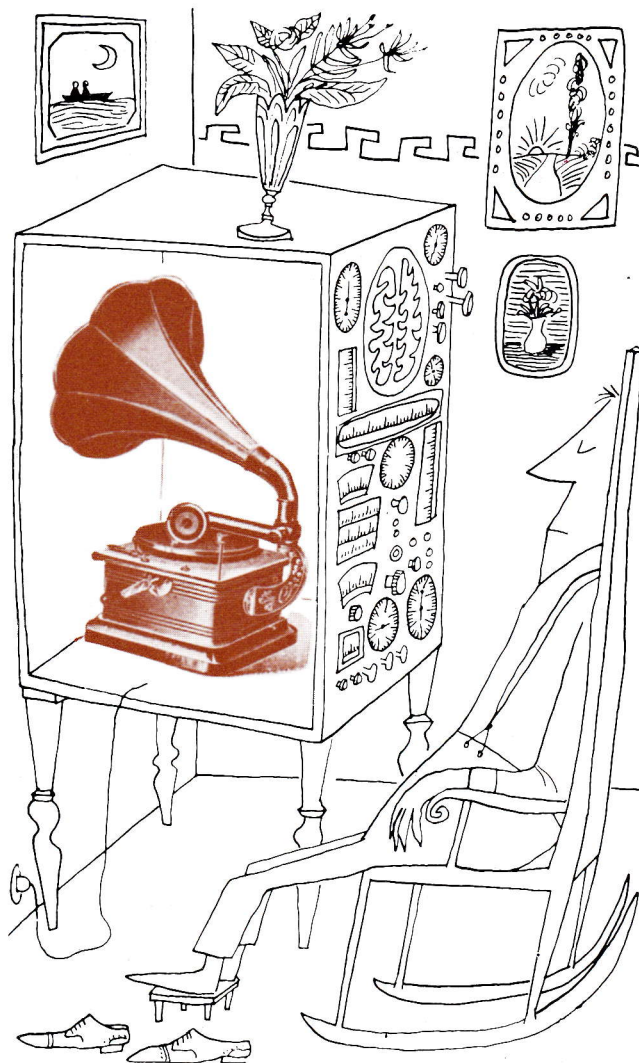


LE REVE DE LA "TELE" LOCALE

Augustin Girard*



La câblodiffusion, comme on dit justement au Canada, la télévision communautaire, la télévision locale et la « vidéo de groupe », (laquelle n'a d'ailleurs que peu de rapports avec le câble) constituent des avancées techniques dont la dimension culturelle doit être explorée. Mais il est important de distinguer ces quatre opérations car, pour chacune des questions : « qui dit quoi, à qui, à quel coût et avec quel effet », les réponses varient beaucoup d'une opération à l'autre et dévoilent la nature vraie, du point de vue de l'action culturelle, d'un câble apparemment neutre.

De tous les outils, on dit qu'ils peuvent être la meilleure ou la pire des choses : ce n'est pas vrai. Certaines fatalités - techniques, économiques, sociologiques - sont inscrites en eux comme de véritables codes génétiques.

La câblodiffusion : une affaire industrielle de grande ampleur où la démocratie culturelle est l'alibi.

Le développement de la « câblodiffusion », est un phénomène technique inéluctable et considérable, tout comme le développement du téléphone l'a été pendant la première moitié du siècle. Le volume des informations à transmettre double tous les huit ans.

L'attention des banquiers français a été attirée sur l'aspect télévisuel de la câblodiffusion par l'exceptionnelle croissance des chiffres d'affaires et des bénéfices qu'elle a suscités en Amérique du Nord dès la fin des années 1960. Le marché de la câblodiffusion (hardware et software) avait doublé de 1966 à 1968 (de 900 à 1 800 millions de francs). D'après la Samson Science Corporation, il devait passer à 7 milliards de francs en 1975 et à plus de 20 milliards en 1980 (1).

