



**HAL**  
open science

## Du local à l'universel. Les programmes de radio dans les années trente

Cécile Méadel

► **To cite this version:**

Cécile Méadel. Du local à l'universel. Les programmes de radio dans les années trente. DELPORTE Christian. Médias et villes (XVIII<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècle), C.E.H.V.I. / Publications de l'université François Rabelais, pp.87-100, 1999. halshs-00192758

**HAL Id: halshs-00192758**

**<https://shs.hal.science/halshs-00192758>**

Submitted on 29 Nov 2007

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

CECILE MEADEL <sup>1</sup>

Centre de sociologie de l'innovation, École des Mines de Paris

Publié in « Médias et Villes », sous la direction de C. Delporte, Presses  
Universitaires François Rabelais, Tours, 1998.

## DU LOCAL A L'UNIVERSEL

### LES PROGRAMMES DE RADIO DANS LES ANNEES TRENTE

La radio ne se laisse pas enfermer dans un territoire unique : dès ses premières émissions, elle se déploie dans plusieurs directions et habite des espaces à géométrie variable : l'espace de sa diffusion et celui de sa réception, qui, en vertu des frasques inattendues des ondes ne correspondent pas toujours mais aussi le territoire de ses ressources, culturelles, sociales, politiques, très fortement marqué par l'urbain... La radio s'est pourtant construite en proclamant la négation de l'espace : les ondes transcenderaient les partages de la géographie et, partant, de la société. Pourtant, le nouveau média n'a pu se développer pendant les années trente qu'en s'inscrivant fortement dans un lieu, la cité, dont il utilise toutes les ressources et dont il reprend également certaines habitudes de vie. Les émissions des dix années qui précèdent la seconde guerre mondiale mêlent en effet des ressources très locales (recours aux musiciens des orchestres municipaux, aux comédiens et aux conférenciers de la ville, retransmission de spectacles locaux, utilisation de patois, reportages sur les "curiosités", marchés et foires urbaines...) et une vocation universelle (que l'on retrouve non seulement dans les échanges nationaux ou internationaux mais aussi dans une grille essentiellement déconnectée de son lieu de production).

En analysant la grille des programmes et la manière dont ils ont été imaginés, produits et mis en ondes sur les stations publiques comme privées, cet article montrera d'abord que la radio affirme sa vocation d'abolir l'espace, puis qu'elle s'inscrit fortement dans sa dimension locale et enfin que ses programmes se

---

<sup>1</sup> cecile.meadel@ensmp.fr

définissent par une tension entre le local et l'international. On pourra alors se demander en conclusion si la culture radiophonique des années trente aboutit à produire une certaine homogénéisation des savoirs et des comportements.

### **La radio transforme l'espace**

La première "vertu" de la TSF qui fascine ses contemporains est bien entendu l'abolition de l'espace, c'est-à-dire le fait de pouvoir se faire entendre et être entendu à très grande distance sans s'embarrasser d'un dispositif lourd et figé tels les câbles du téléphone<sup>2</sup> ; ce n'est que plus tard que les radio-amateurs s'intéressent à sa capacité de parler à un immense auditoire. Aussi, pensent-ils que la radio n'efface pas la géographie mais qu'elle la transforme au moins de deux points de vue : d'une part, elle rapproche, selon ses contemporains, villes et campagnes ; d'autre part, elle ne respecte pas son organisation canonique.

Que la radio rompe l'isolement des campagnes est une idée banale à la fin des années vingt : pléthore de textes expliquent le rôle que peut jouer la TSF dans le désenclavement culturel, social, politique et même moral des campagnes. Le régime mussolinien en fait un axe de sa politique de ruralisation car la radio peut selon lui « inverser la tendance au développement industriel et urbain, générateur de crises et qui bouleversait la structure sociale italienne »<sup>3</sup>. Prenons-en deux exemples en France. En 1936, une enquête d'un magazine radiophonique porte précisément sur les ruraux et la radio. L'enquête conclut que "[La radio] sort le paysan de l'isolement... elle fait aimer le foyer qui n'est plus ennuyeux. Elle peut faire l'éducation des campagnes."<sup>4</sup> Les lecteurs de la presse ne sont pas seuls à penser ainsi : le Congrès national de la radiodiffusion de 1929<sup>5</sup> résume ainsi les objectifs de "ce merveilleux instrument d'enseignement et de distraction" envers les populations agricoles: 1/faciliter leurs relations avec l'ensemble de l'activité du

---

<sup>2</sup>Cf Susan J. Douglas, *Inventing American Broadcasting, 1899-1922*, Baltimore, John Hopkins University Press, 1987, 363 p.

