

Observatoire OPSIS

Les pratiques musicales à l'ère des TIC

novembre 2011

Adrien Souquet

De façon générale, la musique ne prend pas la même place pour chaque individu : le rapport à cette pratique culturelle peut aussi bien être superflu chez l'un et primordial chez l'autre. L'occasion ici de chercher à différencier le rapport à la musique en fonction de caractéristiques sociodémographiques. Dit autrement, nous tenterons de répondre à la question suivante : y-a-t-il des facteurs qui permettent d'expliquer notre goût pour la musique ?

L'objectif suivant est d'identifier de quelles manières les TIC font évoluer les pratiques liées à la musique sous toutes ses formes : l'écoute de musique chez soi, la fréquence de sortie, la pratique d'un instrument sont-elles par exemple des activités qui ont subi une transformation du fait de l'omniprésence des écrans et d'Internet ?

L'article étudie enfin plus spécifiquement le rapport qu'entretiennent les bretons avec la musique, notamment en termes d'attachement régional et de folklore local. Qu'en est-il de leurs existences réelles ? L'identité bretonne telle qu'elle est revendiquée s'exprime-t-elle aussi dans la relation à la musique ?

L'article s'appuie sur deux échantillons différents, tous deux établis selon la méthode des quotas¹. Le premier échantillon concerne 1000 internautes résidant en France métropolitaine, âgées de 18 à 90 ans. Un second échantillon constitué de 1000 internautes bretons a aussi été construit, dans le but d'étudier l'existence d'une spécificité régionale. Le questionnaire administré est identique pour les 2 échantillons.

Introduction sur le questionnaire administré

L'un des objectifs est ici de mesurer de quelle(s) façon(s) les TIC ont influencé la manière dont la musique est consommée. Pour répondre à cela nous disposons pour chaque individu d'informations liées à ses pratiques musicales, que l'on peut découper en 3 catégories distinctes :

- la pratique dite d'« appartement » : elle concerne l'écoute de musique à son domicile, décrite par la fréquence d'écoute de la radio, le visionnage d'émissions de télévision musicales, l'écoute de CDs, etc.
- la pratique de sortie : on s'attarde ici à mesurer à quelle fréquence la personne sort écouter des concerts de groupes régionaux ou de vedettes internationales, se rend à des soirées karaoké, etc.

¹ Pour l'échantillon national, la représentativité est assurée en termes de sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, taille d'unité urbaine et zone d'UDA. Pour l'échantillon breton, il s'agit des mêmes critères excepté pour la zone d'UDA, où le département est utilisé à la place. Il faut bien prendre en compte qu'il s'agit d'internautes, et que par cette occasion la population étudiée est « particulière » : plus diplômée et avec de plus forts revenus que la population française par exemple.

- enfin la pratique instrumentale, qui comme son nom l'indique, se charge principalement de renseigner si la personne joue d'un instrument et avec quelle assiduité.

En marge du rapport à la musique et de son expression, et en vue de mesurer la façon dont elle est impactée par les nouvelles technologies, nous disposons d'indicateurs principalement liés à l'utilisation d'Internet : quelle fréquence de connexion à Internet, quels usages sur le net, etc. En regroupant ces 2 contenus différents d'informations, il est possible d'estimer la façon dont ils interagissent et quels comportements cela va créer.

Comment expliquer le rapport à la musique ?

En préambule de l'impact des TIC, nous cherchons ici à trouver les facteurs influençant la probabilité d'apprécier la musique. Premier élément de réponse : **l'importance que l'on accorde à la musique est transmise par la famille**. 56% des personnes ayant des parents passionnés de musique se déclarent très amatrices de musique, alors que ce chiffre est de 23% pour les personnes n'ayant pas de parents passionnés de musique.

Ensuite, **l'âge est révélateur de l'intérêt pour la musique**. Ainsi la tranche d'âges des 40-59 ans ne revendique pas aussi fortement un intérêt pour la musique que les autres catégories d'âges. Ils n'écoutent pas beaucoup de musique sur les radios, et ne pratiquent que peu souvent d'un instrument. Ce n'est pas dû à un manque de temps libre puisqu'il est aussi important que pour les autres catégories d'âges (en moyenne 15% à déclarer avoir beaucoup de temps libre), sauf comparé aux plus âgés (plus de la moitié de ceux-ci déclarant avoir beaucoup de temps libre).