S'agissant d'un investissement industriel, il y avait là une croissance record, une perspective délectable qu'un banquier sérieux ne pouvait ignorer et qui méritait bien quelques millions de francs d'investissements dans les études et les relations publiques.

Mais l'aspect « télévision », dans la câblodiffusion, est en fait mineur, et l'aspect industriel est de conséquences bien plus grandes.

On ignore, chez les militants de la « révolution dans les communications sociales », que les prétendus aspects culturels de la câblodiffusion - « télévision de groupe » contre « télévision de masses », communication « participative » contre communication « autoritaire », - seront tout à fait marginaux, lors des décisions prochaines d'investissement, par rapport aux aspects industriels majeurs que représentent la téléinformatique, la téléphotocopie, la protection contre le feu et le vol, et surtout la libération de bandes hertziennes pour la police, les contrôles de circulation, les relations mobiles de toutes sortes, et bien d'autres usages (2).

Le fait que l'aspect dominant de la câblodiffusion soit industriel est resté voilé quelque temps parce qu'en Amérique du Nord, les règles concernant la télévision

(1) Cable Television, a Samson Report, New York, p. 19.

(2) Voir l'impressionnante liste des services futurs de la câblodiffusion qui a paru dans le rapport Interactive Television, établie par la Rand Corporation et citée dans l'article de J. C. ALTERESCO, chargé d'étude de la SFT, dans Télédistribution, n° 1, 1973, p. 00.

* Directeur du Service des Études au secrétariat d'État à la Culture (France). Article paru dans la revue « Communications » n° 21.

et la télédiffusion de signaux de toutes sortes ne dépendaient pas des mêmes autorités. Le problème de la Ca. tv se traitait au milieu des luttes de pouvoir pour la tv, mais il était distinct du problème beaucoup plus grave du Common Carrier, l'ancien fil du télégraphe qui fait l'objet de législations particulières, et l'enjeu de combats de géants (Bell, ITT). En France, du fait que la télévision est fille des P. et T., et que le monopole des ondes et des fils ne fait pratiquement qu'un, la télévision par câble - improprement appelée télédistribution - a vite été réinsérée dans la « télédistribution », au sens propre du mot, c'est-à-dire dans les « télécommunications ».

Ce sont donc tout naturellement ces problèmes de télécommunications que travaillent prioritairement les centaines d'ingénieurs (300 en 1975) qui ont été mis en place par le Gouvernement dans le secteur de la « télédistribution » sous l'étiquette de Centre commun d'étude de télévision et de télécommunication.

Parmi les cinq départements d'étude, un seul s'occupe de la distribution de télévision par câbles, et encore, est-ce sous l'angle de l'ingénierie des réseaux.