<sup>3</sup> En 1933 est créée l'Ente radio rurale chargée d'un certain nombre d'émissions destinées à "contribuer à l'élévation morale et culturelle des populations rurales". L'Ente passe sous Voir Monteleone, Franco, *Storia della radio e della televisione in Italia. Società, politica, strategie, programmi, 1922-1992*, Venise, Marsilio, 1992, 555 p.

<sup>4</sup> "Une enquête de Choisir sur la Radio à la campagne", *Choisir*, 29 novembre 1936.

<sup>5</sup> *Le congrès national de la radiodiffusion*, Publications du comité d'action économique et douanère (émanation de la Chambre de Commerce), 1929, 29 p.

pays, 2/leur donner connaissance des marchés et des cours, et 3/“mettre fin à l’isolement traditionnel de ces populations”<sup>6</sup>. Ainsi et de façon plus générale, pour les radiophiles des années vingt et trente, la radio doit unifier le territoire national, apporter à la campagne les éléments de la modernité, sans pourtant corrompre sa “pure âme villageoise”, lutter contre l’exode rural... Le thème fleurit à longueur de colonnes dans les revues de TSF ou dans les journaux de vulgarisation scientifique et vient même nourrir la dérision des chansonniers. La radio permet l’échange par delà l’espace, elle l’abolit et met en contact les inconnus, les étrangers et les voisins... Les hommes de radio lui assignent alors un rôle dans l’organisation du territoire et la répartition des populations. Et ce rôle n’est pas lié à la répartition des stations dans l’espace.

Les postes se créent en effet indépendamment de la taille des villes, la géographie des stations ne tient pas compte de la “hiérarchie” des villes. Il s’agit là d’une caractéristique française (dans une forme d’organisation radiophonique qui reste très spécifique). La radiodiffusion s’est diffusée selon une logique locale, et, alors que tous les instruments juridiques d’intervention étaient en place<sup>7</sup>. Les radios, publiques comme privées, sont filles d’initiatives locales. Radios publiques et radios privées sont en effet nées, en France, dans des conditions très semblables : créées par des groupes d’amateurs, initiés souvent pendant la grande guerre aux techniques radio-électriques, notables de la petite bourgeoisie locale, passionnés de techniques mais aussi attirés par la communication ouverte que leur permet le nouveau média. Aussi y eut-il des initiatives dans des villes de très petites tailles et pas de projets radiophoniques suivis dans des cités importantes comme Nantes ou Nancy. Lorsque le paysage radiophonique est figée par les contraintes juridiques, en 1928, il y a ainsi des radios autorisées dans des petites villes comme Mont-de-Marsan ou Limoges.

Si les administrations qui exercent une tutelle technique sur les stations de radio évoquent les bienfaits que la radio apporte aux campagnes, elles ne mettent pourtant en place aucune politique suivie de diffusion rurale de la radio, à la différence de nombre de pays européens, et en particulier de l’Italie et de l’Allemagne, tant en matière de stations que d’équipement des récepteurs populaires.

---

<sup>6</sup>Le congrès émet le vœu qu’une attention toute particulière soit portée, en particulier par les Chambres d’agriculture, au rôle que “la radio peut jouer dans la lutte contre l’exode rural”. Ibid.

<sup>7</sup> BERTHO-LAVENIR, Catherine (dir.), 1991, *L’Etat et les télécommunications en France et à l’étranger, 1837-1987*; Genève: Droz.