On note tout de même, en relation avec la « filiation » de l'intérêt pour la musique présentée précédemment, qu'ils sont significativement moins nombreux à avoir des parents passionnés de musique (16%, contre 35% en moyenne pour les autres catégories).

L'intérêt pour la musique, plus important pour les autres catégories d'âges, n'est alors pas vécu de la même façon. Ainsi **les plus jeunes (18-24 ans) sont plus orientés vers une pratique de sortie, correspondant sans doute à une phase de construction de capital social** : aller voir une vedette internationale en concert, aller écouter un groupe de la région, etc. Ils sortent d'ailleurs plus de la moitié du temps entre amis, fréquence très supérieure aux autres catégories d'âges. De plus ils conservent un lien quasi permanent avec la musique par l'utilisation fréquente d'appareils mobiles (mp3, téléphone portable/Smartphone...).

La tranche des 25-39 ans conserve de nombreuses caractéristiques des plus jeunes, mais de façon moins marquée. L'intérêt pour les chaînes de télévisions musicales (MTV par exemple) est aussi fort que les plus jeunes et la pratique d'un instrument, quoique moins régulière, reste 2 fois plus élevée que les plus âgés. On note cependant une différenciation avec les plus jeunes sur les usages plus récents : les 25-39 ans écoutent par exemple moins souvent de la musique en mobilité, ou utilisent moins fréquemment des sites de streaming que les 18-24 ans. Néanmoins lorsqu'il s'agit de sortir, des usages comme se renseigner sur des dates de concerts ou réserver des billets en ligne sont aussi fréquemment utilisés que les plus jeunes, voire plus souvent.

Les plus âgés sont quant à eux plus orientés vers une écoute au domicile : écoute plus traditionnelle de la radio, visionnage d'émissions de variétés par exemple. Ils apprécient cependant plus souvent de se rendre à l'opéra ou aller écouter de la musique classique ou du jazz, que les autres catégories d'âges.

Le rapport à la musique est différent selon sa catégorie professionnelle : les exploitants agricoles, les ouvriers, ainsi que les inactifs se déclarent en moyenne moins souvent intéressés par la musique que les étudiants, cadres, professions intermédiaires et professions intellectuelles supérieures. Les cadres et professions intellectuelles supérieures, s'ils écoutent plus souvent de l'opéra que les autres catégories socioprofessionnelles (36% au moins 1 fois dans l'année, contre 14% en moyenne), ne se cantonnent pas à ce genre de musique et se tournent aussi vers de la musique plus « populaire », comme lorsqu'ils sortent écouter une vedette internationale par exemple.

En bref, qui fait quoi ?

Sortir écouter une vedette internationale : un peu plus prisé par les 25-39 ans, ainsi que par les étudiants et les professions intellectuelles supérieures.

Sortir écouter de la musique d'opéra : concerne les plus âgés (32% d'entre eux y sont allés au moins une fois dans l'année, contre 15% en moyenne pour les autres catégories d'âges), ainsi que les professions intellectuelles supérieures.

Sortir acheter un CD : tout le monde ! Ce n'est pas lié à un âge ou une catégorie socioprofessionnelle par exemple.

Écouter de la musique en mobilité : sans conteste les plus jeunes. C'est l'usage qui caractérise le plus cette catégorie d'âges (90% des jeunes le font, contre 40% en moyenne pour les autres catégories d'âges)

Jouer d'un instrument de musique : c'est plus souvent masculin (3 fois plus d'hommes que de femmes), et peu lié à l'âge, sauf pour les 40-59 ans qui en pratiquent significativement moins souvent.

