réceptifs aux messages de prévention. Cependant 64% de ceux écoutant à un volume plutôt fort se disent prêts à changer de comportement après avoir vu le spectacle.

Les pratiques à risques semblent se renforcer depuis 2008. Ces comportements augmentent significativement avec l'avancée en âge et le sexe joue une influence modérée. Écouter la musique à un fort volume sonore peut aussi en partie s'apparenter à une transgression, qui est un mode de rapport au monde particulièrement courant chez les jeunes, mais non sans conséquence en termes de santé publique, notamment compte tenu de la démocratisation sans précédent de l'écoute individuelle de musique enregistrée.

Depuis qu'ils ont vu le spectacle, 57% de jeunes déclarent avoir effectivement changé de comportement concernant les messages fondamentaux du spectacle : volume, durée d'écoute et endormissement en musique, ce qui atteste d'une grande efficacité du spectacle.

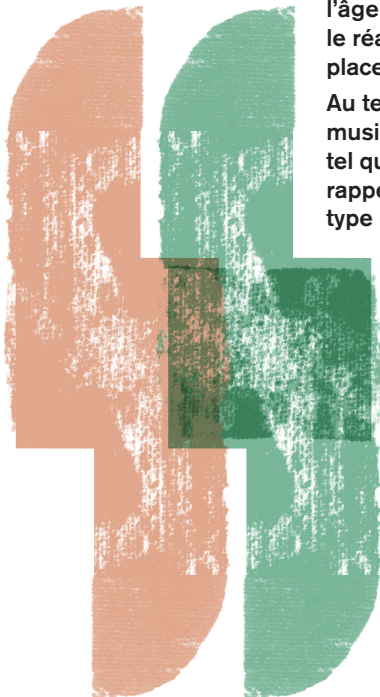
Les jeunes sont prêts à écouter moins fort, mais pas à écouter moins de musique, de la sorte ils comprennent l'essentiel du message de prévention : il est possible d'écouter 3H de musique par jour s'ils le souhaitent mais à un volume faible. Aussi, près de la moitié des jeunes (47%) a pris le soin de s'éloigner de la source sonore (en soirée entre amis, concerts, etc.). Et 43% se sont montrés enclins à faire des pauses durant leur écoute de musique depuis qu'ils ont reçus les messages de prévention.

# Pour conclure

On note une évolution des pratiques à l'ère numérique : importance considérable du téléchargement, diminution de l'achat de supports physiques (CD), augmentation de l'écoute de musique en ligne sur des plateformes vidéo, usage massif du téléphone portable et des ordinateurs/tablettes. On n'a probablement jamais tant eu la possibilité d'écouter de musique qu'aujourd'hui (équipements individuels, dématérialisation), mais la démocratisation de l'écoute de musique au casque génère des situations à risque chez une proportion élevée de la population. Par conséquent, même si les concerts pèsent moins dans la survenue de risques auditifs, on constate un phénomène de généralisation des risques lié à l'écoute au casque. Quelques différences de sexe subsistent et sont liées aux conditions de socialisation différenciée des filles et des garçons, mais de manière globale à l'heure actuelle, les pratiques des filles et des garçons ont tendance à se rejoindre. Les différences de comportement selon les âges restent très marquées et s'expliquent amplement par cette période adolescente propice aux changements et aux expérimentations.

L'ensemble des résultats de cette étude atteste de l'efficacité du dispositif de prévention des risques auditifs Peace&Lobe. Sa réception très positive s'allie à une prise de conscience réelle. Ce spectacle est devenu une référence concernant les nouvelles formes de prévention en santé. Pédagogique et culturel, il est apprécié et s'avère efficace compte tenu de l'accroissement des connaissances et l'évolution des comportements opérés par plus de la moitié des jeunes. Comme la période adolescente s'avère être une période d'autonomisation, notamment en termes de fréquentation de concerts, l'actuel public cible du spectacle (4<sup>e</sup>-1<sup>re</sup>) semble justifié. Même si les résultats de cette étude serviront en outre à réinterroger des priorités en matière de santé préventive auprès des jeunes et notamment le potentiel abaissement de l'âge du public, la poursuite du travail sur les messages fondamentaux, le réajustement de la partie sur le fonctionnement de l'oreille ainsi que la place prise par l'écoute de musique au casque.

Au terme de ces observations, il est important de rappeler que l'écoute de musique doit rester un plaisir. Un dispositif de prévention des risques auditifs tel que Peace&Lobe montre ainsi toute sa pertinence. Enfin, cette enquête rappelle qu'au-delà des enjeux culturels, éducatifs et de santé publique, ce type d'action répond plus globalement à un enjeu sociétal sur les territoires.



## REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier tous les jeunes qui nous ont accordé leur temps et leur confiance pour faire part de leurs pratiques. L'ensemble des établissements scolaires et professeurs impliqués. Les partenaires de Peace&Lobe et notamment les membres du comité de pilotage pour les nombreux échanges fructueux : Soazig Piou et Catherine Robert du Conseil Régional des Pays de la Loire ; Gwenaëlle Hivert de l'ARS Pays de la Loire ; Cécile Duret Masurel et Marc Lawton de la DRAC Pays de la Loire ; Yves Bourdin du Rectorat de l'Académie de Nantes ; Marianne Cam d'Harmonie Mutuelle ; Yves Lafolye, stagiaire au Pôle. Ainsi que toute l'équipe de musiciens et techniciens Peace&Lobe pour leur implication.

Cette enquête a été réalisée par Claire Hannecart, chargée des études et de l'observation au Pôle de coopération pour les musiques actuelles en Pays de la Loire ; avec l'appui de Nicolas Crusson, chargé de développement culturel pour Mus'Azik et Hélène Fourrage, directrice de Mus'Azik.



**Pôle de coopération des acteurs pour les musiques actuelles en Pays de la Loire**

cogéré par 120 structures adhérentes  
02 40 20 03 25. [contact@lepole.asso.fr](mailto:contact@lepole.asso.fr)  
[www.lepole.asso.fr](http://www.lepole.asso.fr)





# *RAPPORTS DES JEUNES À LA MUSIQUE À L'ÈRE NUMÉRIQUE*

Cette enquête porte sur les rapports des jeunes à la musique et leur évolution à l'ère numérique. Elle aborde les goûts musicaux des adolescents, les habitudes de sorties, les pratiques instrumentales et les modes de consommation musicale. Elle examine également les modalités d'écoute (durée, volume), le rapport des jeunes aux risques auditifs ainsi que l'impact du dispositif de prévention Peace&Lobe. Pour l'ensemble des acteurs issus de la filière musicale, de l'éducation et de la santé, cette enquête vise à mieux saisir les usages actuels pour adapter et améliorer les actions à destination des jeunes. Elle a été menée par le Pôle de coopération pour les musiques actuelles en Pays de la Loire en collaboration avec Mus'Azik, et repose sur les réponses de plus de 2000 adolescents scolarisés en région. Après une 1<sup>re</sup> enquête en 2008, cette nouvelle étude permet des comparaisons inédites et montre l'évolution des comportements des jeunes.