



Construire le ” médium ” : de la TSF à la radio

Cécile Méadel

► To cite this version:

| Cécile Méadel. Construire le ” médium ” : de la TSF à la radio. 2012. hal-00772072

HAL Id: hal-00772072

<https://minesparis-psl.hal.science/hal-00772072>

Submitted on 9 Jan 2013

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.

- C. Méadel, Construire le « médium » : de la TSF à la radio, in H. Gévarec (dir.), *Histoire de la radio. Ouvrez grand vos oreilles*, Paris : Musée des arts et métiers / Silvana Editoriale, 2012.

Construire le « médium » : de la TSF à la radio

Cécile Méadel

Professeur à l'École nationale supérieure des Mines Paris-Tech, chercheuse au Centre de sociologie de l'innovation

Si la technologie sans-filiste fait ses premiers pas dans les toutes premières années du XX^e siècle, ce n'est qu'après la Première Guerre mondiale que commence à se développer ce qui va devenir la radio : des contenus sous la forme d'émissions, des auditeurs regroupés en associations, des dispositifs techniques que les amateurs s'approprient et transforment, des organismes structurant ces contenus en stations ou postes, et, enfin, un statut dans l'espace public engageant la loi et le politique. C'est au confluent de ces questions que se définit entre les deux guerres le média radiophonique.

Un espace public à distance du politique

L'une des premières questions d'importance est celle du statut de cette activité : la radio est-elle une affaire publique ou une affaire privée ? S'agit-il du *hobby* de quelques amateurs passionnés où la puissance publique n'a rien à faire ? Ou la mise à disposition d'une ressource de l'espace public (les ondes hertziennes) exige-t-elle au contraire l'intervention de l'État ? Telle est l'alternative qu'affrontent tous les pays où se développe la radio. Mais la France de l'entre-deux-guerres se distingue dans ce débat par la place qu'elle lui donne : elle fait de cette question une polémique durable de son espace politique, une source de controverses, de textes de loi, d'arguties juridiques, de débats parlementaires... sans jamais trancher pendant près qu'un quart de siècle.

Les défenseurs du service public, syndicalistes ou partis politiques, pensent que l'État doit garder le monopole des communications radiodiffusées, tout comme il contrôle depuis plusieurs siècles les communications postales puis téléphoniques¹. Les « libéraux » à la française prônent non pas la totale soumission aux lois du commerce mais la notion de liberté contrôlée, permettant à des initiatives privées de prospérer à côté des postes publics. En définitive, on peut dire que, jusqu'à la montée des périls de la fin des années 1930, les hommes politiques français se sont plus intéressés au statut juridique applicable à la radio qu'à son fonctionnement, à ses professionnels, à ses émissions et même à ses auditeurs !

Dans tous les autres pays, après une brève période de coexistence entre radio commerciale et radio publique, un choix se fait : la radio est organisée le plus souvent dans le giron de l'État,

¹ Catherine Bertho-Lavenir, *Les Télécommunications*, Romain Pages, 1991.

comme en Grande-Bretagne, en Norvège ou en Allemagne, mais parfois aussi, comme aux États-Unis, selon un régime purement commercial. En fait, l'opposition privé/public est sans doute assez trompeuse, en France comme dans la plupart des autres pays, car la radio est d'abord dans ses toutes premières années d'existence une affaire de clubs, d'associations, en un mot : d'amateurs. En cela, nos stations d'avant-guerre ont un parfum que l'on retrouvera dans les années 1970, lorsque fleurissent des initiatives privées de projets, d'émissions, de postes². Cependant, ne poussons pas le trait trop loin : on n'y retrouverait pas la même explosion en nombre de stations, la même effervescence politique, la même mobilisation sociale.