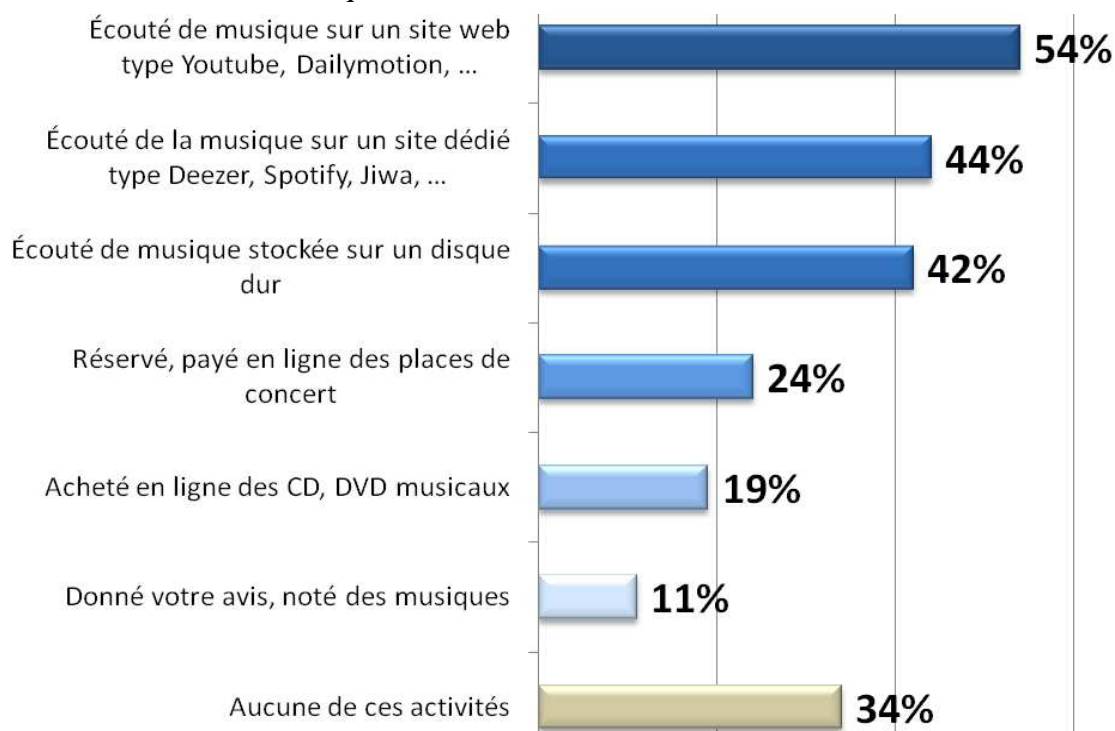
Le rapport à la musique n'est aucunement lié au revenu : la proportion de personnes très amatrices de musique est identique chez ceux déclarant avoir un revenu très confortable (4% des interrogés) et chez ceux déclarant avoir une vie très difficile avec leur revenu actuel (5% des interrogés) : elle est environ de 30% pour chacune des 2 catégories. Par contre, à revenu égal, le budget associé à la musique sera évidemment plus ou moins élevé selon que l'on apprécie ou non cet objet culturel.

L'impact des TIC sur les pratiques musicales

Le graphique 1 indique tout d'abord par quels moyens la musique est habituellement écoutée, lorsqu'il s'agit d'écoute sur ordinateur ou par Internet.

On note ainsi que les outils Web se sont largement démocratisés et sont aujourd'hui fréquemment utilisés lors de l'écoute au domicile. S'il n'est pas possible de parler de substitution ou de complémentarité à partir de ce simple graphique, on peut donc tout de même évaluer une bonne « insertion » d'Internet dans la pratique musicale, pour les internautes tout du moins.

Si Internet permet l'écoute de morceaux de musique, il offre aussi une palette d'usages qui permettent une pratique différente de la musique : se renseigner sur l'actualité musicale, acheter des CDs en ligne, donner son avis, etc. Le graphique 1 décrit donc aussi les principaux usages en relation avec la musique réalisés sur Internet.