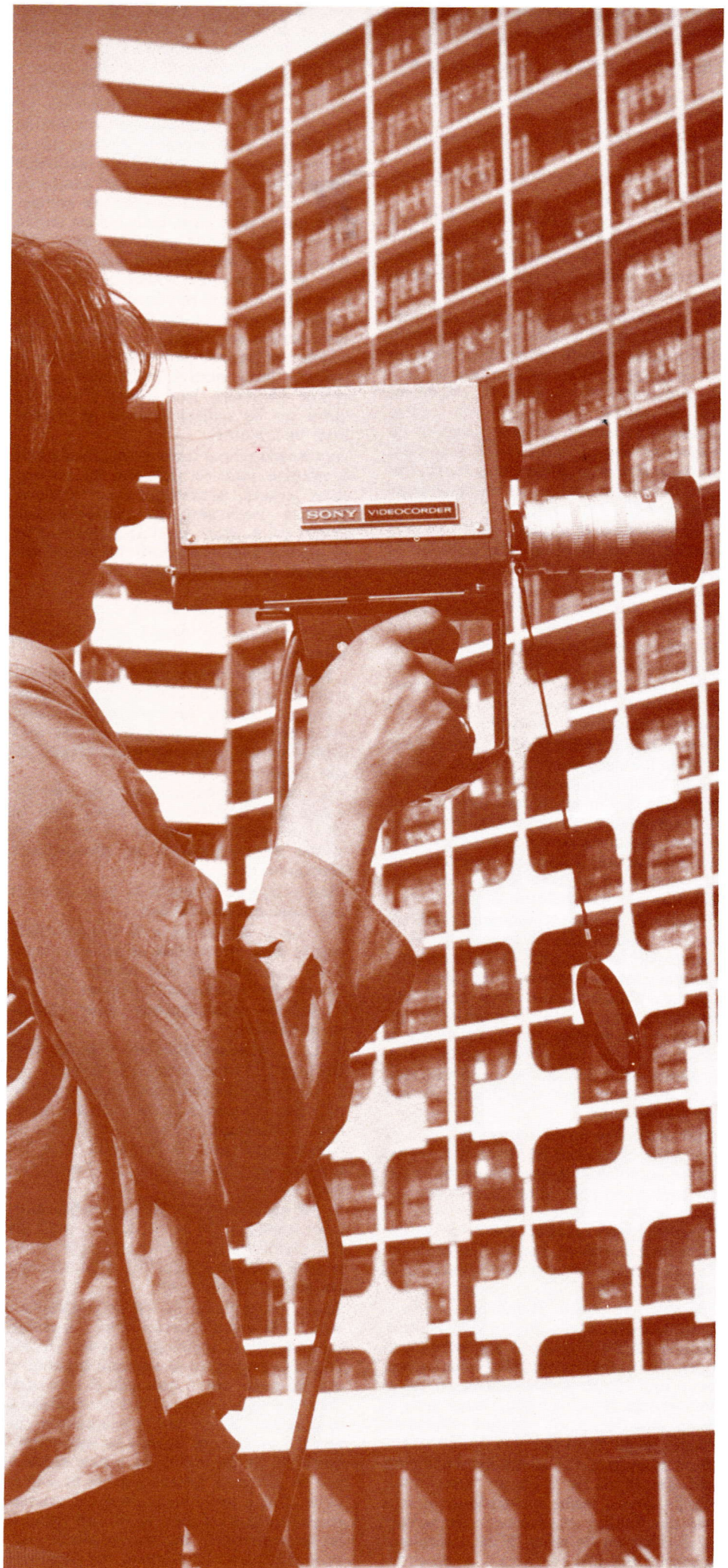
Les problèmes touchant les loisirs (on ne parle même pas de culture) sont, dans ces conditions, tout à fait subsidiaires. Sur les quelques centaines de cadres employés sur les problèmes de la télédistribution je ne sais pas qu'il y en ait un qui soit spécialiste des problèmes culturels. Et sur les diverses études, je n'ai pas connaissance qu'il y en ait consacrée à l'insertion du câble dans une politique culturelle.

Ce phénomène de grande ampleur, à propos duquel on a parlé d'une seconde révolution industrielle, se développe à un niveau purement technique et aucunement culturel : une fois de plus on voit les techniciens travailler, avancer considérablement, faire des choix dans la solitude de leur ghetto technicien avec pour seule préoccupation le souci du meilleur coût pour le maximum d'avantages techniques. Ils visent le développement maximal des techniques sans aucune réflexion sur les finalités sociales de leur outil.

On dira : ce ne sont pas eux qui décident, ils ne font que préparer les décisions pour le Gouvernement. Mais on assiste encore une fois à la manifestation de technocraties qui ne peuvent pas ne pas détenir le pouvoir, - un pouvoir sans finalités autres qu'industrielles -, étant donné que ni le ministre moyen, ni le parlementaire moyen, n'aura la moindre alternative de choix à proposer en fonction de techniques autres, et n'aura d'autres conseillers que ces mêmes polytechniciens parfaitement désintéressés et soucieux du bien public que sont les ingénieurs en question (1). On se trouve donc en France dans la même situation qu'aux États-Unis; encore que dans un cadre centralisé et de service public. Une vaste gestation technique et industrielle est en route, où nulle

*Vers une télévision de groupe
ou une communication participative ?*

(1) En Grande-Bretagne, un groupe de travail de la Chambre des Communes sur la télévision par câble, a proposé, outre une sorte de quatrième chaîne sur le modèle du Arts' Council, la consultation de techniciens qui ne soient pas ceux des P. et T.



part des finalités sociales et culturelles explicites ne sont posées.