Le double secteur privé/public

Dans les années 1920, des radios commencent à émettre sur tout le territoire français. Cela se fait à l'initiative de groupes d'individus (commerçants en radioélectricité, parfois anciens facteurs d'instruments comme à Bordeaux, membres des radio-clubs amateurs de technique, souvent initiés lors de la Première Guerre mondiale à Fécamp, Lille ou Mont-de-Marsan) et de quelques rares entreprises telle Radiola ou Radio-LL. La plupart de ces initiatives n'ont qu'une courte durée de vie. La situation se stabilise par la loi de finances de mars 1928, qui accorde une autorisation d'émettre provisoire à treize stations privées en activité le 31 décembre 1927, « en attendant une loi organique »³. Puissante épée de Damoclès qui ne tombe jamais mais encourage les radios à la circonspection ! À côté se développent une quinzaine de radios publiques, nées elles aussi de l'initiative de quelques amateurs ou associations, mais non de l'État. Le rôle des amateurs est attesté par la répartition des stations sur le territoire : les antennes se créent là où naissent les initiatives, sans se soucier de la taille des villes ou de la répartition des auditeurs. L'État fournit des prestations en nature sous forme de salaires pour les techniciens et d'équipements en émetteurs, mais ne se mêle pas du financement des stations ni du recrutement des professionnels. Toutes les radios, publiques comme privées, vivent de subventions, de la publicité et des cotisations des membres.

En fait, le développement de la radiodiffusion en France entre les deux guerres contredit les thèses traditionnelles sur le « colbertisme » de l'État. La radiodiffusion s'est installée selon une logique locale, alors que tous les instruments juridiques d'intervention étaient en place ; les stations publiques et privées ont pu se développer en laissant l'initiative aux producteurs régionaux. La Grande-Bretagne, toujours citée comme contre-exemple démocratique, opte, elle, pour une centralisation beaucoup plus poussée de ses stations de TSF⁴.

Que font alors l'État et la puissance publique (le ministère en charge des postes), qui exercent la tutelle sur les radios publiques et assurent le contrôle des radios privées ? En aucune manière, la radio ne devient un instrument politique. Il est vrai que pour la troisième République, seule compte la presse écrite, que les hommes politiques savent manier, manipuler et souvent corrompre⁵. La radio apparaît d'abord comme le jouet d'une poignée de

² Thierry Lefebvre, *La Bataille des radios libres (1977-1981)*, Éditions Nouveau Monde/Ina, 2008.

³ Caroline Ulmann-Mauriat, *Naissance d'un média. Histoire politique de la radio en France (1921-1931)*, L'Harmattan, 1999.

⁴ Paddy Scannell, « Public Service Broadcasting and modern life », *Media, Culture and Society*, vol. 11, n° 2, 1989, p. 135-166.

⁵ Jean-Noël Jeanneney, *L'Argent caché : milieux d'affaires et pouvoirs politiques dans la France du XX^e siècle*, Fayard, 1984.

techniciens juvéniles, puis comme un divertissement, un loisir, mais non un instrument de propagande. Pourtant, les exemples étrangers sont bien connus en France, mais les acteurs de la radio et du monde politique partagent globalement une conviction commune et solide : les stations doivent rester hors du jeu politique. Cette position est ébranlée dans la seconde moitié des années 1930, alors que les voix de la propagande étrangère se font de plus en plus fortes, que la guerre d'Espagne divise les Français et plus particulièrement les défenseurs du Front populaire et... que le nombre d'auditeurs augmente, suscitant l'ire de la presse, qui cherche – vainement – à interdire le développement de l'information radiophonique⁶.

Communautés auditrices

Qu'attend-on alors de la radio ? Dans une grande effervescence imaginative, le nouvel instrument de communication suscite (comme Internet aujourd'hui) les prédictions les plus fantasmatiques : la TSF abolit l'espace et permet tous les échanges, elle met en contact les inconnus, les étrangers et les voisins ; elle apporte à tous la manne céleste de la culture, d'une langue propre, des connaissances partagées. On pense alors que la radio va unifier le territoire national, fournir à la campagne les éléments de la modernité sans pour autant corrompre sa « pure âme villageoise »⁷, et même lutter contre l'exode rural... Ces attentes s'inscrivent dans la continuité des premiers amateurs, ces « *radio-hams* »⁸ du début du siècle dont la passion radiophonique se nourrissait du désir de construire du lien social, et l'on retrouve la même envie de participer et d'échanger. Cette conception d'une radiophonie transcendant les espaces sociaux, culturels et géographiques a nourri pendant des années la passion radiophonique. Elle est restée particulièrement prégnante en France : les auditeurs ne se considèrent pas comme les usagers ou les consommateurs passifs d'un service, mais comme les membres d'une communauté soudés par une passion et des compétences collectives.