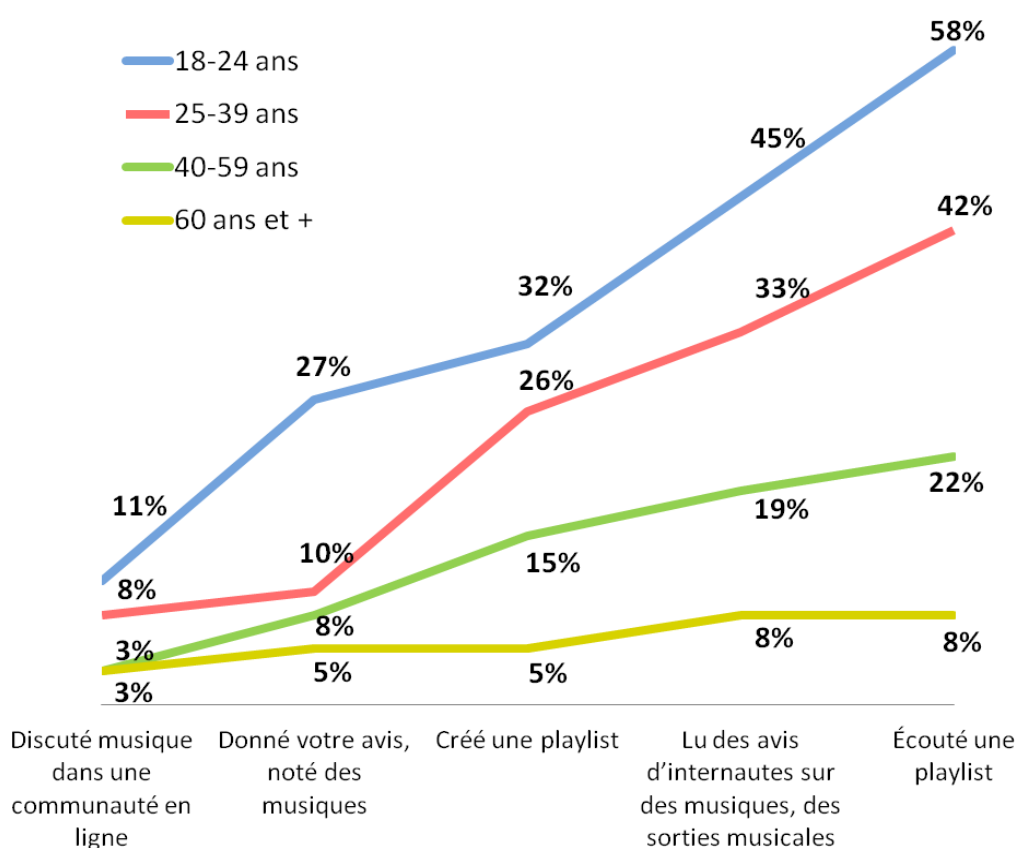
Graphique 1 : usages d'Internet en relation avec la musique, dans les 12 derniers mois

Ces outils en ligne restent tout de même l'apanage des plus jeunes (18- 24 ans) : la proportion des personnes les utilisant décroît clairement en fonction de l'âge. Néanmoins, certains usages dérogent à cette règle et aussi prisés par les 25-39 ans : les usages liés aux achats en ligne, comme par exemple l'achat d'albums, ou la réservation de places de concert. Etant donné que les 18-24 ans sortent plus souvent que les 25-39 ans il n'existe pas d'effet lié à la différence d'argent disponible ; à budget égal cette pratique est appropriée de façon similaire par les 2 catégories d'âges.

Cela montre qu'utiliser Internet pour réaliser des achats devient progressivement un usage banalisé, témoignage d'une peur liée aux données non sécurisées et à la divulgation

d'informations qui se fait moins présente. Il sera d'ailleurs intéressant de mesurer dans de prochaines enquêtes si les risques liés à la sécurité sont simplement moins connus ou si ceux-ci sont considérés moins importants du fait d'une fiabilisation des échanges bancaires par exemple.

Pour autant que cela fasse référence à des usages disponibles depuis un certain temps – Deezer, le premier site d'écoute de musique en ligne de France existe par exemple depuis 2007, **échanger sur la musique par le biais du net reste une pratique majoritairement jeune** (voir graphique 2). Leur usage décroît clairement avec l'âge ; l'écart le plus important différencie bien les plus jeunes (18-24 ans et 25-39 ans) des plus âgés (40-59 ans, 60 ans et +). L'utilisation des communautés en ligne pour discuter de la musique reste quant à elle minoritaire.