La radio rajoute sa propre carte aux multiples qui compose le territoire français, cette superposition de circonscriptions administratives ou ecclésiastiques, culturelles, architecturales, gastronomiques... "Toutes les divisions de l'espace français sont susceptibles de fournir un cadre au déploiement d'une particularité locale"<sup>8</sup>

### Une radio urbaine

Les réseaux se propagent dans les villes et y recrutent leurs auditeurs. En dépit de sa vocation universelle, la radio ne pénètre pas également tous les territoires, elle est d'abord citadine, bourgeoise, nordique. La répartition des postes récepteurs<sup>9</sup> se fait de manière très inégale. En 1933, par exemple, dans certains départements, il y a un poste pour cent soixante auditeurs tandis que dans d'autres, il n'y a que quinze personnes par récepteur (ce qui correspond, selon les calculs de l'UIR, à un poste pour un peu moins de quatre foyers). Les auditeurs sont proportionnellement plus nombreux dans les départements urbanisés ; la culture des radio-amateurs s'exprime davantage, les revendeurs, constructeurs et fabricants de TSF se multiplient, facilitant la diffusion de la radio. La carte de la diffusion des commerçants en radioélectricité fournit par ailleurs un complément utile à celle de la redevance, car elle révèle l'implantation des sans-filistes, et en particulier des galénistes qui échappaient en nombre au paiement des taxes<sup>10</sup>.

Cette prégnance de la ville se marque dans la dénomination des stations. A la différence des *Petites Affiches*, étudiées dans ce même ouvrage par Gilles Feyel, les postes portent les noms des cités où sont établis leur association gérante et les principaux studios (à de rares exceptions près comme la privée Radio Normandie ou la publique Radio Nord PTT) ; pourtant les stations sont souvent deux à être établies dans une cité et les postes publics choisissent de se différencier de leur concurrent par l'ajout du nom de leur région comme Toulouse -Pyrénées ou Montpellier-Languedoc. La seule station dont la zone de diffusion dépasse

---

<sup>8</sup>Gasnier, Thierry, 1992, "Le local. Une et divisible", in *Les lieux de mémoire. III-Les France 2-Traditions*; Nora, P. (dir.); Paris: Seuil. p. 463.

<sup>9</sup>(à partir de 1933 quand on a des données stabilisées grâce à la redevance). Cf Méadel, Cécile, *Histoire de la radio des années trente. Du sans-filiste à l'auditeur*, Paris, INA & Anthropos-Economica, 1994.

<sup>10</sup> J'ai pu le constater pour les départements du Pas-de-Calais et du Nord in "Radiophiles des villes et des champs", P. Griset (dir.), *Citadins, techniques et espaces urbains du XVIIIe siècle à nos jours*, Paris, L'Harmattan, à paraître.

largement la région, et est même censée couvrir tout le territoire national, porte le nom de Radio Paris, paradoxe intéressant et significatif des rapports capitale-province.

Les programmes eux-mêmes se nourrissent du patrimoine culturel urbain. Les premiers "divertissements" proposés par les grilles des programmes sont ceux inspirés par les loisirs de la ville : le cinéma, le théâtre, le dancing... Il est sans doute assez significatif que le "bal" ne constitue pas la matière d'émissions. La messe elle-même est assez controversée. Du point de vue des informations, les radios choisissent de faire alliance avec les grands journaux nationaux et donc de travailler avec la presse parisienne : le Poste parisien avec *le Petit Parisien*, Radio Cité avec *l'Intransigeant*, Radio 37 avec *Paris Soir*, Radio Luxembourg avec *Paris Soir* également. En province, ces rapprochements sont moins nombreux, sans doute parce que la place des informations strictement locales semble avoir été limitée.