L'échec de la télévision communautaire

Une heure de programme national coûte 500 000 F.

Une heure de programme régional coûte 50 000 F.

Une heure de programme communautaire coûte 5 000 F. (1)

Ces chiffres moyens représentent à la fois le prix de fabrication de l'émission, et ce que peuvent payer respectivement les émetteurs national, régional et communautaire.

Si l'on compare ces trois coûts, qui vont de 100 à 1, pour un produit qui est quantitativement le même (60 minutes d'images sur le même petit écran dans le « living » du téléspectateur), il apparaît clairement que la qualité des images par minute variera grandement. Or une variation du double au simple suffirait déjà largement pour que le téléspectateur change de chaîne. Que peut-il en être si la minute/images varie de 8 300 F à 83 F?

L'image à 83 F la minute - celle que propose le câble diffuseur dès qu'il ne se borne plus à transmettre une image nationale - amuse et intéresse quelque temps le public comme tout ce qui est nouveau. Mais au bout de trois à six mois, disent les observateurs nord-américains : « Nobody looks! » Les pourcentages d'audience des émissions communautaires sont de l'ordre de quelques « pour cent »; ils descendent souvent au-dessous de 1 %.

La raison de cet échec réside dans la médiocrité de l'image. Dans un système électronique aussi complexe qu'un système TV, la qualité de l'image dépend du niveau de professionnalité des appareils, des caméramen; des chefs de régie, des monteurs, des réalisateurs. Toutes les expériences le prouvent, mais les idéologues de la câblodiffusion continuent à dire le contraire.

Ils prétendent que les nouveaux matériels sont de plus en plus intégrés et faciles à manier, qu'on découvre des talents remarquables chez des amateurs de treize ans, que les téléspectateurs sont lassés des émissions trop léchées et artificielles qui viennent des capitales, qu'ils éprouvent le besoin de voir des images moins belles peut-être, mais dont le ton sonne plus vrai, dont le contenu soit plus proche de leur vie quotidienne.

Quel dommage qu'on ne puisse pas citer une seule expérience qui confirme par un succès durable cette sympathique idéologie! Le mot « durable » est important, car seule la durée est le critère de vérité en expérimentation sociale. Toute entreprise est belle à son début, quand elle rassemble des énergies vacantes, suscite des curiosités nouvelles. Mais c'est le temps qui fait l'épreuve de vérité. Il faudrait citer ici toute une série de « Kranken Geschichte », comme eût dit Freud, sur plusieurs aventures de câblodiffusion nord-américaines, pour voir comment, très pratiquement se sont passés le démarrage, l'essor puis le déclin des télévisions communautaires en Amérique du Nord (2).

Dans un univers où l'attention est sollicitée par des myriades d'images attrayantes, elle ne saurait rester accrochée longtemps par des images ennuyeuses, dépourvues de couleur ou de relief. Il est intéressant d'assister une fois en direct à la séance du

conseil municipal. Deux fois peut-être. Pas trois. Un film monté sur la même séance et passé en différé est fort difficile à faire : les images ne sont pas bonnes en raison de l'absence de projecteurs qui eussent transformé la délibération en théâtre, comme en raison de l'absence de caméramen professionnels. Or, au même moment, passe sur une chaîne nationale un programme qui, sur un sujet analogue, peut avoir une incidence politique comparable sur le plan local, mais qui est monté comme un grand spectacle, avec des moyens techniques cent fois plus puissants, des animateurs de grand métier, des « vedettes » (de la politique ou de la télévision, peu importe, car sur le petit écran, tout devient spectacle), un cadrage et un découpage parfaitement étudiés. Même le militant local motivé retournera sur la chaîne nationale. Des études d'audience faites sur les milieux cultivés de Boston l'ont bien montré.