Graphique 2 : usages des communautés en ligne dans la musique, selon la catégorie d'âges

Le graphique montre de plus que les usages « passifs » (lire des avis, écouter une playlist) sont plus répandus que les usages « actifs » (donner son avis, créer une playlist). L'écart entre ces catégories d'usages augmente lorsque l'âge diminue.

La pratique d'un instrument est, elle aussi, impactée par Internet. Ainsi il est devenu courant (c'est le cas pour un peu plus de la moitié des personnes pratiquant un instrument) d'aller sur Internet pour chercher des partitions, des tablatures, ou regarder des vidéos pour améliorer sa pratique. Cela est valable quel que soit le niveau de pratique. Par contre, l'usage des forums ou des chats pour échanger sur le sujet n'est pas encore un usage très répandu (moins de 10% des personnes jouant d'un instrument), et reste réservé aux très amateurs de

musique. Enfin, utiliser son ordinateur pour créer de la musique reste une activité marginale, puisqu'elle n'est pratiquée que par 4% des interrogés.

L'existence d'une culture locale de la musique en Bretagne

Peut-on parler d'un attachement spécifique à la musique en Bretagne ? La réponse est affirmative. Les Bretons vont par exemple significativement plus souvent écouter un groupe de leur région que le reste de la France (56% en Bretagne, alors que la moyenne française est de 44%).

Les radios locales et régionales sont aussi plus écoutées en Bretagne : 65% des bretons l'écoutent au moins une fois dans l'année (40% l'écoutent tous les jours ou presque), tandis que la moyenne française est de 53% (31% l'écoutent tous les jours ou presque).

De plus, lorsqu'une musique inspirée du patrimoine culturel local existe dans une région, elle n'est écoutée (fréquemment, ou de temps en temps) en moyenne que par 12% de ses résidents en France alors qu'en Bretagne cela est le cas pour 45% des habitants.

Par quoi peut-on expliquer l'écoute de musique inspirée du folklore local dans sa région ? L'attachement à celle-ci joue bien sûr un rôle important : **à intérêt égal pour la musique, une personne très attachée à sa région a ainsi 5 fois plus de chances d'écouter ce genre de musique qu'une personne qui n'est pas attachée à sa région.** Puisqu'il y a plus de personnes attachées à leur région en Bretagne – 64% des bretons s'y déclarant très attachés contre en moyenne 44% dans le reste de la France, cela explique en partie pourquoi la musique locale y est plus écoutée.

Il est notable ensuite que l'écoute d'une musique liée au patrimoine local, alors qu'elle est indifférenciée du genre dans le reste de la France, est une pratique statistiquement plus masculine en Bretagne : 48% des bretons écoutent un peu ou souvent ce genre de musique, alors que cela concerne 40% des bretonnes.

2 écoutes différentes de musique régionale

Aller écouter un groupe de sa région : loisir résolument jeune, assez masculin. Prisé par les habitants des plus grandes communes. Ce n'est pas lié à son revenu, ni à l'attachement que l'on porte à sa région.

Écouter de musique inspirée du folklore local : activité plus souvent partagée par les plus âgés (60 ans et plus) que par les plus jeunes. Et plus prisée par les habitants des petites communes, ainsi que par les personnes attachées à leur région.

Pour conclure

A l'instar de l'article sur la Presse Quotidienne Régionale² où il s'agissait notamment d'expliquer les déterminants de la lecture de la PQR, l'un des objectifs de cet article est de montrer que le rapport à la musique que chacun peut entretenir provient souvent d'éléments sociodémographiques. L'intérêt que nos parents portent à la musique, notre âge ou notre catégorie socioprofessionnelle sont autant d'indicateurs permettant d'estimer notre goût pour la musique. Il est évident que cela n'est pas suffisant et que son parcours personnel, son vécu prennent eux aussi une place prépondérante dans le rapport que l'on entretient avec la musique ; néanmoins ce sont là de bons indicateurs.

