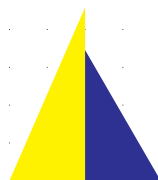
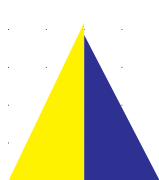


LES JEUNES* ET LA MUSIQUE EN HAUTS- DE-FRANCE

* 12-18 ans

Étude réalisée par Le Patch et SoCo Études
en partenariat avec l'ARA et le RAOUL



SOMMAIRE

Introduction	3
Contexte & objectifs	3
Méthodologie	5
Première Partie	7
1.1 Goûts musicaux	8
1.2 Fréquentation de concerts	12
<i>Focus : Pratiques instrumentales</i>	14
1.3 Modes de consommation musicale	15
Deuxième Partie	18
2.1 Modalités d'écoute musicale	19
2.2 Rapports aux risques auditifs	21
2.3 Réception du spectacle Peace&Lobe	23
Conclusion	27

INTRO – DUCTION

CONTEXTE ET OBJECTIFS

Cette étude propose une photographie des pratiques des jeunes en termes de goûts musicaux, modes d'écoute, sorties, achats, téléchargements et streaming de musique en région Hauts-de-France. Elle permet aussi d'explorer leur perception des risques auditifs et les répercussions sur leur santé. Elle s'inscrit dans un ensemble d'enquêtes menées auprès des adolescent·e·s qui assistent aux concerts de prévention des risques auditifs Peace&Lobe®. Deux enquêtes menées en Pays de la Loire lui ont précédé (en 2008 et 2014), et une enquête nationale est en cours (réalisée par le cabinet d'études SoCo, les données seront disponibles à la rentrée scolaire 2018-19).

Le spectacle Peace&Lobe®

Le dispositif de prévention des risques auditifs Peace&Lobe®, consiste en un spectacle musical pédagogique d'une durée d'1h30 environ. Des projections vidéo, des musiques jouées en live, des échanges entre les musiciens-conférenciers sur scène et les jeunes dans le public confèrent une dimension ludique et éducative au spectacle. Il permet de transmettre de nombreuses informations quant aux risques auditifs et à l'histoire des musiques actuelles.

Les jeunes y assistent avec leur classe, sur le temps scolaire et le spectacle se déroule dans des salles de spectacle de leur région. Les spectacles Peace&Lobe® existent dans de nombreuses régions de France et sont coordonnés au niveau national par AGI-SON, la plateforme nationale de prévention des risques auditifs. 13 386 élèves ont pu bénéficier de ce spectacle de prévention en Hauts-de-France au cours des deux dernières années scolaires. Au total 64 représentations du spectacle Peace&Lobe® ont eu lieu au cours des années scolaires 2015-16 et 2016-17.

Le questionnaire auquel les jeunes des Hauts-de-France ont répondu comportait une centaine de questions. Il prend en considération les **évolutions numériques** qui ont largement modifié les modalités de consommation musicale ces dernières années. Validé par le comité scientifique d'Agi-Son, et amendé par le comité de pilotage du projet en ex-région Picardie, le questionnaire issu des premières enquêtes menées en Pays de la Loire, est dorénavant repris à l'échelle nationale. Cela permet d'établir des **comparaisons** valables et fécondes dans le temps, sur l'évolution des usages de la musique par les jeunes.

Cette enquête est réalisée par le Patch - pôle des musiques actuelles en Picardie, et le cabinet d'études SoCo, spécialisé dans la réalisation d'enquêtes sociologiques dans le secteur culturel et musical. Elle a été menée en partenariat avec l'ARA, Autour des Rythmes Actuels, association roubaisienne œuvrant à l'enseignement et l'accompagnement des pratiques musicales actuelles et le RAOUL, réseau musiques actuelles en Nord-Pas-de-Calais.

Cette étude repose sur la collecte, le traitement et l'analyse de nombreuses données statistiques, ainsi que des références extérieures prenant appui sur des données publiques (INSEE, Santé Publique France, etc.). L'enquête a mobilisé l'appui d'un comité de pilotage constitué de l'ARS Hauts-de-France, la DRAC Hauts-de-France, la DRAAF Hauts-de-France, le Rectorat d'Amiens, le Conseil régional Hauts-de-France, Ombelliscience, l'Adosen – MGEN, le CIJ de l'Aisne et Agi-Son.

L'info en + La musique est la pratique culturelle préférée des français

La musique est la pratique culturelle préférée des français, aussi bien pour l'écoute que la pratique instrumentale : cela est attesté depuis que le Ministère de la Culture produit des données chiffrées sur les pratiques des français (enquêtes débutées en 1973). Qui plus est, l'intérêt pour la musique n'a cessé de progresser dans le temps et pour toutes les générations : il existe une réelle augmentation des temps d'écoute quotidienne de musique. Le « boom musical » des années 1970 (chaîne hifi / baladeur) s'est donc très largement poursuivi cette dernière décennie au travers du numérique.

La présente étude vise à :

- * Analyser les comportements des jeunes quant à la musique
- * Explorer l'évolution des pratiques liées au numérique
- * Repérer les risques auditifs auxquels s'exposent les jeunes
- * Présenter les rapports qu'ils entretiennent avec la prévention des risques
- * Évaluer la réception du spectacle pédagogique Peace&Lobe®

MÉTHODOLOGIE

La méthodologie de cette enquête est **quantitative**, ce choix vise à déceler avec précision les tendances de comportements quant à la musique (façons d'écouter, supports utilisés, modes de consommation...). La récolte des données s'est déroulée via des **questionnaires en ligne**, auto-administrés sur le temps scolaire quelques semaines après le spectacle, afin de leur permettre d'assimiler les informations transmises. Le questionnaire a été pensé comme un **outil pédagogique** permettant de revenir sur les informations transmises pendant le spectacle.

La méthode d'enquête se réfère à la **méthode probabiliste** qui consiste à sélectionner au hasard les individus à interroger selon une approche qui garantit à chacun la même probabilité d'être interrogé. En effet, tous les jeunes des Hauts-de-France avaient la même probabilité de voir ce spectacle et donc de participer à cette enquête.

2 143 jeunes âgés de 12 à 18 ans scolarisés en Hauts-de-France ont répondu à cette enquête au cours des années scolaires 2015-16 et 2016-17. La tranche d'âge des 12-18 ans correspond au public cible du spectacle de prévention des risques auditifs Peace&Lobe®, à savoir les collégiens et lycéens.

L'info en + Les Hauts-de-France: un territoire dense et jeune

La région Hauts-de-France est au **carrefour des métropoles européennes**: limitrophe de l'Île-de-France (Paris) au sud, de la Belgique (Bruxelles) au nord, de la Normandie et de la Grande Bretagne (Londres) à l'ouest ainsi que de la région Grand-Est. Elle est composée de 5 départements : Aisne (02); Nord (59); Oise (60); Pas-de-Calais (62); Somme (80) et de 3 810 communes.

Avec plus de **6 millions d'habitants** (6 006 156 habitants) et une densité de population de 189 hab/km², elle représente la **2^e région la plus densément peuplée de France** métropolitaine après l'Île-de-France. 1 habitant sur 3 y a moins de 25 ans: les Hauts-de-France constituent après l'Île-de-France la **région la plus jeune de France métropolitaine**.

Représentativité de l'échantillon

L'ensemble de la population sur laquelle porte l'enquête (jeunes âgés de 12-18 ans scolarisés en Hauts-de-France) est appelée **population-mère**. Afin de constituer un échantillon représentatif de celle-ci, l'échantillon de répondants est redressé à partir des caractéristiques de cette population-mère. **Un échantillon est représentatif lorsqu'il est une représentation réduite de la population-mère.**

Les critères de répartition de la population-mère (âge, sexe, origine sociale et géographique) sont utilisés pour constituer l'échantillon représentatif. On parle d'**échantillonnage par quotas**. Les données concernant la population-mère sont connues grâce aux dernières données de population disponibles et produites par l'**INSEE**.

Données de cadrage de la population-mère

En Hauts-de-France on compte **549 531** jeunes âgés de **12 à 18 ans**, dont **266 900 filles** soit 48,6% et **282 631 garçons** soit 51,4%.

L'info en +

Sur terre il naît plus de garçons que de filles mais il y a plus de femmes que d'hommes!

Le nombre de naissances féminines et masculines ("sex-ratio") est d'environ 105 chez l'être humain, c'est à dire que pour 100 filles naissent 105 garçons, en somme **il naît plus de garçons que de filles**. Cet excédent se retrouve dans les tranches d'âge jeunes comme on peut le voir ici, avant de s'inverser au profit des femmes: **il y a sur terre plus de femmes que d'hommes**. Car les hommes décèdent statistiquement plus souvent prématurément de morts dites violentes: accidents, suicides, addictions, problèmes de santé...