Si les émissions sont inspirées par les loisirs de la ville, la grille des programmes est construite en fonction des rythmes de vie urbains. Les temps forts de la programmation, les périodes d'interruption sont à peu près les mêmes dans toutes les radios, de Lille à Marseille, indépendamment des modes de vie spécifiques et des idiosyncrasies locales. La saison de faible activité est l'été, où les notables responsables des associations fuient la ville. Ce qui est pris en compte, ce sont - avant même leur réglementation par le gouvernement du front populaire - "les congés payés", c'est-à-dire la trêve estivale où les responsables des programmes, en bons petits bourgeois, cessent le travail. Dans toutes les stations s'impose à la fin des années vingt un rythme de la journée radiophonique scandé par un moment phare : la soirée. Comme les spectacles, elle commence tard (vers 20heures) et finit deux heures et demi environ après. Quant à l'heure des journaux parlés, elle est fixée en fonction de différents critères : les moments de liberté des journalistes de presse (longtemps pigistes), une fois le journal bouclé, de l'heure de sortie des quotidiens (les journaux parlés cherchent à reproduire l'organisation des journaux parlés avec des rythmes comparables : pas de flashes, mais des éditions spéciales si besoin est plusieurs fois par jour...) et, enfin, de la disponibilité supposée des auditeurs, inspirée par l'heure de bureaux ou celles des commerces. Ainsi, dans une France encore fortement rurale, la radio est le discours des gens de la ville.

### **Une tension entre le local et l'universel**

Pourtant les programmes de radio de la fin des années vingt à la guerre sont peut-être moins marqués par cette culture urbaine que par une tension entre des composantes locales et des aspirations à l'universel.

Du côté du local, la vie des postes, le choix de leurs professionnels, la sélection des émissions dépend fortement du petit groupe de notables qui les ont créés et ont pris en main leur destin. A l'inverse d'un modèle colbertiste traditionnel, à mille lieux aussi de notions de décentralisation, la radio est organisée de fait par les groupes d'amateurs bénévoles locaux. Elle se développe d'abord autour de groupes d'acteurs, dont certains lui préexistent mais vont être mobilisés par elle : association radiophonique, d'abord créée pour donner naissance à la station et qui la fait vivre ensuite -dans les stations publiques comme privées, radio-clubs où se recrute les techniciens de la TSF, association artistique locale, cercles d'amateurs de musique, d'astronomie ou de théâtre... soucieux d'assurer une plus grande audience à leur passion, etc. La mise en place de la station, avec ses studios, son association d'auditeurs et son émetteur, stabilise leur relation, l'inscrit dans la durée.

Les collectivités locales elles-mêmes sont associées au développement des stations et à leur fonctionnement. Leurs membres participent au conseil d'administration des stations publiques ou privées, sont représentés dans les conseils de gérance, attribuent des terrains et des locaux pour l'émetteur et les studios, versent des subventions, accordent des facilités pour la diffusion des spectacles donnés dans les théâtres municipaux, et soutiennent la promotion à l'antenne de foires, fêtes locales et autres manifestations. Pour ne prendre qu'un exemple, Radio Strasbourg, ensuite imitée par d'autres stations, organise des comités municipaux de radiodiffusion dans les autres grandes villes de sa circonscription radiophonique, Metz, Verdun, Mulhouse, Besançon, Thionville, Nancy.

Les programmes des radios de l'entre-deux-guerres sont essentiellement nourris par des artistes et des conférenciers locaux : "Si abondantes que soient les ressources intellectuelles et artistiques de notre pays, il faut bien reconnaître qu'elles sont concentrées dans les villes et que pour alimenter tous les jours, pendant plusieurs heures un microphone en émissions de qualité, elles ne sont suffisantes que dans les grandes cités, foyers artistiques et universitaires, ou si l'on veut, elles ne constituent un tout complet que si l'on fait une prospection minutieuse dans toute la région qui avoisine une métropole."<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> GUIRAUD, Georges Jean, 1930, *Pour un statut démocratique et rationnel de la Radiodiffusion*,

Quelques "marqueurs" signalent le caractère local du programme. La langue, patois ou langue régionale, pour être utilisée de manière marginale, est pourtant requise pour certaines émissions. Dans le Nord, Simons et Line Dariel (Zulma) composent ainsi des personnages *ch'timi* fort populaires<sup>12</sup>. Le folklore alimente aussi les références à la ville et à la région: les indicatifs, par exemple, sont souvent choisis dans les traditions locales (le biniou à Rennes, une chanson du folklore alsacien à Strasbourg...)<sup>13</sup>. Les personnalités locales, qu'elles appartiennent aux cercles politiques ou artistiques, servent également de signe de reconnaissance de la cité et de la région. De la même manière, le recours aux ressources artistiques et intellectuelles de la ville n'est pas seulement lié à des questions d'économie ou de facilité mais il inscrit la programmation de la station dans une certaine familiarité. Les radio-reportages touristiques, très suivis par les hommes politiques du cru<sup>14</sup>, ont une fonction de mémoire et de célébration des lieux et événements.