Les TIC ont alors changé notre façon d'écouter, de pratiquer ou d'échanger sur la musique : Internet permet l'écoute immédiate de presque la totalité des titres existants, il rend disponible les tablatures d'un morceau, permet avec les réseaux sociaux d'échanger facilement nos goûts, nos avis. L'utilisation d'outils portables rend la musique mobile, potentiellement omniprésente. Même si ce sont des usages souvent cantonnés à des catégories particulières, ils montrent l'insertion de nouveaux outils pratiques qui deviennent progressivement communs, usuels.

L'étude termine enfin par montrer que la Bretagne dispose d'un ancrage fort de la musique en ses terres. La présence et la richesse des festivals bretons (les vieilles charrues, la route du rock, les Transmusicales, etc.), ainsi que la musique liée au folklore local (fest-noz, musique celte, etc.) contribuent à faire perdurer l'existence de cette spécificité musicale bretonne, et par là même de son identité régionale.

² Godefroy Dang Nguyen, Sylvain Dejean, Adrien Souquet, « La Presse Quotidienne Régionale face aux enjeux du numérique », <http://www.marsouin.org/spip.php?article434>

Typologie récapitulative sur l'usage des TIC et le rapport à la musique

Les « maker » (5%)

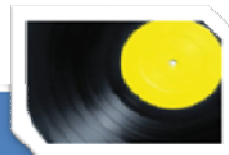
C'est dans ce groupe que l'on retrouve les personnes les plus intéressées par la musique : ils jouent souvent d'un instrument, se déclarent passionnés de musique tout comme leur parents. S'ils ne jouent pas d'un instrument, ils chantent ou créent de la musique sur ordinateur. Sur le net, ils vont surtout partager leurs créations musicales et discuter en ligne de leur composition.



Les 78 tours (49%)

Ils sont peu connaisseurs ou utilisateurs du net. Ils n'ont pas un lien très fort avec la musique (peu de personnes se déclarent très amatrices de musique dans cette catégorie).

On retrouve ici une population âgée (60 ans et plus), retraitée.



Les mp3 (20%)

Très forte utilisation du net avec beaucoup d'activités réalisées. Ils utilisent ainsi beaucoup les outils liés au « social » : écoute de la musique conseillée sur des réseaux sociaux, lecture régulière d'avis d'internautes, écoute de playlists créées par d'autres utilisateurs, etc. L'écoute en mobilité (sur lecteur mp3, ipod) est aussi privilégiée.

Il s'agit plutôt d'une population jeune, étudiante.



Les « live » (26%)

Que ce soit en relation avec le net ou pas, ils partagent une culture très orientée vers la sortie. Ils accordent ainsi un budget musique élevé, qu'ils dépensent dans des concerts de groupes de leur région, ou de vedettes internationales. Ils font alors souvent appel à Internet pour faciliter ces sorties : se renseigner sur les événements musicaux, vérifier des informations pratiques pour un concert, réserver et payer des places de concert en ligne, etc.

On retrouve une certaine surreprésentation des professions intellectuelles supérieures, ainsi que des niveaux d'étude élevés.



ANNEXES

Tableaux de répartition d'usages liés à la musique, selon le sexe, l'âge et la catégorie socioprofessionnelle.

Les données proviennent de l'enquête « pratiques culturelles », enquête réalisée en mars-avril 2011 et qui porte sur 2000 internautes. Deux échantillons différents ont été constitués, tous deux établis selon la méthode des quotas. Le premier échantillon concerne 1000 internautes résidant en France métropolitaine, âgées de 18 à 90 ans. Un second échantillon constitué de 1000 internautes bretons a aussi été construit, dans le but d'étudier l'existence d'une spécificité régionale. Le questionnaire administré est identique pour les 2 échantillons.