- * Répartition de la population des 12-18 ans en Hauts-de-France
(**12-15 ans** = 43,5 % et **15-18 ans** = 56,5%)
- * Répartition des **catégories socioprofessionnelles des 30-54 ans** dans les Hauts-de-France, tranches d'âge des parents, permettant de redresser les données concernant l'origine sociale des jeunes de l'échantillon
- * **Répartition départementale de la population** dans les Hauts-de-France
(Nord 43,3% - Pas-de-Calais 24,5% - Oise 13,6% - Somme 9,5% - Aisne 9,0%)

Il s'agit alors de **pondérer les observations** en fonction de ces quotas de répartition de la population-mère. Cette méthode d'échantillonnage par quotas assure une représentativité de l'échantillon et la **possibilité d'extrapoler les résultats à l'ensemble des jeunes en région**. Compte tenu de la taille de l'échantillon de répondants ($n = 2\,143^1$) et de l'échantillonnage par quotas effectué, cette enquête permet une bonne précision des données produites.

Enfin, tout usage d'un échantillon suppose la détermination d'une **marge d'erreur** qui implique un intervalle de confiance calculé en fonction du nombre de répondants. Avec le choix d'une marge d'erreur de 5%, l'**intervalle de confiance** pour 2 143 répondants est de 2%. C'est à dire que lorsque 70% des jeunes interrogés présentent telle ou telle caractéristique, en réalité dans 95% des cas (car marge d'erreur de 5%), entre 68% et 72%² de la population-mère dans son ensemble présente effectivement cette caractéristique.

1.

GOÛTS,

SORTIES,

PRATIQUES,

CONSOM-

MATION

1.1

GOÛTS MUSICAUX

Genres musicaux appréciés et rejetés

Le rap en haut des charts

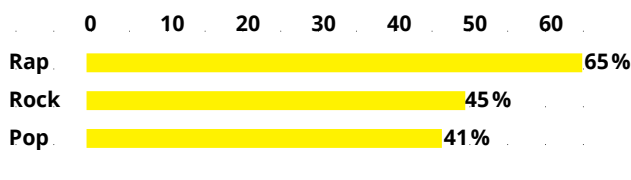
Le rap est l'esthétique musicale la plus écoutée par les jeunes en Hauts-de-France :

65% des adolescent·e·s interrogé·e·s

citent le rap parmi les styles musicaux

qu'ils-elles aiment. Différentes données construites de façon plus ou moins valable scientifiquement attestent toutes de la prédominance de ce style sur les plateformes d'écoute en ligne (toutes catégories d'âge confondues).

Taux d'appréciation des différents styles musicaux
(choix multiple), graphique complet p.11



Loin derrière le rap arrive le rock cité par 45% des jeunes (20 points de moins que le rap), puis la pop citée par 41% des jeunes. Les styles électro et techno suivent, avec 39% et 38%, puis la chanson 36% et les **musiques du monde**, qui avec 30% de citation, semblent faire une **entrée de plus en plus visible** dans les choix musicaux des jeunes générations ces dernières années.

2 jeunes sur 3 aiment le rap

La **citation très faible du style R'n'B est tout à fait remarquable**. À titre de comparaison, en Pays de la Loire en 2014, 47% des jeunes déclaraient le rap comme style musical aimé parmi d'autres, et ce juste devant la pop et le R'n'B cités par 42% des jeunes. La différence de plébiscite pour le rap entre ces deux enquêtes, (66% vs 47%) peut être soit le fait de **goûts musicaux différenciés selon les régions et les profils sociologiques des jeunes** qui y résident, soit le fait d'un **renforcement considérable du rap dans les goûts musicaux des adolescent·e·s** en 2 ans. Nous supposons que ces deux propositions entrent en compte comme d'autres probablement, telles que la **concentration de la production musicale de masse autour de ce style**. Nous pourrions, courant 2018, vérifier l'évolution des goûts musicaux des adolescent·e·s à l'échelle nationale grâce à l'enquête en cours sur les jeunes et la musique (cf. introduction).

Une information notable issue de ces données sur les goûts musicaux, tient en l'**éclectisme** des choix esthétiques des jeunes : **ils-elles aiment écouter de nombreux styles différents.**

30% apprécient
les musiques du monde

Cette tendance à aimer de nombreux styles musicaux est conceptualisée sous le nom de « **goûts omnivores** »³.

Les jeunes investissent leurs goûts musicaux pour diverses raisons : tout d'abord parce que dans l'injonction sociale contemporaine à s'inventer soi-même, les objets culturels occupent une place majeure ; ensuite parce que l'adolescence représente la période au cours de laquelle cette injonction est sans doute la plus forte. Ces choix produisent donc à la fois des appartenances collectives et des constructions individuelles générant de l'identité.

En posant la question du **style musical préféré** (question à choix unique), le rap se démarque à nouveau : 44% des jeunes le choisissent. Le rock qui arrive après le rap lorsque les jeunes peuvent citer plusieurs styles, arrive cette fois-ci à la 7^e position et ne récolte que 4% des suffrages, au même titre que les variétés, le reggae, les musiques du monde et le R'n'B.

Dans les lieux dédiés aux musiques actuelles, on trouve en moyenne 12% de rap, hip-hop, reggae et genres assimilés, comme le montre une enquête de la Fédélima en 2015⁴.

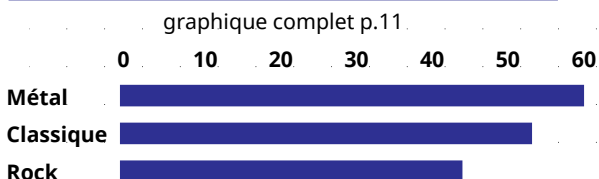
Les genres musicaux qui déplaisent

Le métal, la musique classique et le rock arrivent en tête des styles musicaux qui déplaisent aux jeunes, suivis par le jazz et les musiques du monde.

Comparativement à l'enquête menée en Pays de la Loire en 2014, le rock devance le jazz dans les styles qui déplaisent.

En revanche le métal figurait déjà en première place dans les enquêtes menées sur les goûts musicaux des jeunes en 2008 et en 2014. La musique classique figure toujours parmi les styles les moins appréciés par les jeunes.

Genres musicaux rejetés par les jeunes (choix multiple)



Métal, Classique & Rock : les 3 styles qui déplaisent le plus aux jeunes aujourd'hui

Il est intéressant de noter que les **musiques du monde apparaissent dorénavant dans les 5 premiers styles qui déplaisent**, ce qui confirme la place plus importante qu'elles prennent dans le spectre des esthétiques musicales : elles génèrent moins d'indifférence et plus de positionnement tranché.

Choisir des genres musicaux qui déplaisent, est l'occasion de se positionner encore davantage pour les jeunes en termes d'appartenance et de rejet symbolique de certaines esthétiques, elles-mêmes associées à des modes de vie et des groupes de pairs singuliers.

3 PETERSON Richard A., KERN Roger M., « Changing highbrow Taste: from snob to omnivore », American Sociological Review, 1996, pp. 900-907.

4 Fédélima, La diffusion dans les lieux de musiques actuelles, 2015

Les goûts musicaux et leurs déterminants sociaux

Des goûts peu influencés par l'âge

Les différences de goûts musicaux entre les moins de 15 ans et les plus de 15 ans sont relativement peu marquées. On note cependant que les **15-18 ans ont des taux d'appréciation** des différents styles musicaux, **globalement plus élevés que leurs cadets**. Ce qui atteste probablement de leur plus grande implication dans les choix d'écoute musicale.

Le rap est autant apprécié des collégiens que des lycéens

On remarque que **le rap est autant apprécié par les collégiens que les lycéens**. On note une différence importante concernant le **reggae**: quand 31% des plus de 15 ans le citent parmi les styles qu'ils aiment écouter, c'est le cas de 15% des moins de 15 ans seulement. **L'électro et la techno** sont également plus cités par les 15-18 ans que les 12-14 ans, ce qui peut s'expliquer par l'évolution de leurs **pratiques de sorties** et leur exposition possiblement plus régulière à ces esthétiques.

Des styles préférés par les filles ou les garçons

Les préférences musicales selon le genre sont plus marquées que celles selon l'âge. Tout d'abord il faut noter que les filles **présentent des taux d'appréciation** des différents styles musicaux **globalement plus élevés que les garçons**.