Le reportage qui permet de s'éloigner des bases de la station joue en fait plutôt dans le sens d'un renforcement de l'identité régionale. En sortant des studios, la radio se rapproche de ses auditeurs et de sa géographie. Chacune des stations régionales adapte ses reportages aux épreuves locales. Ainsi, la station Alpes-Grenoble diffuse des reportages sur les sports d'hiver. Georges Géville se fait connaître grâce à ses reportages touristiques chargés de promouvoir les loisirs d'une région. "Les six jours de Paris", l'épreuve cycliste sur piste du vélodrome de Paris, devient, au début des années trente, un des plus grands événements radiophoniques de l'année.

Pourtant, dans le même temps, la radio se veut internationale. Elle proclame d'abord, d'un point de vue technique, que les ondes n'ont pas de patrie. Le premier jeu des auditeurs consiste à capter un poste éloigné, de préférence à l'étranger. Dans l'histoire des sans-filistes, les nouvelles des stations étrangères jouent un rôle de premier plan, si ce n'est du point de vue de leur programmes au moins pour leur évolution technique. Ainsi un hebdomadaire de programmes comme *le Petit Radio* consacre-t-il plusieurs pages aux informations sur la

---

Rennes: Imprimerie de l'Ouest-Eclair; 228 p., pp.39-45.

<sup>12</sup> ILLAND, Gérard et VANDENOSTENDE, Robert, 1981, *La première radio locale lilloise, Radio Nord PTT*. Lille, Association régionale des auditeurs et téléspectateurs du nord de la France; 117 p.

<sup>13</sup> CARRE, Patrice, 1987, "Une station régionale de radiodiffusion, Rennes P.T.T.", in *La T.S.F. des années folles*; Strasbourg: Amis de l'histoire des P.T.T. d'Alsace; pp 111-119.

<sup>14</sup>On retrouve, dans les archives de la radio publique, quelques lettres de protestation vécémentes des maires et parlementaires lorsqu'un tel reportage est supprimé ou qu'il ne passe pas à l'heure prévue.

radiophonie dans les pays étrangers, en annonçant la création de nouvelles stations, les changements dans la vie des postes, en donnant des statistiques sur la diffusion de la radio, des nouvelles des célébrités, des informations sur le marché des récepteurs, en expliquant leurs modèles juridiques ou leurs formes d'organisation, les accords avec les artistes et les sociétés de compositeurs... Les programmes de nombreuses stations étrangères sont finement détaillés dans les journaux spécialisés. Le très populaire *Mon programme*, par exemple, en indique alors plusieurs chaque jour<sup>15</sup>.

L'intérêt des auditeurs pour la radio dépasse donc très largement la ville ou la région où leurs stations sont installées, à l'image des professionnels eux mêmes. Des transferts technologiques sont fréquemment organisés, soit entre les laboratoires de recherche, soit entre stations. Les mêmes méthodes d'enregistrement se répandent dans toutes les stations à la même époque. Un organisme international comme l'Union européenne de Radiodiffusion (l'UER) ne régule pas seulement la répartition des ondes sur le territoire européen ; l'UER fait également circuler des informations sur les stations et leurs programmes, elle organise des manifestations internationales où les professionnels de la radiophonie se rencontrent, apprennent à se connaître et partagent leurs expériences, elle prépare des échanges internationaux d'émissions. Certains postes privés, mais le fait est plus rare, organisent pour leurs professionnels des visites à l'étranger. C'est le cas par exemple de Marcel Bleustein qui accomplit au moins deux fois (en 1932 comme publicitaire de la radio et 1938 comme patron d'une station de T.S.F.<sup>16</sup>) le "pèlerinage" aux États-Unis. Les années trente voient nombre d'échanges entre les stations. Les événements internationaux donnent lieu à des rencontres entre les professionnels. La transmission des Jeux Olympiques de Berlin en 1936 rassemble ainsi cent quarante speakers de soixante-dix nations, et nécessite la construction de plusieurs émetteurs à onde courte.