Tableau 1 : Aller écouter un groupe de sa région au moins une fois dans l'année	10
Tableau 2 : Aller écouter de l'opéra, de la musique classique ou du jazz.....	10
Tableau 3 : Aller écouter une vedette nationale, internationale.....	11
Tableau 4 : Aller à une soirée karaoké.....	11
Tableau 5 : Aller acheter un CD, disque ou DVD musical.....	12
Tableau 6 : Aller emprunter de la musique dans une médiathèque	12
Tableau 7 : Écouter de la musique sur des radios.....	13
Tableau 10 : Écouter de la musique sur des radios locales ou régionales	13
Tableau 11 : Écouter des CD, disques ou DVD musicaux	14
Tableau 12 : Regarder une émission de variété, une chaîne de TV musicale	14
Tableau 13 : Écouter de la musique sur des appareils mobiles type MP3, téléphone, etc.	15
Tableau 14 : Pratiquer d'un instrument de musique.....	15

Tableau 1 : Aller écouter un groupe de sa région au moins une fois dans l'année

	France	Bretagne
SEXE		
Homme	32%	38%
Femme	22%	27%
AGE		
18 - 24 ans	31%	46%
25 - 39 ans	31%	31%
40 - 59 ans	24%	29%
60 ans et plus	21%	29%
CSP		
Agriculteurs, exploitants	9%	19%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	33%	38%
Cadres, professions intellectuelles supérieures	37%	48%
Professions intermédiaires	36%	34%
Employés	23%	25%
Ouvriers	19%	27%
Retraités	21%	30%
Étudiants, scolaires	34%	48%
Inactifs	15%	20%

Tableau 2 : Aller écouter de l'opéra, de la musique classique ou du jazz

	France	Bretagne
SEXE		
Homme	20%	38%
Femme	17%	27%
AGE		
18 - 24 ans	15%	46%
25 - 39 ans	12%	31%
40 - 59 ans	20%	29%
60 ans et plus	31%	29%
CSP		
Agriculteurs, exploitants	0%	4%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	21%	15%
Cadres, professions intellectuelles supérieures	35%	24%
Professions intermédiaires	19%	14%
Employés	10%	6%
Ouvriers	4%	8%
Retraités	30%	20%
Étudiants, scolaires	21%	9%
Inactifs	15%	13%

Tableau 3 : Aller écouter une vedette nationale, internationale

	France	Bretagne
SEXE		
Homme	29%	27%
Femme	25%	25%
AGE		
18 - 24 ans	31%	34%
25 - 39 ans	32%	29%
40 - 59 ans	24%	23%
60 ans et plus	22%	19%
CSP		
Agriculteurs, exploitants	18%	25%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	19%	27%
Cadres, professions intellectuelles supérieures	34%	37%
Professions intermédiaires	30%	26%
Employés	30%	22%
Ouvriers	20%	22%
Retraités	22%	23%
Étudiants, scolaires	39%	36%
Inactifs	18%	22%

Tableau 4 : Aller à une soirée karaoké

	France	Bretagne
SEXE		
Homme	10%	4%
Femme	7%	5%
AGE		
18 - 24 ans	16%	12%
25 - 39 ans	11%	4%
40 - 59 ans	6%	2%
60 ans et plus	1%	2%
CSP		
Agriculteurs, exploitants	9%	4%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	7%	5%
Cadres, professions intellectuelles supérieures	4%	1%
Professions intermédiaires	9%	2%
Employés	11%	5%
Ouvriers	12%	4%
Retraités	2%	1%
Étudiants, scolaires	15%	15%
Inactifs	4%	2%

Tableau 5 : Aller acheter un CD, disque ou DVD musical

	France	Bretagne
SEXE		
Homme	63%	64%
Femme	62%	65%
AGE		
18 - 24 ans	63%	60%
25 - 39 ans	65%	66%
40 - 59 ans	62%	68%
60 ans et plus	57%	53%
CSP		
Agriculteurs, exploitants	73%	52%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	56%	74%
Cadres, professions intellectuelles supérieures	61%	76%
Professions intermédiaires	69%	70%
Employés	67%	69%
Ouvriers	56%	59%
Retraités	56%	56%
Étudiants, scolaires	65%	62%
Inactifs	62%	52%

Tableau 6 : Aller emprunter de la musique dans une médiathèque

	France	Bretagne
SEXE		
Homme	11%	16%
Femme	10%	13%
AGE		
18 - 24 ans	8%	12%
25 - 39 ans	13%	16%
40 - 59 ans	11%	15%
60 ans et plus	6%	11%
CSP		
Agriculteurs, exploitants	18%	11%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	11%	12%
Cadres, professions intellectuelles supérieures	19%	24%
Professions intermédiaires	14%	22%
Employés	9%	12%
Ouvriers	5%	7%
Retraités	5%	9%
Étudiants, scolaires	12%	18%
Inactifs	10%	8%