Les filles aiment autant le rap que les garçons

- * **Les filles aiment autant le rap que les garçons**.
- * Elles sont plus nombreuses que les garçons à aimer le **rock** (53% vs 38% de garçons), la **pop** (52% vs 30%), la **chanson** (48% vs 24%) et les **musiques du monde** (37% vs 24%).
- * Les **garçons** sont proportionnellement plus nombreux que les filles à aimer **l'électro** et la **techno** (44% vs 33%), de même que le **métal** (22% de garçons vs 14% de filles).

Quelques différences de goûts musicaux selon l'origine sociale

Afin de mesurer l'effet de l'origine sociale sur les goûts musicaux des adolescents, on les analyse au prisme du concept sociologique de « **capital culturel** » introduit par Pierre Bourdieu⁶. Ayant en tête les **limites de ces catégorisations**, nous utilisons un indicateur de catégorie sociale qui est une synthèse des professions des parents. Afin de faciliter la lecture, nous gardons les quatre catégories les plus représentées et distinctives que sont les cadres, les professions intermédiaires, les employés et les ouvriers⁶.

Tout d'abord il faut noter que, **de façon générale, les différences d'appréciation selon les origines sociales sont peu significatives statistiquement**.

5 Pierre Bourdieu, « Le capital social. Notes provisoires », Actes de la recherche en sciences sociales, n°31, 1980.

6 Nous ôtons les données concernant les enfants d'agriculteurs, d'artisans-commerçants-chefs d'entreprise et de retraités qui sont proportionnellement trop peu nombreux pour être représentatifs.

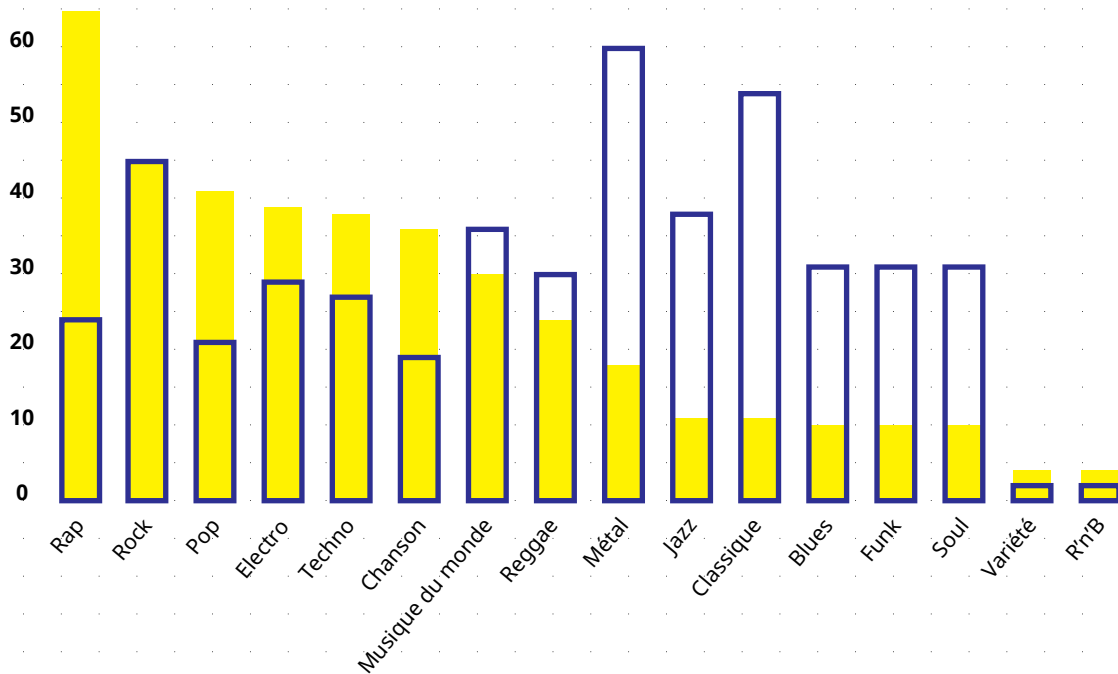
On note que l'**appréciation du rap**, comparativement à celle du rock ou de la pop, **semble socialement moins clivante**. En effet, même si les enfants de cadres plébiscitent le rap proportionnellement un peu moins que les autres (mais tout de même à hauteur de 59%), le différentiel entre les enfants de cadres et d'ouvriers concernant le rap est faible (6 points de pourcentage).

Entre les enfants d'ouvriers et de cadres appréciant le rock ou la pop, les différences sont plus marquées: entre 14 et 12 points de pourcentage d'écart respectivement. Par ailleurs les courbes d'appréciation du rock et de la pop sont descendantes de façon parallèle à la hiérarchie sociale (établie par les catégories représentées): **plus les enfants sont issus de catégories aisées, plus ils apprécient le rock et la pop**.

Pour ce qui est des trois esthétiques préférées suivantes, **électro, techno et chanson**, on remarque une structure relativement similaire à la distribution sociale du goût pour le rock ou la pop: **plus les enfants sont issus de catégories favorisées, plus ils les apprécient** (avec des différentiels relativement faibles entre 7 et 8 points de pourcentage).

En revanche concernant les trois esthétiques suivantes, il est intéressant de noter que la structure se modifie pour les **musiques du monde**, puisque **ce sont les enfants d'ouvriers qui les plébiscitent le plus**. Concernant le **reggae** et le **métal**, il n'existe quasiment **aucune différence d'appréciation selon l'origine sociale**.

Genre musicaux appréciés et rejetés %



1.2

FRÉQUENTATION DE CONCERTS

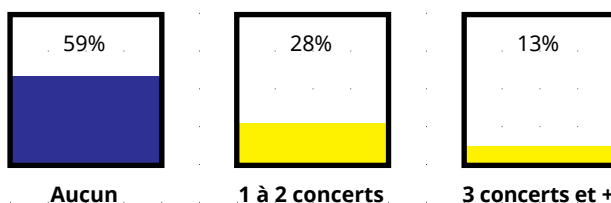
Volume de sorties

41% des jeunes âgés de 12 à 18 ans en Hauts-de-France ont vu au moins un concert au cours des 12 derniers mois.

41% des 12-18 ans ont vu au moins 1 concert au cours des 12 derniers mois

Précisément, 28% des jeunes ont vu 1 à 2 concerts, 7% en ont vu entre 3 et 5 et seuls 6% ont assisté à plus de 5 concerts au cours des 12 derniers mois.

Volume de sortie en concerts (tous lieux confondus) au cours des 12 derniers mois



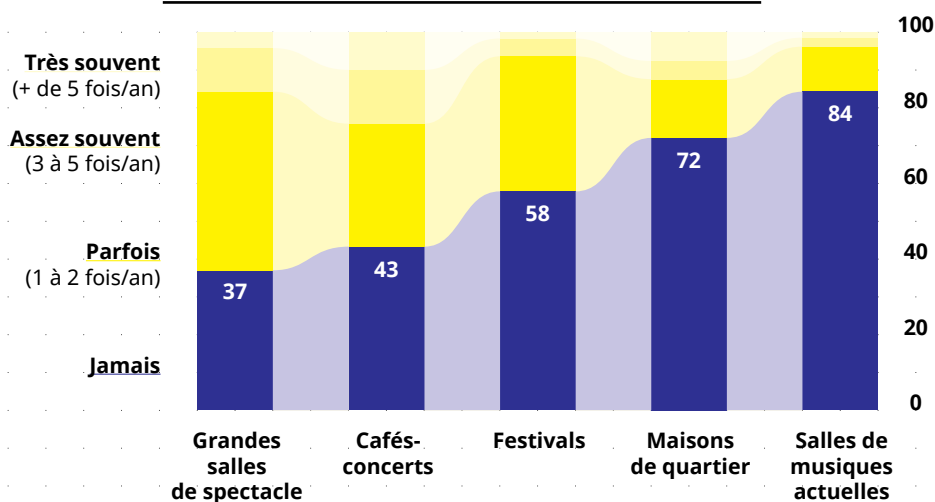
Fréquence de sorties selon les types de lieux

Les **grandes salles de spectacle** (type Zénith), les **cafés-concerts** et les **festivals** sont les lieux que les **jeunes fréquentent le plus** pour assister à des concerts. En effet **63% des adolescent-e-s se sont rendu-e-s au moins une fois dans une grande salle de spectacle pour assister à un concert, 57% en cafés-concerts et 42% en festival.**

Si les adolescent-e-s se rendent dans des grandes salles de type Zénith avec leurs parents majoritairement, il est très singulier de constater que **les cafés-concerts arrivent en 2e position des lieux les plus fréquentés par les jeunes pour aller voir des concerts en Hauts-de-France.** En effet par rapport à l'enquête menée en Pays de Loire, où l'on constate le même trio de tête : Salles de grande capacité (67%), festival (62%) et cafés-concerts (58%), l'ordre était inversé puisque les festivals arrivaient en 2^e position. En l'occurrence il est fort probable que les **réalités territoriales** jouent un rôle majeur (nombre de festivals sur le territoire, accessibilité, types de programmation, etc.).