Les programmes circulent entre les radios soit par des échanges négociés lorsqu'un concert prestigieux est transmis d'un pays à l'autre, soit par des échanges unilatéraux. Les pays totalitaires diffusent en particulier nombre de leurs programmes à l'intention des pays voisins. Ainsi parle-t-on d'un discours de Goebbels diffusé en cinq langues et répété huit fois, de la radio de Moscou s'exprimant dans toutes les langues de Babel... Le plébiscite de la Sarre est, au

---

<sup>15</sup>Cette façon de faire perdurera longtemps et, jusqu'à la fin des années cinquante, *Radio Cinéma Télévision* (qui devient à ce moment *Télérama*) continue à indiquer le programme de plusieurs radios européennes.

<sup>16</sup> Bleustein-Blanchet, Marcel, *Sur mon antenne*, Paris, éd. de France, 1947.

dire de M. Hadamovsky, directeur de la radio du Reich, précédé de plusieurs milliers d'émissions et de communiqués. En 1936, le duel entre les postes rebelles et gouvernementaux espagnols est bien connu en France où chacun des deux camps est successivement accusé - dans les journaux ou au Parlement - d'avoir intoxiqué la radio française.

Du point de vue des informations, l'international est également présent et vient nourrir les journaux parlés. A partir de 1932, Radio Luxembourg qui est reçu dans les départements du nord de la France passe un accord avec l'agence Havas pour la fourniture de dépêches (informations générales, sportives, commerciales, financières et politiques) destinées à être lues au micro par les speakers. Comme le montre Denis Maréchal<sup>17</sup>, l'essentiel de ces bulletins est consacré aux nouvelles provenant de l'étranger ; plus de la moitié des dépêches concerne d'autres pays que les cinq grandes nations européennes (France, Italie, Grande-Bretagne, Allemagne et Belgique) : cette "acuité dans la présentation de l'information internationale se remarque rapidement".

#### CONCLUSION : UN MODELE UNIFICATEUR CENTRALISE ?

Peut-on alors dire que la radio française des années trente, dans la diversité de ses vingt-huit stations, propose néanmoins un modèle unificateur ? Certes, cette radio contribue à étendre l'acculturation en proposant des références culturelles, politiques, économiques communes dans tout le pays et même dans une certaine mesure dans les pays européens. Les facteurs d'homogénéisation sont multiples. Ainsi, pour ne prendre qu'un exemple limité, les voix (des hommes politiques, des journalistes, des comédiens...) deviennent-elles des connaissances collectives partagées et familières. Certes, le cinéma et ses actualités les avaient déjà fait entendre en dehors de leur présence physique. Mais l'expérience était plus limitée et elle n'était pas située dans la sphère du domestique.

Deuxième exemple si riche qu'il mériterait à lui seul un ample travail : la langue : dans les années trente, on ne parle pas à la radio comme dans la vie, sauf très rares exceptions, on gomme accent régional et expressions patoisantes.

---

<sup>17</sup> Maréchal, Denis, *Radio-Luxembourg, 1933-1993 : un média au cœur de l'Europe*, Nancy, Presses universitaires de Nancy-Editions Serpenoise, 1994, 266 p.

