

TV à la française

Den franske stats monopol på radio- og TV-virksomhed ophævedes formelt i 1982. I en tid, hvor TV-satellitter og kabel-TV begynder at være realiteter, bliver de statslige TV-monopoler anakronismer. Det er ikke en udvikling, der begrænser sig til Frankrig – overalt i den vestlige verden er de monopoler, der har overlevet helt frem til i dag, enten i krise eller ved at blive afviklet. Det specielle ved de franske forhold er blot, at de historiske bånd mellem statsmagt og TV her er umådeligt stærke, så stærke, at der skal mere end blot en lovtækt til for at bryde dem, hvilket ikke mindst det aktuelle kaos på den franske TV-scene vidner om. For imidlertid ret at gøre sig begreb om, hvorfor det særlig i Frankrig er så vanskeligt at klippe navlestrengen mellem stat og TV over, må man skue tilbage i tiden.

»Frankrigs stemme«

Formelt begrundedes den franske stats ætermonopol – ligesom i de fleste andre lande – dels med knapheden på radioelektriske frekvenser, dels kulturpolitisk, idet det var den almindelige opfattelse, at fjernsynet skulle have en opdragende og kulturhøjnende funktion. Man frygtede, at private TV-stationer ville give seerne, hvad de ville have, nemlig underholdning, mens kun et statsligt TV kunne sikre, at folk fik det, de i virkeligheden gerne ville have, men som de bare ikke var klar over, at de gerne ville have: hele den franske kulturarv, generel information og pædagogiske programmer *en masse*.

Den tungestvejende grund til, at Frankrig bevarede det statslige TV-monopol helt frem til 1982, er dog mindre idealistisk, for lige siden fjernsynet i 50'erne for alvor begyndte at invadere de franske hjem, har det været genstand for en voldsom interesse fra politisk hold. Det skyldes således f.eks. udelukkende politikernes ønske om at beskytte den franske elektronikindustri, at Frankrig har den særlige farve-TV-standard SECAM, mens resten af Vesteuropa benytter den vesttyske PAL-farvestandard. Imidlertid var industripolitikken ikke den væsentligste år-

Fransk TV leverer i denne tid en gyser, som på ingen måde står tilbage for 60'ernes uforglemmelige »Belphégor«. Det særlige ved den aktuelle TV-gyser er imidlertid, at den foregår uden for TV-skærmene, i de politiske manøvrers krinkelkroge, og at der ikke er tale om en ny spøgelseshistorie, men om et mindst lige så fascinerende forhindringsløb mod uret. Løberen er Mitterrand, én af forhindringerne er Eiffeltårnet, og indsatsen er intet mindre end hele det fremtidige franske TV-landskab. Voilà! Er De forvirret, så er det ikke så underligt – den menige franskmand har for længst opgivet at følge med og glæder sig bare over at få nogle flere TV-kanaler. Fransk TV er faktisk – og har altid været det – en mere end speget affære på grund af de særprægede bånd, som i Frankrig, mere end noget andet sted i verden, knytter TV og politik sammen.

af Eva Jørholt

sag til, at de franske politikere interesserede sig voldsomt for mediet.

TV's manipulatoriske kraft ansås i mange år for at være næsten ubegrænset, og det medførte, at politikerne så fjernsynet som en kærkommen mulighed for at komme i kontakt med vælgerne – trænge helt ind i deres stuer – og argumentere for deres synspunkter (De Gaulle var uovertruffen udi de politiske kaminpassiarers kunst). I forlængelse af denne filosofi gjaldt det på den anden side omvendt om for enhver pris at hindre uønskede politiske holdninger i at få adgang til mediet. I Frankrig, hvor man har en udpræget tendens til at forveksle statsmagt med regering, ytrede denne – tør man vel nok sige – kraftige overvurdering af mediets påvirkningskraft sig i praksis på den meget håndfaste måde, at monopol-fjernsynet simpelthen betragtedes som regeringens forlængede arm. Det kunne de skiftende oppositioner naturligvis ikke være tilfredse med, men utilfredsheden stak dog ikke dybere, end at man på alle fløje i fransk politik længe var enige om, at monopolen skulle bevares, idet oppositionen naturligvis håbede på selv en dag at komme til magten og dermed arve den så eftertragtede TV-institution.