Force est de constater que les **salles spécialisées en musiques actuelles attirent peu** les adolescent-e-s. Cela s'explique en partie par l'évolution des pratiques : c'est avec l'avancée en âge que les jeunes fréquenteront éventuellement ces types de lieux spécialisés.

Fréquence de sortie en concert selon les types de lieux en %



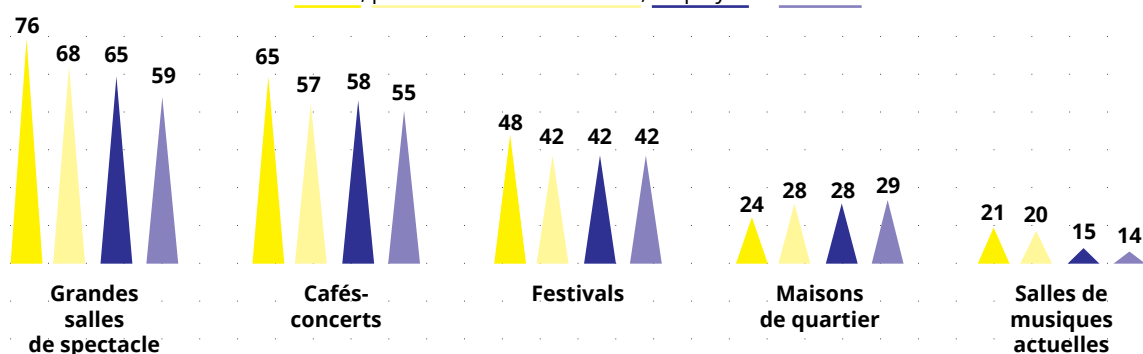
Des différences de fréquentation selon l'âge

Quand la fréquentation des grandes salles de spectacle type Zénith diminue avec l'âge, celle des cafés-concerts augmente et celle des festivals reste stable. Les 14-15 ans sont nettement ceux qui sortent le plus voir des concerts en **maison de quartier**, ce qui corrèle probablement l'autonomisation en cours des pratiques de sorties (ils y vont plus que les 12-13 ans) tout en restant dans un lieu relativement protégé et encadré (dans lequel les plus âgés ne se retrouvent plus forcément).

La fréquentation de concerts fortement influencée par l'origine sociale

Fréquentation de concerts selon les types de lieux et l'origine sociale en % :

cadres, professions intermédiaires, employés et ouvriers



Note de lecture : 76% des enfants de cadres ont fréquenté au moins une fois une grande salle de spectacle quand c'est le cas de 59% des enfants d'ouvriers

Globalement les enfants de cadres fréquentent plus de concerts que les autres : ils se rendent plus souvent dans tous les types de lieux possibles pour voir des concerts, à l'exception des maisons de quartier (on pourrait ici tester la corrélation avec les lieux de vie). Par ailleurs, on notera que les cafés-concerts sont sociologiquement mixtes.

FOCUS: PRATIQUES INSTRUMENTALES

Les trois instruments les plus pratiqués sont le **clavier**, la **guitare** et le **chant**. La **pratique du clavier est légèrement plus importante que celle de la guitare**, ce qui est rare dans les enquêtes sur les pratiques musicales et donc assez singulier.

1 jeune sur 4 joue d'un instrument de musique

Il s'agira de vérifier sur le long terme si la pratique du clavier devient effectivement plus importante chez les jeunes générations que celle de la guitare, ce qui pourrait notamment s'expliquer par le désamour du rock par les jeunes dont la guitare est l'instrument emblématique, combiné au fait que le clavier est un instrument polyvalent fréquemment utilisé dans la composition musicale assistée par ordinateur (MAO), très largement utilisée dans les musiques électroniques et urbaines contemporaines.

Profil-type du jeune musicien en Hauts-de-France

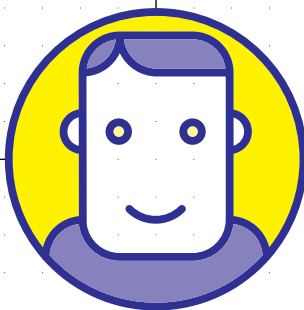
Un garçon, de 14 ans, pratiquant le clavier, jouant plusieurs fois par semaine, ayant appris la musique à l'âge de 9 ans et faisant 1 à 2 répétitions par mois d'1h30 lorsqu'il pratique de façon collective (groupe, chorales, etc.).



Le clavier
l'instrument
le plus pratiqué

14

ans
moyenne d'âge
des musiciens



9

ans
l'âge moyen
d'apprentissage
de la musique



**plusieurs
répétitions**
par semaine

1.3

MODES DE CONSOM- MATION MUSICALE

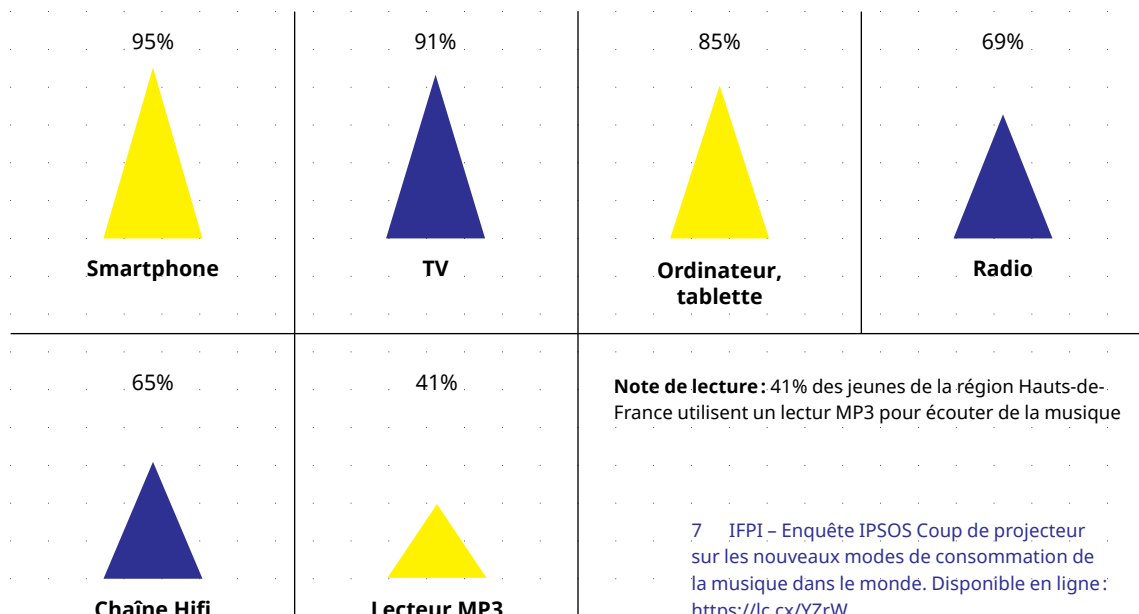
Types de supports utilisés

Selon les dernières données disponibles⁷, **l'utilisation du smartphone pour écouter la musique est une pratique mondiale en plein expansion**. Et ce développement de l'usage du smartphone pour l'écoute de musique est commun à toutes les classes d'âge de 16 à 54 ans. Les jeunes interrogés ici confirment cet usage prédominant du portable pour écouter de la musique : en effet 95% des jeunes des Hauts-de-France utilisent leur smartphone pour écouter de la musique, quand c'est le cas de 57% des français en moyenne (81% des moins de 35 ans).

95% des jeunes écoutent de la musique sur leur smartphone

Passé 16 ans on atteint 98 % d'usage du smartphone pour écouter de la musique, soit quasiment la totalité de cette population.