Au Canada, où par tradition anglo-saxonne le pouvoir local est puissant, les associations vivaces, le développement communautaire nécessaire, la câblodiffusion locale qui a fleuri çà et là l'espace d'un printemps, sombre aujourd'hui dans l'insignifiance et l'indifférence.

Une idéologie sympathique

Son ambition de départ était pourtant superbe.

« La télévision communautaire est un instrument que les membres d'une communauté se donnent pour entrer plus facilement en communication entre eux afin d'aborder les préoccupations vitales de leur milieu... »

« La télévision communautaire, c'est un milieu qui se projette à l'écran pour se voir, se parler, s'analyser et mettre en branle les mécanismes de changements nécessaires (3). »

Cinq principes étaient à la base de cette télévision communautaire :

1. La communauté a la responsabilité entière de la production de ses émissions;
2. La communauté doit fournir complètement les ressources humaines et doit s'organiser financièrement pour assurer sa production;
3. La production doit être orientée vers des objectifs communautaires précis;
4. Le fonctionnement doit faire appel au plus grand nombre possible de ses membres. Idéalement, n'importe qui dans la communauté peut participer à tous les niveaux de responsabilité de l'organisation;
5. Les personnes chargées du fonctionnement immédiat de la TVC le sont pour les fins exclusives de la TVC ceci pour éviter le plus possible les conflits d'intérêts qui pourraient survenir. »

Après six mois ou un an de fonctionnement, il faut se demander ce que la réalité économique et sociologique a fait de ces principes en posant la fameuse question : qui dit quoi à qui, à quel coût et avec quel effet? Le responsable de fait des émissions se retrouve bientôt être le propriétaire du câble ou celui qui finance le fonctionnement. Il est de moins en moins entouré par les éléments dynamiques de la collectivité. Peu à peu l'inspiration des animateurs locaux s'est tarie et on fait appel à un professionnel, ou semi-professionnel, venu d'ailleurs. Le contenu des program-

mes a bien pour cible les habitants de la collectivité, mais il n'a plus d'ambition communautaire : on explique aux femmes comment garder le cheveu souple, se désennuyer en cuisine, etc. Le résultat est que les jeunes quittent le câble, que la station communautaire ressemble à ce qu'est la page locale de l'une des trente éditions de l'Est républicain et que le câblodiffuseur, constatant que le canal communautaire est le moins écouté, y consacre des sommes de plus en plus faibles. S'y ajoute le processus cumulatif qui fait que la publicité n'atteignant plus qu'un public très restreint, le câblodiffuseur la réserve pour la retransmission des programmes « nationaux » de grande écoute. Le résultat de la TV communautaire au Québec est, paradoxalement et contrairement aux buts visés, une plus grande pénétration de la télévision anglophone, commerciale et étrangère.

Trois conclusions peuvent être tirées des expériences de télévision communautaire : ou bien elles évoluent vers une télévision locale professionnelle, ou bien elles n'apportent pas grand-chose de plus, comme communication, qu'une radio locale, et de toute façon elles ne vivent que lorsqu'elles peuvent s'appuyer sur un milieu associatif très vivant. C'est dans ces trois voies qu'il nous faut donc porter notre investigation.

La télévision locale : une question de pouvoirs

En Italie, la régionalisation a donné lieu à un grand débat national quand au pouvoir sur la télévision. A juste titre. Les régions, à qui on proposait des émissions « régionales » de la RAI, ont demandé à la fois à exercer un pouvoir réel sur les émissions nationales de la RAI (qui sont bien entendu le principal agent culturel dans une région, bien supérieur en impact à toute l'action culturelle que peuvent mener les régions ou les villes), et à disposer d'émetteurs régionaux (hertziens ou par câbles). Une première tentative d'établir un réseau câblé en Italie du Nord, rejetée par le gouvernement, a déjà coûté son poste à un ministre et provoqué un recours devant la Cour des Droits de l'Homme du Conseil de l'Europe.