Det var regeringen, der foretog udnævnelserne til alle ledende poster i TV-institutionen, og alle ministre kunne til enhver tid bede om – og opnå – taletid i såvel radio som TV. Journalistiske medarbejdere hyredes snarere på baggrund af den rette partifarve end ud fra faglige kriterier, og hvert regeringskifte ledsagedes følgelig af en lang række udrensninger. Da alle andre end de øverste ledere imidlertid var beskyttet i deres ansættelse, kunne man ikke direkte fyre uønskede medarbejdere. Disse blev derfor i stedet »sat i skabet« – dvs. anbragt fjernt fra kameraer og mikrofoner, på et eller andet afsides liggende kontor, hvor de lavede ingenting og følgelig heller ikke kunne gøre nogen skade. Ved et nyt politisk magtskifte kunne de så hives frem igen og overlade skabspladsen til de kolleger, der nu var faldet i unåde. Et fikst dobbeltbemandingssystem, som ikke ligefrem mindskede institutionens kroniske økonomiske problemer.

Med George Pompidous ord var det franske stats-TV's journalister »La Voix de la France« – Frankrigs stemme – hvilket betød, at det var deres opgave at varetage det officielle Frankrigs (læs: regeringens) interesser. Et eksempel på denne filosofi omsat i praksis er maj-oprøret i 1968, hvor regeringen simpelthen forbød TV's journalister at omtale det, der foregik, da det stred imod statens/regeringens interesser. Denne sag fik imidlertid bægeret til at flyde over for TV-journalisterne, der indledte en langvarig strejke for den faglige ret til at udøve deres profession. Enden på historien blev dog blot repræsaler i form af nye udrensninger og skabsforvisninger.

Trods skiftende radio/TV-ordninger blev det franske TV i hele monopol-æraen et medie i allerhøjeste grad »under indflydelse«, hvor censur og selvrensning var i højsædet. Store var derfor forventningerne til Mitterrand og hans socialistregering, der, inden de kom til magten, havde lovet at »skabe frihed på det audiovisuelle område«. Og i juli 1982 kom den så endelig, den lov, der langt om længe afskaffede det statslige franske TV-monopol.

»Den audiovisuelle kommunikation er fri«

»La communication audiovisuelle est libre!« Sådan lyder lovens første paragraf, og skønt de resterende 109 paragraffer mestendels går ud på at sætte grænser for denne frihed, så er det en kendsgerning, at staten ikke længere ved lov er ene-aktør på den franske TV-scene.

Ud over monolets afskaffelse er den væsentligste nyskabelse i loven indførelsen af et uafhængigt organ, la Haute Autorité, som bl.a. skal udnævne cheferne for de offentlige TV-kanaler, overvåge alsidighedsprincippet overholdelse, uddele sendetilladelser til lokalradio- og TV-stationer samt til kabeloperatører. La Haute Autorité består af 9 medlemmer (i folkemunde kaldet »de 9 vise«), som vælges for 9 år med udskiftning af en tredjedel hvert tredje år. Præsidenten vælger de 3, formændene for hhv. Senatet og Nationalforsamlingen ligeledes 3 hver, så udnævnelserne er i allerhøjeste grad politiske, men da et medlem af la Haute Autorité ikke kan afsættes før periodens udløb, bliver rådet trods alt temmelig politisk uafhængigt. De fleste kan da også blive enige om, at la Haute Autorité i løbet af de godt 3 år, rådet har eksisteret, generelt har vist sig sin opgave voksen og formået at holde stand mod den politiske pression, det naturligvis har været udsat for i rigt mål.

Ikke nok med at loven åbner mulighed for privat TV, den indfører altså også en art bølwerk mellem det offentlige TV og de skiftende politiske magthavere. Det er imidlertid stadigvæk staten/regeringen, der skal give tilladelse til privat TV, der bevæger sig ud over lokalsamfundets grænser, og det statslige Télédiffusion de France (TDF) har stadig monopol på den tekniske spredning af alle TV-programmer i Frankrig, ligesom det er TDF, der anviser frekvenserne. Monoplets afskaffelse er altså langt fra ensbety-

dende med en fuldstændig deregulering af det audiovisuelle område i Frankrig.