Types de supports utilisés pour écouter de la musique en 2017



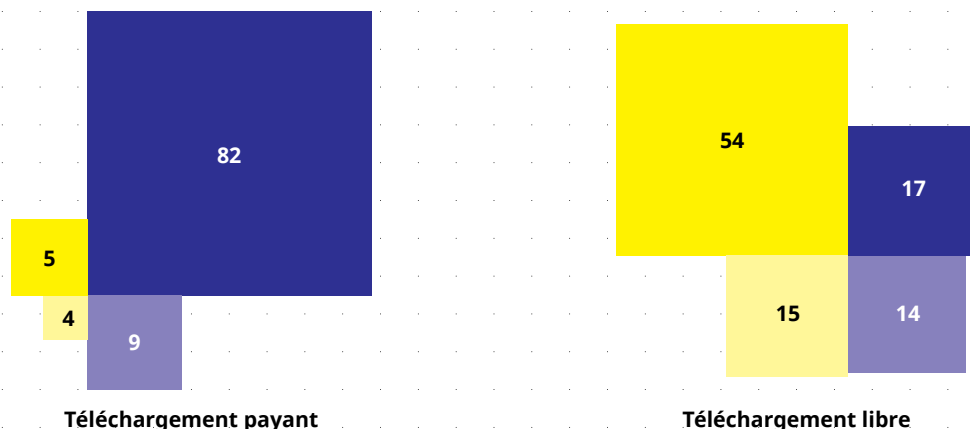
⁷ IFPI – Enquête IPSOS Coup de projecteur sur les nouveaux modes de consommation de la musique dans le monde. Disponible en ligne : <https://lc.cx/YZrW>

Globalement on note que le téléphone portable s'ancre comme le support favori de l'écoute de musique aussi bien du fait qu'il soit utilisé quasiment par tous mais encore du fait qu'il est le support le plus fréquemment utilisé (75% des jeunes l'utilisent très souvent pour écouter de la musique). L'écoute de musique sur la télévision semble se renforcer même si son usage est nettement moins fréquent (seuls 23 % l'utilisent très souvent), quand **tous les autres supports perdent aussi bien en nombre d'utilisateurs qu'en fréquence d'usage** : l'ordinateur et la tablette perdent 10 points de pourcentage, la radio en perd 16, et la chaîne-hifi n'est plus utilisée que par 65% des jeunes.

Le support qui connaît la plus grosse perte d'usage est le lecteur MP3 : en effet il passe de 65% d'utilisation à 41% en 3 ans, autrement dit **59% des 12-18 ans n'utilisent jamais de lecteurs MP3 en 2017**, alors qu'en 2008 il était le support le plus cité avec l'ordinateur.

Téléchargements

Fréquence de téléchargement payant et libre en % : très souvent, assez souvent, parfois et jamais



18% des jeunes des Hauts-de-France téléchargent de la musique payante (ils étaient 12% en 2014 en Pays de la Loire), il est probable que la consommation légale de musique ait tendance à augmenter ces dernières années, selon l'enquête de l'Ifpi citée précédemment, 28% des internautes âgés de 16 à 64 ans dans le monde, téléchargent de la musique payante.

Cependant, même si cette tendance à la consommation légale de musique semble se développer, **82% des jeunes ne téléchargent pas de musique payante quand 83% téléchargent de la musique libre** (téléchargement non payant sans distinguer ce qui relève de pratiques légales ou non).

Plus d'1 jeune sur 2 n'achète jamais de CD

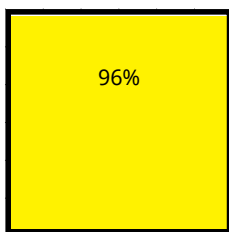
Plus de la moitié des jeunes n'achète jamais de CD en 2017 (52%), ils étaient 47% en 2014 et 39% en 2008, cette tendance à la relégation du CD se poursuit.

De la même manière qu'en 2014, les filles téléchargent autant que les garçons, les plus jeunes téléchargent autant que leurs aînés et les jeunes issus des catégories sociales favorisées téléchargent autant que ceux issus de catégories moins favorisées. **Autrement dit, cette pratique majoritaire qu'est le téléchargement, est non clivante socialement.** Les pratiques de téléchargement sont partagées par l'ensemble des jeunes sans distinction de sexe, d'âge ou d'origine sociale.

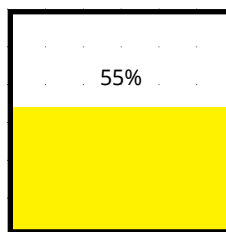
Sites de streaming

Selon l'enquête de l'Ifpi citée précédemment, **45% des internautes âgés de 16 à 64 ans dans le monde, utilisent des services de streaming audio.** En Hauts-de-France, les jeunes âgés de 12 à 19 ans sont 55% à utiliser Deezer et 46% utilisent Spotify.

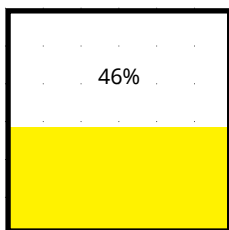
Sites de streaming utilisés pour écouter de la musique en ligne



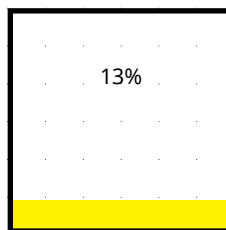
You Tube



Deezer



Spotify



Soundcloud

96% des jeunes utilisent You Tube pour écouter de la musique, la plateforme vidéo est devenue un incontournable de l'écoute de musique en ligne.

L'ensemble des modes de consommation de musique des jeunes incarne les évolutions de pratiques dues à la convergence numérique.

2.

ÉCOUTE,

RISQUES,

SPECTACLE

PEACE—

&GLOBE®

2.1

MODALITÉS D'ÉCOUTE MUSICALE

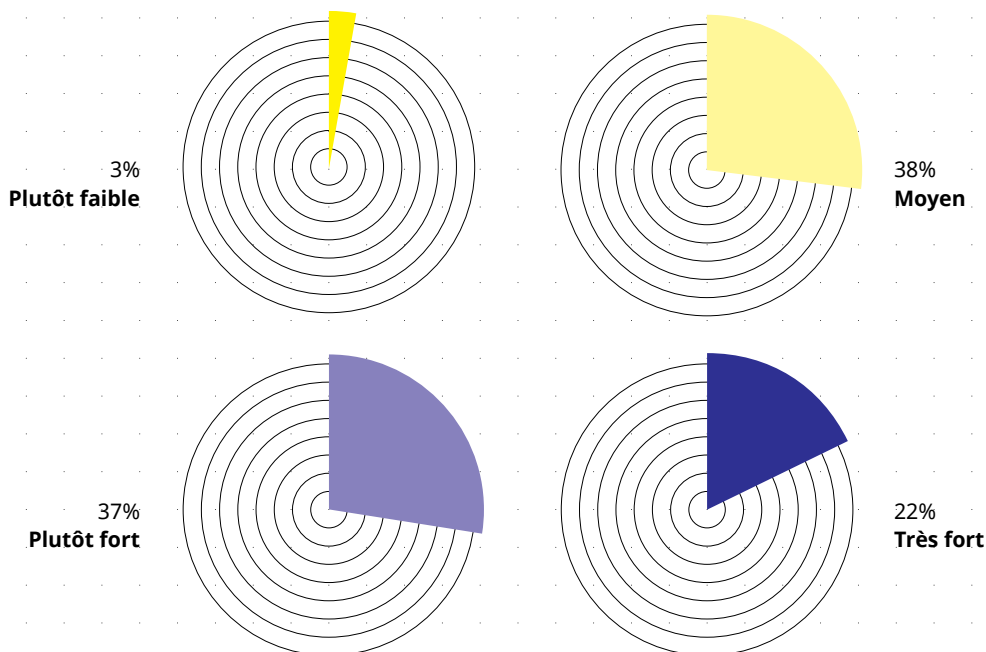
Volume & durée d'écoute

22% des adolescent·e·s de 12 à 18 ans en Hauts-de-France aiment écouter la musique à un niveau sonore très élevé. En 2008, 9% des jeunes interrogés déclaraient apprécier la musique à un volume sonore très fort, en 2014 ils étaient 15%, en 2017 ils sont 22%. Ainsi **les jeunes semblent être de plus en plus nombreux à écouter la musique à des niveaux sonores très élevés.**

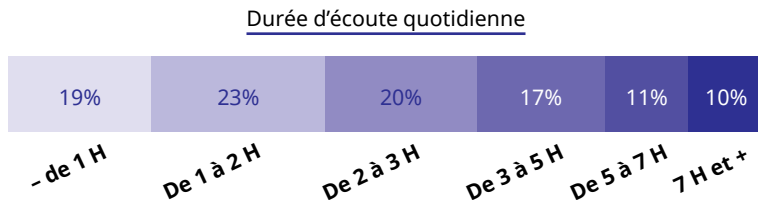
59% des 12-18 ans écoutent la musique à un niveau sonore élevé

Les plus jeunes (12-13 ans) sont nettement plus enclins à écouter la musique à un niveau sonore faible ou moyen (51% vs 41% en moyenne). Quand les 18 ans et plus sont très nombreux à déclarer écouter la musique à un niveau très élevé, en effet c'est le cas de 38% d'entre eux (vs 22% en moyenne). Il n'existe pas de différence de comportement notable entre filles et garçons concernant le volume d'écoute.