Georges Gévillle raconte<sup>18</sup> dans ses souvenirs qu'il devait se débrouiller pour corriger le vocabulaire des gens qu'il interviewait et il devait en particulier en bannir toutes les incorrections ; la langue drue des poissonnières de la Criée de Marseille lui posa ainsi certains problèmes... et l'obligea à un découpage serré. Comme l'écrit dès 1936 Rudolf Arnheim, "la radio est un instrument d'évolution linguistique. De la même manière qu'elle martèle dans la tête du montagnard qui ne parle que son patois le son de la "langue cultivée" de son propre pays, elle transmet cette même langue au delà des frontières. Et alors, l'homme cultivé, mais plus encore l'homme simple, qui jusque là devait sa connaissance des langues aux champs de bataille ou aux camps de prisonnier de guerre, se familiarisent avec le son d'autres langues."<sup>19</sup> Le modèle est marqué par celui de l'école républicaine et laïque<sup>20</sup>, plus ancien, plus puissant agent unificateur sans doute mais à laquelle la radio s'ajoute. Aussi Rudolph Arnheim conclut-il que la « radio ne rend pas seulement transparentes les frontières entre les pays, mais aussi celles qui séparent les régions et les classes sociales. Elle pousse vers une unification de la culture populaire et produit un effet de centralisation, de collectivisation et de standardisation."<sup>21</sup>

Cependant, il faut manier cette homogénéisation avec prudence. Ainsi certains auteurs ont parlé de modifications des pratiques de loisirs, liées au développement de ces nouveaux spectacles où l'auditeur serait devenu un nouveau pratiquant. Parlant par exemple, de la vie quotidienne et des pratiques de loisirs en Italie, Gianni Isola soutient ainsi qu'on " peut affirmer sans exagération que le sport de masse, actif et passif, fut en Italie promu et diffusé par les retransmissions dominicales de la radio. Le foot, le cyclisme et les sports mécaniques (auto, moto et avion) furent les sports les plus utilisés. (...) La passion sportive crût en même temps que la diffusion de la radio, tandis que les habitudes du dimanche des Italiens subirent de profondes modifications : si la matinée demeura en substance dédiée aux pratiques religieuses avec la messe, mais également l'écoute des sermons radiodiffusés, l'après-midi fut souvent occupée par l'écoute des chroniques et des résultats sportifs."<sup>22</sup> Il semble périlleux

---

<sup>18</sup> *Le micro en ballade, souvenirs de radio reportages*, Paris, éd. radio, 1939.

<sup>19</sup>Rudolf Arnheim, *La radio, l'arte dell'ascolto*. Rome: editori riuniti, 1936, p. 137.

<sup>20</sup>Ozouf, Jacques et Ozouf, Mona, 1992, *La République des instituteurs*, Paris: EHESS-Gallimard-Le Seuil; 386 p.

<sup>21</sup> op.cit., p. 140.

<sup>22</sup>Gianni Isola, *Abbassa la tua radio per favore Storia dell'ascolto radiofonico nell'Italia fascista*. Florence: Nuova Italia, 1990, 260., pp 175-176]

d'attribuer à la seule radio la modification des pratiques de loisirs et l'émergence du sport dans les pratiques sociales collectives ; cependant, on observe un indéniable effet national : les épreuves entre pays deviennent des événements à l'échelle de la nation; la mobilisation n'est plus locale, ni arrêtée au temps de lecture d'un article dans le journal du lendemain, elle dure tout le temps de l'épreuve. C'est la compétition, le match qui viennent au premier plan et non plus le résultat.

Si l'on commence à connaître le rôle du journalisme sur l'évolution des comportements, par exemple en matière économique<sup>23</sup>, le rôle de la radio sur la vie culture, économique, sociale reste encore à étudier. Cependant, on peut dire que la radio, comme l'a fait avant elle l'école, répand des normes de vie sociales qui sont à la fois des modes de consommation des biens, matériels comme culturels<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Marc Martin, *Histoire et médias. Journalismes et journalistes français, 1950-1990*. Paris: Albin Michel, 1990, 305. Feyel, Gilles, *L'annonce et la nouvelle : la presse d'information et son évolution sous l'Ancien régime (1630-1788)*, Thèse d'Etat, Paris I Panthéon Sorbonne, 1994.

<sup>24</sup> Roche, Daniel, *Histoire des choses banales. Naissance de la consommation dans les sociétés traditionnelles (XVIIe-XIXe siècle)*, Paris, Fayard, 1997, 329 p.