L'Histoire a beaucoup souligné le retard relatif des pays méditerranéens dans la diffusion de la radio (la remarque étant aussi avérée pour la France), retard que les auteurs attribuent aux « mentalités » (une façon de dire que les sociétés méditerranéennes sont archaïques), à l'électrification du territoire (argument peu convaincant quand on sait que la plupart des récepteurs fonctionnent avec une batterie), aux inégaux développements économiques (mais la corrélation entre niveau de vie et diffusion de la TSF fonctionne assez mal)... Explications toutes assez insatisfaisantes, on le voit. Il semble toutefois qu'on peut trouver quelque éclaircissement à ce retard dans le profil des auditeurs (dans le cas de la France au moins), qui ne se conduisent pas en consommateurs extérieurs et indifférents mais mobilisent des compétences techniques ou artistiques, participent à des réunions, proposent des émissions.

Ils ont souvent besoin de connaissances particulières pour faire fonctionner leurs récepteurs : en France par exemple, la production de postes demeure jusqu'à la Deuxième Guerre mondiale essentiellement artisanale et l'acheteur participe souvent au montage de sa radio, voire la construit totalement. Certes, une autre figure du consommateur émerge peu à peu, souvent présentée dans la publicité sous les traits d'une femme dont l'indolence aimable signe

⁶ Cécile Méadel, *Histoire de la radio des années trente. Du sans-filiste à l'auditeur*, Economica, 1994.

⁷ Jeanne Saint-Hugues, « Paysans », *Le petit Radio*, 3 septembre 1932.

⁸ Susan J. Douglas, *Inventing American Broadcasting, 1899-1922*, John Hopkins University Press, 1987.

l'incompétence et qui ne veut rien savoir des accumulateurs, des antennes et de la gestion de l'association. Mais le sans-filiste zélé et communicatif reste très présent, à l'écoute comme dans l'organisation des radios et leurs programmes.

La « radiomorphose »

Les stations doivent en effet inventer ce qui fera leurs programmes et pour cela, elles vont se saisir de deux types de contenus : l'un venant de l'information, sous la double forme du journal et de la conférence, et l'autre des arts vivants, la musique au premier chef mais aussi le théâtre. Simples machines à retransmettre au début, les stations vont progressivement créer des formats et des dispositifs qui leur permettent de s'approprier ces contenus, d'en faire une forme spécifique et adaptée à la transmission hertzienne vers un public dispersé et nombreux. Les genres radiophoniques se constituent donc au prix d'une double redéfinition. D'abord, celle des événements ou des éléments dont la radio se nourrit : l'exemple le plus frappant est sans doute le radioreportage adaptant les épreuves sportives à ses rythmes et à son espace ; mais aussi une redéfinition des auditeurs, qui vont être peu à peu mis en scène et rendus présents à l'antenne par des émissions en public, l'intervention d'un de leurs représentants, une rhétorique spécifique...

En même temps que s'invente la matière radiophonique se met en place la façon de l'organiser et de la répartir – la « mise en grille » –, qui suppose une maîtrise du temps, la répétition des événements pour définir des rendez-vous avec les auditeurs, mais aussi leur renouvellement pour ne pas les lasser.

Cette période de l'entre-deux-guerres est donc d'une extraordinaire fécondité pour la radio ; en une quinzaine d'années, entre 1925 et 1940, s'inventent tous les formats radiophoniques. S'inventent les moyens technologiques qui permettent de rendre le monde présent, par exemple avec les micros d'ambiance, d'aller à sa rencontre, avec les technologies de reportage, de le différer, avec des dispositifs d'enregistrement sur disque ; s'inventent également les métiers qui permettent la mise en ondes, la réalisation. S'inventent aussi des formats radiophoniques si riches que certains ont quasiment disparu aujourd'hui (comme les émissions à base de bande sonore de film) ou du moins ont très largement perdu en visibilité (comme la création dramatique sonore). S'inventent enfin le rapport à l'auditeur, qui reste proche de sa station mais que les années 1930 apprennent à mettre à distance : il n'est plus étroitement mêlé à la vie de la station, s'il en demeure la partie vitale.