Volume d'écoute



La démocratisation des smartphones et de leur usage pour écouter de la musique est particulièrement prégnante dans l'expérience des jeunes, mais ce mode d'écoute n'est pas sans danger car il est tributaire de la qualité des équipements (téléphones et oreillettes) ainsi que des enregistrements écoutés.



58% des jeunes écoutent plus de deux heures de musique par jour. Ici encore les pratiques s'intensifient avec l'avancée en âge. Les 12-14 ans sont 23% à écouter moins d'une heure par jour quand c'est le cas de 14% des 15-18 ans seulement.

Globalement les filles écoutent un peu plus de musique que les garçons. Par ailleurs on remarque que le niveau sonore et la durée d'écoute sont liés : **plus la durée d'écoute est importante, plus le niveau sonore auquel ils écoutent la musique est élevé.**

L'écoute au casque semble s'intensifier : 73% des jeunes écoutent plus d'une heure de musique au casque par jour. Ils étaient 53% dans l'enquête menée en Pays de la Loire en 2014. De la même façon, l'écoute au casque augmente très sensiblement avec l'âge.

Travailler et s'endormir... en musique

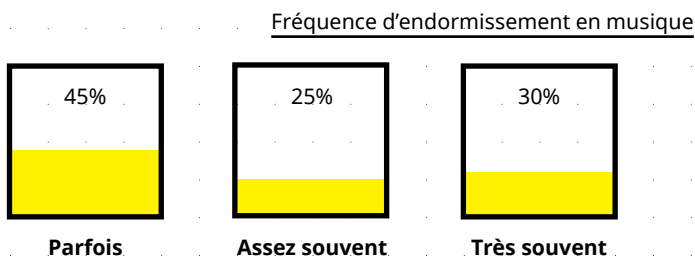
1 jeune sur 2 travaillant en musique le fait avec un casque.

L'autre moitié utilise un système son externe.

83% des jeunes travaillent en musique, dont 56% le font souvent

51% des jeunes s'endorment avec de la musique

La moitié des jeunes s'endorment en musique dont 30% le font très souvent. Par ailleurs lorsqu'ils s'endorment en musique, 3 jeunes sur 4 utilisent des écouteurs.



Si l'on cumule les pratiques d'écoute en journée, dans les transports, en marchant, à celles en soirée pour travailler et s'endormir, on saisit que l'exposition quotidienne des jeunes aux sons est très conséquente et n'est pas sans risque pour l'audition car cela **offre très peu de temps de repos à l'oreille.**

2.2

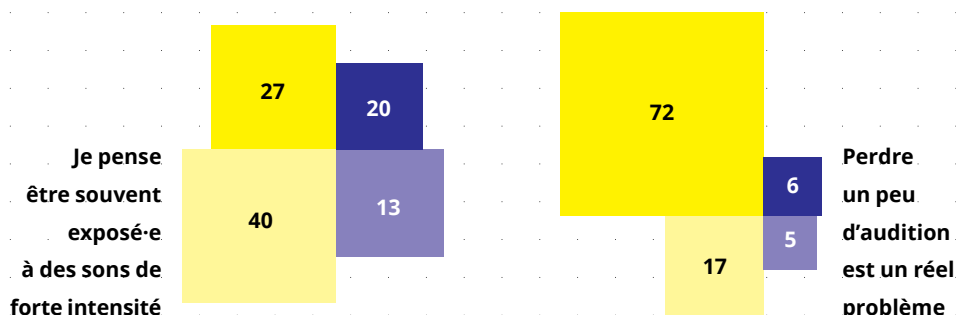
RAPPORTS AUX RISQUES AUDITIFS

Perception des risques

Les jeunes semblent souvent exposés à des sons de forte intensité, et ceci est d'autant plus vrai pour les 15-18 ans. Mais ils ont conscience dans leur ensemble de la dangerosité pour leur audition : **89% estiment que perdre, même un peu d'audition, représente un réel problème**. Notons que les jeunes de 12 ans sont les moins conscients du danger de la perte d'audition : 20% d'entre eux estiment que perdre un peu d'audition ne représente pas un réel problème.

67% des jeunes pensent être souvent exposés à des sons de forte intensité

Pour les affirmations suivantes, les réponses sont en % pour : vrai, plutôt vrai, plutôt faux et faux



Troubles auditifs déjà ressentis

Suite à une exposition sonore **43% des jeunes ont déjà eu un acouphène**, et 6% disent en avoir régulièrement. Les sifflements et bourdonnements dans les oreilles (acouphènes) constituent la **première manifestation de trouble auditif citée par les jeunes**, suivie de l'impression de moins bien entendre citée par 39% d'entre eux. Enfin, 15% évoquent des palpitations, points au coeur ou des vertiges suite à une exposition sonore.

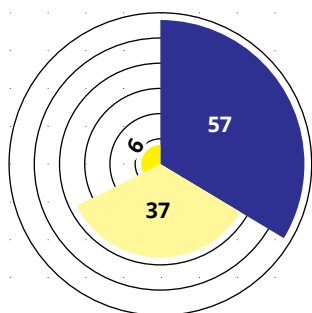
La corrélation avec l'âge est très nette : 58% des jeunes de 18 ans ont déjà eu un acouphène et 61% ont déjà eu l'impression de moins bien entendre suite à une exposition sonore (vs 43% et 39% en moyenne). **Plus ils avancent en âge plus ils sont nombreux à avoir déjà ressenti des troubles auditifs**, ce qui corréle l'évolution des pratiques d'écoute musicale qui s'intensifient avec l'âge en termes de volume et de durée.

L'expérience de troubles auditifs est légèrement corrélée à l'origine sociale. 70% des enfants dont la mère est cadre, n'ont jamais eu l'impression de moins bien entendre suite à une exposition au son.

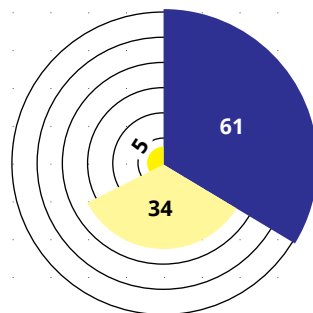
L'écoute de musique au casque devance nettement les concerts comme contexte de survenu de troubles auditifs. En effet 56% des jeunes estiment que leurs troubles sont apparus suite à l'écoute de musique sur leur smartphone, contre 41% suite à un concert et 35% suite à une soirée entre amis. On notera que 27% estiment également avoir ressenti des troubles auditifs suite à l'exposition à des bruits extérieurs (travaux, circulation, etc.).

La majorité des jeunes connaissant des troubles auditifs **n'en parlent pas** (58%). S'ils en parlent c'est principalement à leur famille (34%), ce qui est d'autant plus vrai pour les plus jeunes, mais ils parlent très peu de leurs troubles auditifs aux professionnels de santé (infirmière scolaire, ORL, médecins, entre 1 et 5%).

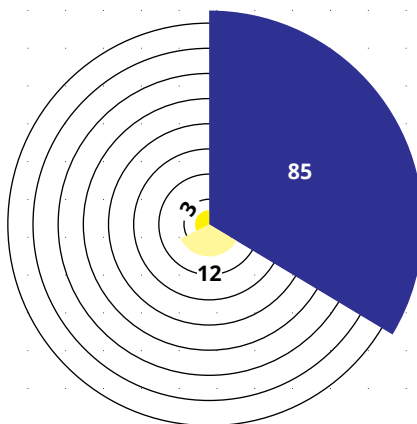
Troubles auditifs ressentis : jamais, ça m'est arrivé, ça m'arrive souvent



Acouphène



Impression de moins bien entendre



Palpitations, vertiges

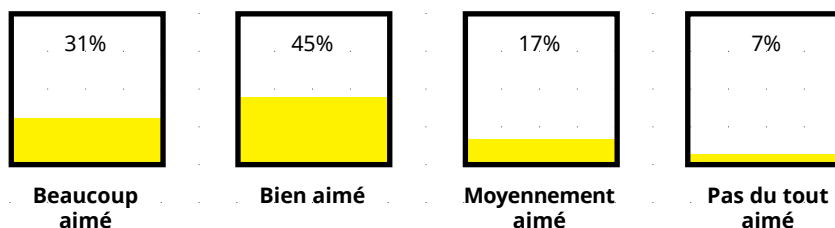
2.3 RÉCEPTION DU SPECTACLE PEACE&LOBE®

Appréciation du spectacle

Le spectacle de prévention des risques auditifs Peace&Lobe® rencontre un franc succès auprès des jeunes puisque seuls 7% déclarent ne pas l'avoir apprécié.