Fransk TV netop nu

Godt 3 1/2 år efter fransk TV's »befrielse« har hovedparten af franskmændene stadig kun brug for 3 knapper på deres fjernsyn: én til hver af det offentlige TV's 3 kanaler. Ganske vist er der kommet en fjerde, halv-privat kanal til, Canal Plus, men for det første sender den endnu ikke over hele Frankrig, og for det andet er dens programmer forbeholdt betalende abonnenter. I visse egne af landet er valgmulighederne dog lidt større: i Nordøstfrankrig kan man således tillige se det kommercielle luxembourgiske TV, RTL-TV, og i Sydfrankrig udsendelserne fra det ligeledes kommercielle Télé Monte Carlo (TMC). Som et resultat af Mitterrands hæsbæsende kapløb med tiden har indbyggerne i en række af de større franske byer desuden i slutningen af februar fået 2 nye, private og reklamefinansierede TV-kanaler: France 5 kaldet 5'eren og en musikkanal, 6'eren.

Ifølge planen skal den franske TV-satellit TDF1 – Europas første direkte TV-satellit – op i foråret 1987, og Frankrig er tillige i gang

over at være regional, de mange kvalitets-spillefilm (til glæde for de cinefile ofte i originalversion, hvilket ellers er uhørt i fransk TV) og »highbrow«-kulturudsendelser.

For alle 3 kanaler gælder det, at de hver især er selvstændige offentlige selskaber med hver sit budget og hver sin administration, og de finansieres ved en blanding af reklameindtægter og licenspengene, der ud over TV-licensen også omfatter en videobåndoptagerlicens på 659 francs om året (ca. 790 kr.). Ligesom herhjemme er det Parlamentet, der fastlægger licensens størrelse, men ikke nok med det – i Frankrig lægger Parlamentet også loft over de offentlige TV-selskabers reklameindtægter, som i øjeblikket ikke må overstige 27 procent af hele den samlede offentlig audiovisuelle sektors budget. Der er tillige regler for, hvordan reklamerne skal præsenteres – de skal ligge i blokke mellem udsendelserne, og der må højst være 18 minutters reklame i alt om dagen – og for hvilke produkter, der må reklameres for – forlag, stormagasiner og ejendomsrådgivere er af hensyn til den skrevne presse forment adgang til TV-reklamerne, og der må heller ikke annonceres for skadelige produkter såsom tobak og alkohol. Reklamerne bestyres af et af kanalerne uafhængigt offentligt selskab, RFP (Régie Française de Publicité), så annoncørerne ingen mulighed har for at få indflydelse på programlægningen.

Økonomisk er de 3 offentlige kanaler altså alt andet end frie, men også programmæssigt påhviler der dem en række tunge forpligtelser. Ingen af kanalerne producerer andet end nyheds- og aktualitetsudsendelser samt rene studieprogrammer af debatagtig eller underholdningsmæssig karakter. De »tunge« produktioner skal købes ude i byen, og her er kanalerne forpligtet til at placere en stor del af deres ordrer hos det offentlige TV-produktionsselskab SFP (Société Française de Production), som er både dyrere og tungere at arbejde med end de private produktionsselskaber. Kanalerne må ikke vise spillefilm onsdag og lørdag aften ifølge en overenskomst med filmbranchen, hvis faste premiéredage i biografene netop er onsdag og lørdag; 60 procent af fiktionsprogrammerne skal stamme fra EF-området, herunder halvdelen fra Frankrig selv; kanalerne skal varetage en generel information af den franske befolkning, sende et besemt antal musikprogrammer og et bestemt antal teaterprogrammer om året, værne om det franske sprog og den franske kultur osv. osv. Og alle disse krav skal opfyldes inden for en fast budgetramme, som ikke følger med prisudviklingen, da det er politisk upopulært at sætte licensen i vejret. Nok til at give enhver generaldirektør grå hår.

Dertil kommer, at specielt TF1 og Antenne 2 – skønt de ikke har nogen økonomisk grund til det – af prestigemæssige årsager konkurrerer indbyrdes på livet løs. De overbyder således hinanden for at få eneretten til at transmittere visse sportsbegivenheder, men især er det forbundet med stor prestige at have så mange seere som muligt til de store nyhedsudsendelser, som med stor visdom er lagt samtidig, kl. 20, på TF1 og Antenne 2. Konkurrencen manifesterer sig hovedsagelig i programlægningen lige op til



med et storstilet kabelprojekt, der frem til år 2000 skal tilslutte så godt som alle franske hjem – enkelte lokale kabel-TV-net er allerede begyndt at fungere. Ud over de 2 nyfødte kanaler, vil de franske TV-seere altså på lidt længere sigt blive beriget med en sand syndflod af nye programmer.