Techniquement, l'infrastructure de la télévision française permettrait sans difficulté de mettre à la disposition des régions ou de villes moyennes et grandes, des émetteurs de télévision. Aux États-Unis on compte plus de 700 stations locales de télévision. On en compte 23 en France avec plus d'une centaine d'émetteurs ou réémetteurs. Ces stations permettraient de réaliser plus efficacement que la câblodiffusion à un coût moindre, pour beaucoup plus d'utilisateurs, et avec des émissions de meilleure qualité l'objectif assigné en juillet 1973 à la télévision par câble : « un choix étendu de programmes », « une déconcentration du pouvoir de programmer, c'est-à-dire, en fait, une large atténuation du monopole de l'État, et aussi la possibilité pour les téléspecta-

(1) Ces chiffres sont bien entendu des chiffres moyens. D'origine nord-américaine, ils ont été présentés par un représentant de la Rand Corporation dès le Vidca de 1972, mais on retrouve les deux premiers à peu près identiques pour la France. On reviendra plus loin sur le troisième.

(2) Voir Flichy - 1974, Documentation française.

(3) Mémoire de la TV communautaire de Normandie au CRTS, cité in Medium Media, n° 1, p. 17.



teurs d'utiliser eux-mêmes des moyens pour communiquer entre eux. Il s'agit bien d'un bouleversement des habitudes politiques et sociales. »

Qui dirait quoi à qui, dans une telle télévision, à quel coût et avec quel effet? Le coût des émissions déjà, pourrait être beaucoup plus élevé que dans la câblo-diffusion, car le nombre des téléspectateurs ne serait pas de quelques milliers seulement, comme l'exige la technique du câble; le maigre argent qu'on peut attendre des abonnés du câble serait remplacé par le produit d'une redevance, payée par tous les possesseurs de téléviseurs. Il ne serait plus nécessaire de faire appel aux publicitaires. L'effet serait plus grand, car, comme le demandait le Comité national des associations de jeunesse et d'éducation populaire (1), il n'y aurait plus les « nouvelles inégalités dans l'accès à la culture et à l'information » que créerait le raccordement au câble dans des zones privilégiées. Les ruraux notamment auraient accès aux avantages de cette « déconcentration ».

La nature des programmes, des grilles de retransmission, de rediffusion ou de création pourrait être adaptée aux besoins locaux. Le pêcheur breton ne verrait pas les mêmes choses aux mêmes heures que le viticulteur languedocien. Les talents locaux pourraient être systématiquement prospectés, et mis en valeur de façon pro-

fessionnelle. Les vidéographes locaux pourraient atteindre l'antenne.

Le monopole de la puissance publique permettrait, comme lui seul peut le faire du point de vue économique, sociologique et politique, d'assurer le pluralisme et la diversité des initiatives dans l'équité.

Une fédération de stations régionales publiques est d'ailleurs déjà ce que recommandait L. Paye, dans le rapport qu'il avait établi pour le gouvernement en 1970; « La création d'une chaîne régionale de télévision correspond à des besoins urgents et nombreux, à la fois politiques, économiques et culturels. Elle doit donc être envisagée dans les meilleurs délais. (2)

« La formule la mieux adaptée à ces diverses exigences est la construction d'un établissement public distinct de l'ORTF, fédérant (3) des stations régionales de radio et de télévision. Cet ensemble serait soit indépendant de l'Office, soit plutôt, placé en même temps que les services de celui-ci dans une situation de filiale vis-à-vis d'une société holding regroupant tous les éléments de la radiotélévision publique. Son financement reposerait sur la redevance. »

Pour une politique culturelle, dont l'objectif doit être à la fois de diffuser à tous des créations de grande qualité, et de permettre à chacun de se situer et de s'exprimer par rapport à la communauté où il vit, il

La magie du câble suffit-elle à transformer une ville nouvelle en une communauté urbaine? Sept expériences aujourd'hui en France.

semble bien qu'une telle fédération de stations régionales publiques aurait plus d'efficacité qu'une série de petits réseaux câblés privés ou municipaux, aux moyens réduits, et dont la fédération inévitable serait faite - comme aux États-Unis - par les annonceurs publicitaires.