3 jeunes sur 4 aiment le spectacle Peace&Lobe®

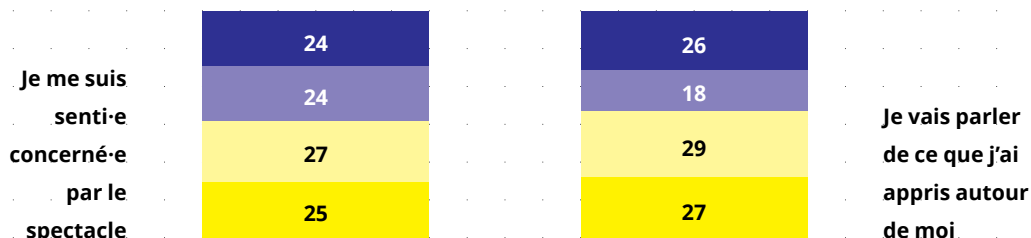
Appréciation du spectacle Peace&Lobe®



Les 17-18 ans ont particulièrement apprécié le spectacle, on remarque en effet que les jeunes ayant l'habitude de voir des concerts (16 ans et +) sont encore plus nombreux à apprécier le spectacle.

Acquisition de connaissances

Pour les affirmations suivantes, les réponses sont en % pour: vrai, plutôt vrai, plutôt faux et faux



48% des jeunes ne se sont pas ou peu sentis concernés par le spectacle de prévention des risques auditifs. Les plus jeunes, auprès desquels les messages préventifs sont cependant efficaces, se sentent parfois moins concernés par le spectacle, peut-être lorsque ce dernier porte sur les pratiques de prévention en concert, puisque les plus jeunes fréquentent encore assez peu les lieux de spectacle.

Plus de la moitié des jeunes (56%) se disent enclins à parler de ce qu'ils ont appris au cours du spectacle de prévention des risques auditifs autour d'eux. Cette **transmission des messages préventifs** en matière de risques auditifs, au travers d'**échanges informels entre amis ou en famille**, constitue une **dimension intéressante du processus global de prévention**.

Test des connaissances acquises : vrai / faux

57% 43%



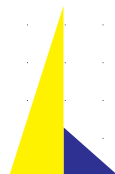
Il peut y avoir danger pour l'audition même si la loi est respectée

61% 39%



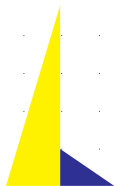
La surdité c'est aussi ne plus comprendre ce que les gens disent

78% 22%



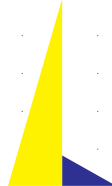
Les baladeurs MP3 peuvent présenter un danger pour l'audition

83% 17%



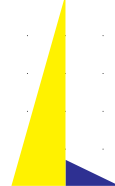
Il est impossible de remplacer les cellules ciliées endommagées

86% 14%



S'éloigner des hauts-parleurs diminue fortement les risques

88% 12%



L'employeur doit fournir des protections auditives si nécessaire

Au jeu des vrais-faux (présentés de façon aléatoire dans le questionnaire mais remis en forme pour ce graphique), on apprend que **43% des jeunes estiment qu'il ne peut pas y avoir de danger pour l'audition en boîte de nuit ou en concert lorsque la loi sur les niveaux sonores est respectée**. Or c'est oublier que la loi vient encadrer des pratiques qui doivent cependant s'auto-responsabiliser. En effet, passer toute la soirée à côté des enceintes d'une boîte de nuit respectant pourtant la loi en matière de niveau sonore, et ce sans faire de pause ou s'éloigner de la source sonore par exemple, est évidemment très dangereux pour l'audition. Il y a sans doute là un message fondamental à retravailler.

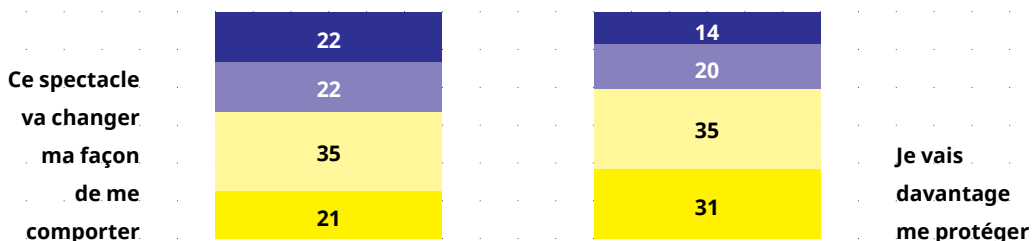
Vraisemblablement **les jeunes n'ont pas encore bien saisis que la surdité engendre de graves problèmes de communication interpersonnelle**, qui passe notamment par le fait de ne plus comprendre ce que les gens disent au cours d'une conversation. En effet 39% d'entre eux ne pensent pas que la surdité est source d'incompréhension verbale.

Les messages relatifs aux dangers auditifs potentiels des MP3, à l'irréversibilité des lésions auditives, à l'efficacité de l'éloignement de la source sonore comme moyen de prévention et à la responsabilité des employeurs en matière de risques auditifs semblent avoir été mieux saisis dans leur ensemble.

2 jeunes sur 3 vont davantage se protéger dans les situations où il y a un risque pour leur audition

Intentions de changement suite au spectacle

Pour les affirmations suivantes, les réponses sont en % pour : vrai, plutôt vrai, plutôt faux et faux



56% des jeunes se disent prêts à changer de comportement à l'avenir en situation bruyante et 66% (2 sur 3) affirment qu'ils se protégeront davantage dans les situations présentant un risque pour leur audition.

Quand 41% des jeunes âgés de 14 à 18 ans se disent prêts à changer de comportement lorsqu'il y a beaucoup de bruit, c'est le cas de 66% des 12-13 ans. Cela atteste d'une **grande efficacité des messages préventifs auprès des plus jeunes élèves.**

Plus le message de prévention est délivré tôt en matière de risque auditif plus il semble à la fois efficace et nécessaire, et ce pour 3 raisons :

- * les plus jeunes semblent plus enclins à recevoir les messages de prévention (66% des 12-13 ans sont prêts à changer vs 41% des 14-18 ans)
- * les comportements à risque en matière d'écoute musicale n'ont pas encore eu le temps de s'installer pour une majorité d'entre eux (51% des 12-13 ans sont enclins à écouter la musique à un niveau sonore faible ou moyen, vs 41% en moyenne).
- * les plus jeunes sont ceux qui ont le moins conscience des dangers de perte d'audition (20% des jeunes de 12 ans estiment que perdre un peu d'audition ne représente pas un réel problème contre 6% des jeunes en moyenne).

Changements de comportement effectifs

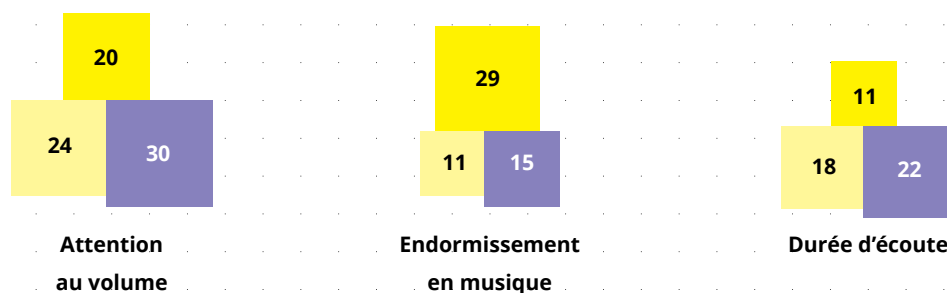
Comme les jeunes sont interrogés plusieurs semaines après avoir vu le spectacle, il est possible de connaître les changements de comportements qu'ils ont mis en place. Ainsi, **depuis qu'ils ont vu le spectacle de prévention,**

74% des jeunes font globalement plus attention au volume auquel ils écoutent la musique.