Le service public

Formedelt en årlig farve-TV-licens på 541 francs i 1986 (ca. 640 kroner) får den franske TV-seer adgang til »le service publics« 3 offentlige kanaler: to nationale, TF1 og Antenne 2, og en regional/national, FR3. FR3 er en slags network med en stor national moderstation, der imidlertid hver dag i tidsrummet fra kl. 17.00 til 19.55 viger pladsen for kanalens 12 regionale stationer, som i løbet af disse knap 3 timer sender hver sit program. Der er ingen formel forskel på TF1 og Antenne 2, der begge sender centralt fra Paris til hele den franske nation, men med tiden har de fået hver deres profil: hvor TF1 almindeligvis regnes for den traditionsbundne, officielle kanal, står Antenne 2 for det mere dristige, det nye og det eksperimenterende. FR3's særlige kendetegn er, ud

klokken 20, idet man regner med, at seerne vil blive hængende på samme kanal til de efterfølgende nyheder. Da Antenne 2 således havde lanceret det meget populære og meget tynde komedieprogram »Théâtre de Boulevard« hver dag kl. 19.40, gik seertallet på kanalens nyheder voldsomt i vejret. TF1 var da ikke sen til at opfinde den om muligt endnu tyndere udsendelse »Cocoricocoboy«, hvis blotte titel giver en god idé om programmets lodighed. Resultat: TF1's seertal på nyhederne kl. 20 er strøget forbi Antenne 2's, og de astronomiske summer, der er postet i mirakelprogrammet (ca. 250.000 francs pr. daglig episode à 15 minutter), anses for en god investering.

Den besynderlige pseudokonkurrence stationerne imellem har flere perverse konsekvenser: dels indskrænkes seernes valgmuligheder, fordi spillefilmene som oftest sendes på samme tidspunkt, de kulturelle udsendelser på samme tidspunkt osv., dels udhuler den de offentlige TV-kanalers i forvejen anstrengte økonomi og gør udsendelserne dyrere, end de behøvede at være. Endvidere betyder kombinationen af konkurrence og begrænsede økonomiske tilgange, at TV-kanalerne i vidt omfang (så vidt som de kan for deres forskellige forpligtelser) er gået over til at give TV-seerne, hvad de vil have, dvs. underholdning i lange baner. JR, Pam og Sue Ellen samt Krystle, Alexis og Blake har erobret de franske TV-skærme, som oprindeligt var tænkt reserveret Molière, Sartre og Georges Brassens. Skønt både *Dallas* og *Dollars* er relativt dyre af amerikanske serier at være (de koster ca. 200.000 francs i timen), er det alligevel billigere programmer end franske TV-produktioner. Til sammenligning kan det nævnes, at Antenne 2's franske pendant til *Dollars*, *Châteauvallon*, koster 2 millioner francs pr. time. Lavbudget-serier – franske udgaver af de amerikanske »soap operas« og de brasilianske »novelas« – er imidlertid også populære, og langt billigere. De franske »soaps« sendes daglig, dels midt på dagen for de franske husmødre, dels som en ingrediens i det morgen-TV, der indførtes for godt et år siden, og som ud over serierne byder på nyheder, vejrudsigter, musikvideoer, tegneserier (bl.a. Claire Brétécher's »De frustrerede«) og børneprogrammer hver morgen fra klokken 6.45 til 9.00.

Ligesom de fleste andre steder er det – ud over nyhederne, spillefilmene og TV-serierne – underholdningsprogrammerne, der scorer de højeste seertal. Disse, der er noget af det billigste, man kan producere, spænder fra selskabslege for voksne over quizprogrammer til varieteuudsendelser. I Frankrig kan dog også mere seriøse programmer blive større publikumssucces'er. Det gælder f.eks. det legendariske litterære magasin *Apostrophes*, der under institutionen Bernard Pivots ledelse okkuperer 1 1/2 times sendetid hver fredag aften. Programmet, der for nylig kunne fejre sit 500-gangs jubilæum, ses i gennemsnit af 3 millioner franskmænd, eller 10 procent af de franske fjernsynsseere, hvilket er imponerende for en udsendelse af