Tableau 7 : Écouter de la musique sur des radios

	France	Bretagne
SEXE		
Homme	52%	54%
Femme	58%	68%
AGE		
18 - 24 ans	48%	61%
25 - 39 ans	52%	63%
40 - 59 ans	55%	60%
60 ans et plus	69%	58%
CSP		
Agriculteurs, exploitants	36%	66%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	46%	62%
Cadres, professions intellectuelles supérieures	54%	51%
Professions intermédiaires	56%	58%
Employés	55%	66%
Ouvriers	54%	64%
Retraités	70%	57%
Étudiants, scolaires	43%	57%
Inactifs	53%	72%

Tableau 10 : Écouter de la musique sur des radios locales ou régionales

	France	Bretagne
SEXE		
Homme	28%	34%
Femme	35%	45%
AGE		
18 - 24 ans	25%	34%
25 - 39 ans	31%	41%
40 - 59 ans	32%	41%
60 ans et plus	38%	36%
CSP		
Agriculteurs, exploitants	27%	66%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	34%	38%
Cadres, professions intellectuelles supérieures	22%	34%
Professions intermédiaires	27%	34%
Employés	34%	46%
Ouvriers	35%	42%
Retraités	38%	37%
Étudiants, scolaires	21%	29%
Inactifs	39%	45%

Tableau 11 : Écouter des CD, disques ou DVD musicaux

	France	Bretagne
SEXE		
Homme	28%	34%
Femme	35%	45%
AGE		
18 - 24 ans	25%	34%
25 - 39 ans	31%	41%
40 - 59 ans	32%	41%
60 ans et plus	38%	36%
CSP		
Agriculteurs, exploitants	27%	66%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	34%	38%
Cadres, professions intellectuelles supérieures	22%	34%
Professions intermédiaires	27%	34%
Employés	34%	46%
Ouvriers	35%	42%
Retraités	38%	37%
Étudiants, scolaires	21%	29%
Inactifs	39%	45%

Tableau 12 : Regarder une émission de variété, une chaîne de TV musicale

	France	Bretagne
SEXE		
Homme	9%	5%
Femme	13%	9%
AGE		
18 - 24 ans	17%	12%
25 - 39 ans	14%	9%
40 - 59 ans	9%	5%
60 ans et plus	4%	1%
CSP		
Agriculteurs, exploitants	0%	11%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	12%	5%
Cadres, professions intellectuelles supérieures	6%	2%
Professions intermédiaires	10%	5%
Employés	16%	9%
Ouvriers	10%	8%
Retraités	5%	1%
Étudiants, scolaires	18%	10%
Inactifs	14%	16%

Tableau 13 : Écouter de la musique sur des appareils mobiles type MP3, téléphone, etc.

	France	Bretagne
SEXE		
Homme	26%	22%
Femme	18%	15%
AGE		
18 - 24 ans	52%	51%
25 - 39 ans	28%	20%
40 - 59 ans	12%	9%
60 ans et plus	3%	4%
CSP		
Agriculteurs, exploitants	0%	4%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	19%	15%
Cadres, professions intellectuelles supérieures	19%	18%
Professions intermédiaires	25%	18%
Employés	20%	13%
Ouvriers	23%	14%
Retraités	3%	6%
Étudiants, scolaires	60%	57%
Inactifs	10%	18%

Tableau 14 : Pratiquer d'un instrument de musique

	France	Bretagne
SEXE		
Homme	21%	17%
Femme	9%	9%
AGE		
18 - 24 ans	22%	15%
25 - 39 ans	20%	16%
40 - 59 ans	9%	12%
60 ans et plus	12%	6%
CSP		
Agriculteurs, exploitants	9%	4%
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	16%	30%
Cadres, professions intellectuelles supérieures	26%	27%
Professions intermédiaires	19%	19%
Employés	12%	8%
Ouvriers	7%	6%
Retraités	9%	6%
Étudiants, scolaires	29%	18%
Inactifs	5%	3%