74% des jeunes font attention au volume auquel ils écoutent la musique depuis qu'ils ont vu le spectacle

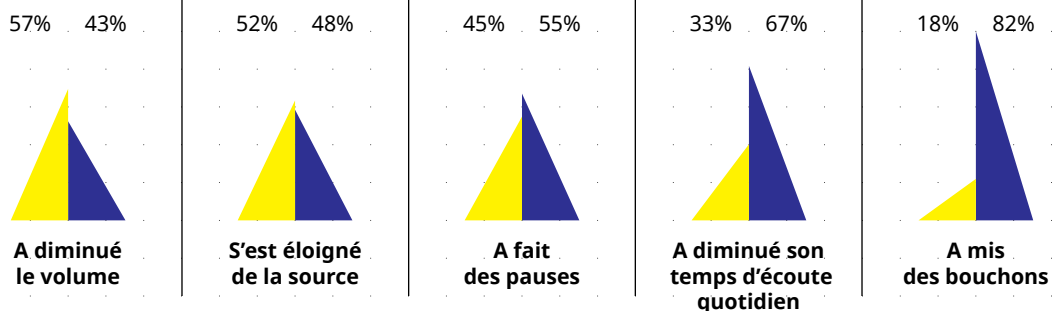
Fréquence de changement de comportement suite au spectacle en %:

systématiquement, souvent, parfois



On note l'efficacité du message préventif relatif à l'endormissement en musique, puisque 40% des jeunes y ont fait systématiquement ou souvent attention. En revanche 49% des 12-19 ans déclarent ne pas avoir fait attention à leur durée d'écoute depuis qu'ils ont vu le spectacle.

Changement de comportement suite au spectacle: oui / non



Depuis qu'ils ont vu le spectacle, 57% des jeunes ont effectivement diminué le volume auquel ils écoutent leur musique. 52% se sont éloignés de la source sonore en situation d'écoute. 45% se sont souvenus du message relatif aux pauses et l'ont mis en œuvre. Et 33% ont diminué leur durée d'écoute quotidienne.

Cette nouvelle enquête sur les jeunes et leurs rapports à la musique confirme que ces derniers sont **globalement plus prompts à écouter moins fort qu'à écouter moins longtemps**. Ce qui rejoint amplement la logique préventive en matière de risques auditifs liés à l'écoute de musique: cette dernière doit rester un plaisir, mais se faire en conscience des risques qu'elle peut comporter notamment quant au volume. Les jeunes semblent avoir bien saisi le fait qu'ils peuvent continuer à écouter longtemps s'ils écoutent moins forts.

CONCLUSION

Les jeunes générations écoutent toujours plus de musique que leurs aînés, qui en écoutaient eux-mêmes plus que leurs aînés. Ceci est attesté depuis que les enquêtes sur l'écoute musicale existent⁸. On est face à un effet de génération (différence quantifiable de génération en génération) : depuis les années 1970, chaque nouvelle génération a un niveau d'engagement dans la musique supérieur à celles qui l'ont devancée. En somme chaque nouvelle génération écoute plus de musique que la précédente, et ce tout au long de sa vie. On n'a donc pas affaire à un simple effet d'âge : on écoute plus de musique quand on est jeune que plus tard dans la vie.

Cependant les univers musicaux dans lesquels évoluent les plus jeunes, se construisent hier comme aujourd'hui à l'aune d'une logique commerciale de marché de la musique proposant une offre *mainstream*⁹. Mais le goût pour les productions musicales de masse n'est pas propre aux adolescent-e-s d'aujourd'hui : de façon générale l'adolescence est une classe d'âge où se manifeste ce type d'inclination pour les goûts culturels *mainstream*.

La production des univers musicaux des jeunes est également influencée par des déterminants sociaux d'âge, de sexe et d'origine sociale. Les différences de comportement selon les âges sont nettes et s'expliquent notamment par cette période adolescente propice aux expérimentations. Mais chaque classe d'âge, si elle présente des homogénéités, recouvre aussi des comportements multiples et des socialisations distinctes.

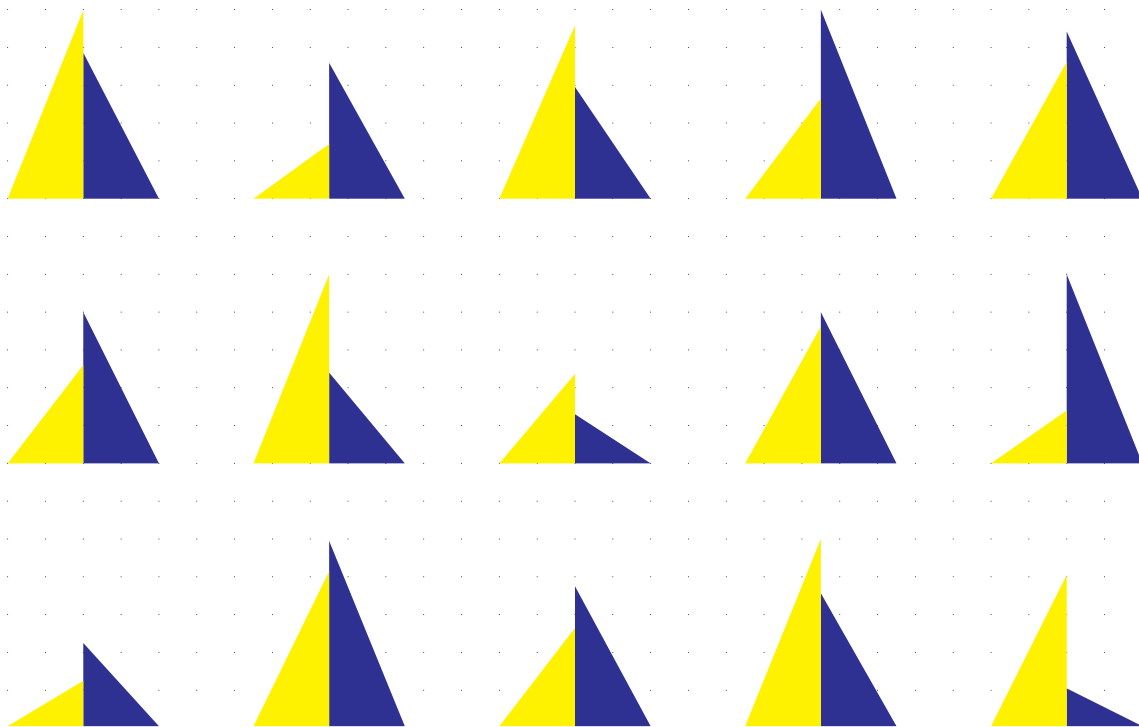
Le régime numérique dans lequel nous vivons a modifié d'anciens invariants culturels, comme l'influence considérable que revêtait l'origine sociale dans les goûts musicaux, ces invariants culturels s'étant confrontés aux nouvelles technologies. Cette enquête confirme donc une évolution très sensible des pratiques relatives à la musique à l'ère numérique : importance considérable du streaming (l'écoute de musique en ligne sur des plateformes audio ou vidéo), diminution continue de l'achat de CD, usage massif du téléphone portable pour l'écoute de musique au casque ou sur enceinte. Les pratiques les plus partagées étant également celles qui sont le moins clivées socialement. Les innovations techniques ont rendu l'écoute de musique plus générale dans l'espace et dans le temps, qu'elle ne l'a jamais été¹⁰.

Cette augmentation formidable des possibilités d'écouter de la musique aujourd'hui (équipements individuels, dématérialisation), liée au phénomène d'expansion de l'écoute au casque, n'est pas sans générer des situations à risque chez une proportion élevée de la population, jeunes ou moins jeunes. Par conséquent, si les concerts pèsent moins dans la survenue des troubles auditifs, on constate un phénomène de généralisation des risques liés à l'écoute au casque, dont la prévention en santé auditive doit prendre la mesure de son expansion.

8 « Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques », Culture Prospective, Pratiques et Publics, Ministère de la Culture, 2007.

9 Signifie littéralement le « courant principal », désigne les productions culturelles de masse, ici musicales.

10 *Ibidem*



REMERCIEMENTS

Nous remercions l'ensemble des jeunes ayant participé à cette enquête, les équipes pédagogiques des établissements scolaires impliqués dans le projet Peace & Lobe, les membres du comité de pilotage, les musiciens et techniciens du groupe Boucan, l'ARA et le RAOUL, réseau musiques actuelles en Nord-Pas-de-Calais.



LE PATCH – PÔLE DES MUSIQUES ACTUELLES EN PICARDIE

Siège – 8 avenue de Bourgogne – 60 000 Beauvais

Bureaux – 12 rue Dijon – 80 000 Amiens

Tel. 03 65 80 14 59

Email contact@le-patch.net

www.le-patch.net



SOCO ÉTUDES

Siège – 18 mail Picasso – 44000 Nantes

Bureaux – La Centrale

28 boulevard Goullin – 44200 Nantes

Tel. 02 28 44 97 94

Email. claire.hannecart@soco-etudes.com

www.soco-etudes.com

EN PARTENARIAT AVEC



Réalisation graphique par Émilie Coquard

Achévé d'imprimer en décembre 2017

Imprimé par Onlineprinters en Allemagne

Rapport publié à 1000 exemplaires

Dépôt légal : décembre 2017

ISBN : 978-2-9562916-0-2