denne type, ikke mindst i betragtning af, at seerne har mindst 2 andre kanaler at vælge imellem. Gyngemosens kultur-pinger kunne lære ikke så lidt af at studere deres franske kollega lidt nærmere, og for at komme til det behøver de ikke en gang at tage helt til Frankrig – et adgangskort til Hans Kongelige Højhed Prinsens gemakker på Amalienborg eller den franske ambassade på Kgs. Nytorv vil være fuldt ud lige så formålstjenligt. Her kan man nemlig, som de eneste steder i Danmark, på særlig dispensation fra P&T tage det fransksprogede satellitprogram TV5, der sendes via den europæiske kommunikationssatellit ECS1. TV5 er et udpluk af de bedste programmer fra TF1, Antenne 2 og FR3 samt fra det schweiziske Télé Suisse Romande, det belgiske RTBF og de fransksprogede canadiske TV-stationer. Sendetiden på kanalen er tilrettelagt sådan, at hver af parterne disponerer over en ugentlig aften, som de kan udfylde efter behag med deres egne programmer, og når det er Antenne 2's tur, står *Apostrophes* ofte på programmet, da Bernard Pivot anses for at være en fortræffelig ambassadør for fransk kultur.

Bortset fra pligtprogrammerne er pro-



gramudbuddet på de offentlige TV-kanaler i dag dog i grunden ikke så forskelligt fra det, man kunne finde på en privat kanal. Forskellen er blot, at hvor den private kanal ville servere underholdning af kommercielle årsager, så gør »le service public« det dels på grund af den absurde indbyrdes konkurrencesituation, de statslige kanaler har bragt sig selv i, dels af økonomiske årsager, idet underholdningsprogrammerne som oftest ikke er så hårde ved det magre budget, som stationerne er pålagt af Parlamentet. Endelig hører det med til forklaringen, at det har vist sig politisk uhensigtsmæssigt at pådutte befolkningen alt for opdragende programmer. Det indså socialisterne, da de umiddelbart efter magtovertagelsen forsøgte at højne befolkningens moral og kulturelle og bevidsthedsmæssige niveau gennem flere oplysende TV-programmer. TV-seerne gabte kæberne af led og rettede deres retfærdige harme mod socialistpartiet. Resultat: færre oplysende udsendelser, mere underholdning og flere tilfredse vælgere.

RTL-TV og TMC

I visse egne af Frankrig har man kunnet

høre private franske radioprogrammer og se privat fransk TV i mange år inden monopolets afskaffelse, og det endda med myndighedernes velsignelse. Den formelle forklaring er, at disse stationers sendere ligger uden for Frankrig – Radio-Télévision du Luxembourg (RTL) i Luxembourg, Radio Monte Carlo (RMC) i Monaco og Europe 1 i Saar-landet i Vesttyskland – men en nok så væsentlig årsag til den franske stats velvilje over for disse »periferistationer« finder man, hvis man kigger nærmere på deres aktionærssammensætning. For RMC's og Europe 1's vedkommende indehaves aktiemajoriteten af ingen andre end . . . den franske stat, repræsenteret ved det statslige holdingselskab SOFIRAD! Hvad RTL angår, er det det statskontrollerede selskab HAVAS, der bestyrer den franske stats interesser gennem en aktiepost, der lige akkurat er stor nok til, at den franske stat kan blokere for beslutninger, der går den imod.

RTL og RMC har udvidet virksomheden til også at omfatte TV, hhv. RTL-TV og Télé Monte Carlo (TMC), mens Europe 1 foreløbig er nøjedes med at nedkomme med et video-produktionselskab og i øvrigt ejer en væsentlig del af aktieposten i TMC. Både RTL-TV og TMC er 100 procent reklamefinansierede, og i modsætning til de offentlige kanalers reklamer afbryder reklamespotsene på RTL-TV og TMC programmerne, som i øvrigt synes at være mere et appendiks til reklamerne beregnet på at tiltrække publikum, snarere end at udgøre et mål i sig selv.

RTL-TV's seertal overgår i de egne af Frankrig, hvor man kan se den, langt de offentlige kanalers, og baggrunden for succes'en er ikke mindst RTL's forskellige opskrifter til fastholdelse af publikum. Først og fremmest er programmerne naturligvis underholdende, men derudover har RTL lagt et stort arbejde i at aktivere seerne, der ustandselig opfordres til at ringe ind til stationen, hvad enten det er for at komme med en meningstilkendegivelse, bestemme aftenens film eller for at besvare quiz-programmer af en sværhedsgrad, der ligger langt under Jørn Hjørtning-niveauet (selv på de lige klokkeslet). I mangel af egentligt interaktivt TV, som kun kablet kan give, er RTL-TV nok noget af det nærmeste, man kan komme tovejs-TV-kommunikation i dag. Endelig er RTL-TV begyndt at målrette sine udsendelser ganske nøje. Således er TV-nyhederne splittet op i tre dele: en almen/international del, en del for de belgiske seere og en del specielt henvendt til den franske befolkning i Lorraine, hvor man kan se stationens programmer.