Télévision municipale, radio locale et action culturelle

La télévision par câble avait suscité beaucoup d'espoir chez les militants culturels soucieux de « rendre la parole » aux groupes, aux diverses subcultures. Ceux qui sont allés au Canada savent maintenant que le câble renforce les structures existantes, comme c'était d'ailleurs prévisible, et joue finalement en faveur d'un conservatisme culturel plus qu'en faveur d'une dynamique d'expressions nouvelles. Et ils se tournent vers la vidéo de groupe.

(1) Proposition du 3 juin 1972, in *Télévision et Éducation*, n° 32, avril 1973, p. 20.

(2) Rapport de la Commission d'étude du statut de l'ORTF, Imprimerie des journaux officiels, Paris, 30 juin 1970, n° 8223.

(3) C'est nous qui soulignons ce point.

Les maires, en France, ne le savent pas encore, mais les plus jeunes d'entre eux, de plus en plus nombreux, croient à la télédistribution. Pas seulement les maires des sept villes d'ores et déjà choisies par la SFT, mais un peu partout, notamment dans les villes moyennes. Ils ne savent pas quel a été l'échec du bénévolat au Canada. Ils croient à quelque chose, mais ils ne savent à quoi, et surtout, ils n'ont pas encore fait leurs comptes, le calcul coûts-avantages auquel, quelle que soit leur couleur politique, ils seront contraints, implicitement ou explicitement.

Si une ville décide de consacrer une partie de son budget à une télévision locale, ces crédits seront ou bien prélevés sur la partie de son budget qui est consacrée à la culture et à l'information, ou bien gagnés sur un autre poste budgétaire de la ville (voirie, écoles, espaces verts, etc.). Les deux hypothèses posent de graves problèmes. On peut d'ores et déjà éliminer la seconde, parfaitement irréaliste, étant donné les priorités de fait qu'établissent la plupart des conseillers municipaux ainsi que la majorité de leurs électeurs. Quant à la première, il faut savoir que le budget culturel d'une ville est déjà très faible (entre 3 % et 9 % du budget total). Il est déjà entièrement absorbé par le maintien en fonction du théâtre municipal, du musée, du conservatoire, des bibliothèques et des centres culturels.

Avec l'accroissement annuel du coût de ces institutions, la marge d'innovation est très réduite. Pour mille raisons, il n'est pas question de supprimer ces institutions.

Le vrai problème se pose alors : entre le financement d'un programme TV supplémentaire et le financement d'une action culturelle qui peut viser à animer les quartiers et ranimer les institutions, quel est le choix qui est le plus conforme aux objectifs d'une politique culturelle ?

Le choix sera d'autant plus difficile à faire que le coût des prestations télévisuelles est très élevé et le public touché reste au départ fort limité. A Grenoble les subventions à fonds perdu de la collectivité publique pour cinq heures d'images sur le petit écran ont été de beaucoup supérieures à celle d'un groupe de « théâtre-action » qui a touché, animé, fait s'exprimer sur leurs problèmes propres, des centaines de jeunes et d'adultes dans leur école ou leur quartier pendant un an. Ces subventions ont aussi été supérieures à celles qui ont été consacrées, à travers la Maison de la Culture, à 250 animations hors les murs.

Les chiffres (1) ne sont pas très pertinents, car ils s'agissent d'une période expérimentale, d'un prototype. Nombreuses sont cependant les observations que l'on peut tirer de chiffres même grossièrement inadéquats.

1. Il n'est pas sûr qu'avec un fonctionnement plus institutionnalisé, les coûts ne soient pas encore supérieurs à ceux d'un fonctionnement expérimental.

2. Il n'est pas sûr que ces cinq heures de programme supplémentaires sur le petit écran ait un rôle plus activant que les programmes nationaux. Toutes les bandes locales nord-américaines que nous avons pu voir - on nous a sans doute montré les meilleures - sont d'une pauvreté de contenu et de style désolante. Au bout de quelques mois, les programmes locaux dépassent en banalité et en vulgarité ce que les chaînes nationales font de pire.

3. Il n'est pas sûr que quatre permanents

et trois animateurs à temps partiel n'auraient pas sur 2 300 foyers d'entre eux, de plus en plus nombreux, croient à la télédistribution. Pas seulement les maires des sept villes d'ores et déjà choisies par la SFT, mais un peu partout, notamment dans les villes moyennes. Ils ne savent pas quel a été l'échec du bénévolat au Canada. Ils croient à quelque chose, mais ils ne savent à quoi, et surtout, ils n'ont pas encore fait leurs comptes, le calcul coûts-avantages auquel, quelle que soit leur couleur politique, ils seront contraints, implicitement ou explicitement.

4. Il n'est pas sûr que les messages diffusés avec les images coûteuses de la télévision apportent beaucoup plus que des messages parlés avec vues fixes sur le petit écran (coût déjà beaucoup plus faible), ou surtout que des messages parlés sur une radio locale. La valeur ajoutée par l'image télévisuelle par rapport à la communication par radio locale n'est probablement pas proportionnelle à la différence de coût. Si l'on prend un besoin d'expression et de communication, que l'on évalue à 100, et que sa satisfaction par une radio locale peut être obtenue dans une proportion, disons de 30 %, l'image ajoutée, surtout si elle n'est pas de qualité « nationale », peut porter cette proportion à 40 % alors que le coût est de 500 % supérieur.

Le besoin d'information et d'expression locale est un fait : il est vraisemblable que l'existence d'une radio, de quelque RFR local (94 % des Français possèdent la radio) permettrait de le satisfaire dans une mesure très large. Même les émetteurs nationaux de télévision consacrent une part notable de leur temps d'antenne à des fonctions qui sont en fait de radio. A l'autre extrême, une grande proportion des bandes du vidéographe de Montréal sont en fait de la radio télévisée.

Une radio locale peut donc prendre en charge, à un coût moindre, nombre de fonctions communautaires (voir les radios communautaires aux États-Unis, les radios locales en Angleterre (2)). D'ores et déjà les spécialistes français et anglais de la télévision éducative répartissent leurs émissions entre TV et radio - compte tenu de la nature des messages, et notent un très bon rendement, pour l'attention, du parlé sur image fixe.

Pour juger du rôle possible des divers media dans une politique de communication culturelle, il faudrait pouvoir se fonder sur des analyses coûts-avantages, car toute politique culturelle est avant tout une répartition des dépenses selon les avantages escomptés. Les données de ces analyses coûts-avantages, sont, pour l'instant, plus intuitives que scientifiques. Mais si les avantages sont encore difficiles à évaluer, et les coûts mal connus, l'écart entre les coûts est si grand que l'on a peu de chances de se tromper.

Comme, en tout état de cause, qu'il s'agisse de télévision communautaire, de télévision locale ou de radio locale, l'important, si on veut démassifier les messages est l'appui sur une activité associative intense et une vie culturelle très décentralisée, le soutien à cette activité et à cette vie restera le préalable à toute politique culturelle des media.

Entre les moyens et les fins, les jeux sont faits depuis longtemps : les moyens finissent toujours par « digérer » les fins. En l'espèce, si l'on veut que la fin : « politique culturelle » ne soit pas digérée par les moyens « media », il faut que les moyens « action culturelle » soient financés à même hauteur et en même temps que les moyens industriels.

(1) Voir LHOEST, Holde, ouvrage sur les nouvelles formes de radio. Éditions du Seuil.

(2) Rappelons que les subventions par usager varient de 90 F par séance pour l'Opéra à 5 F dans un centre dramatique décentralisé en passant par 25 F pour les théâtres nationaux.