Skønt TMC faktisk har en sender på fransk jord (ved Marseille), som sætter stationen i stand til at dække det meste af det sydøstlige Frankrig, har TMC ikke haft tilnærmelsesvis den samme succes som RTL-TV, sandsynligvis fordi TMC ikke har formået at skabe sig nogen særlig programmæssig profil. En skrantende økonomi, bl.a. forårsaget af nogle uheldige forsøg på at trænge ind på det overfyldte italienske

TV-marked, har ikke gjort tilværelsen nemmere for TMC, som tillige i langt højere grad end RTL-TV er offer for de politiske magthaveres luner, eftersom den franske stats aktieandel er langt større i TMC end i RTL-TV. Ganske som det indtil for nylig var praksis på de offentlige kanaler, skifter TMC ledelse, hver gang der er regeringsskifte i Frankrig, og på den baggrund er det vanskeligt, for ikke at sige umuligt, at drive kommercielt TV.

Canal Plus

4. november 1984 så den første ikke-statslige TV-station på fransk jord dagens lys. I pagt med den ny lov fra 1982 havde man besluttet at skabe en fjerde TV-kanal, Canal Plus, uden for det offentlige regi. Skønt Canal Plus er et aktieselskab, kan man dog ikke kalde den egentlig privat, idet hovedaktionæren er det statskontrollerede selskab HAVAS (endnu en gang), hvis leder, André Rousselet, der også er Canal Plus' førstedirektør, ydermere er en personlig ven af Mitterrand. HAVAS sidder på 40 pct. af aktiekapitalen, andre 20 pct. indehaves af en række nationaliserede selskaber, og kun 40 pct. hidrører fra privat kapital. I betragtning af fransk TV's tunge historiske bagage vovede socialisterne ikke i første omgang at tage skridtet fuldt ud og oprette en ægte privat og af staten uafhængig TV-kanal. Resultatet blev altså denne sære bastardløsning.

Canal Plus, der er oprettet på koncession fra staten, er en betalings-TV-kanal. For at kunne se programmerne er man nødt til dels at investere i en dekoder, dels at betale et abonnement, som i øjeblikket beløber sig til 140 francs (ca. 170 kr.) om måneden.

Abonnementerne er Canal Plus' hovedindtægtskilde, men de suppleres med sponsorbidrag og – på forsøgsbasis – reklamer. Oprindeligt måtte stationen ikke have reklamer, men da abonnementsstegningen gik langsommere end beregnet – dels pga. problemer med dekoderne, dels fordi folk lige skulle vænne sig til den nyttilkomne, og endelig fordi der var politiske rumlerier om privat reklamefinansieret, og altså gratis, TV – gerådede Canal Plus ud i en slem økonomisk krise og lignede en overgang mest af alt en dødssejler. Regeringen gav så tilladelse til, at Canal Plus i en forsøgsperiode kunne sende sine programmer – og at der kunne være reklamer i denne ukodede del af programmerne, men kun dér, og kun i blokke mellem udsendelserne.

Hvad enten det nu skyldes disse hjælpeforanstaltninger, eller Canal Plus simpelthen har stået sin prøve i forhold til den franske befolkning, en kendsgerning er det i alt fald, at folk nu tegner abonnementer som aldrig før. Canal Plus har passeret det magiske tal 670.000, som var det antal abonnenter, der skulle til for at bringe foretagendet i økonomisk balance. Faktisk har kanalen nu, kun godt 1 år efter sin fødsel, 800.000 abonnenter, hvilket giver håb om, at Canal Plus kan give overskud allerede med udgangen af 1986.

For deres 140 månedlige abonnementsfrancs får Canal Plus' abonnenter hovedsagelig spillefilm og sport. Det er spillefilmene,

der sælger Canal Plus. De udgør ikke mindre end 50 pct. af programfladen og spænder fra tyndbenede komedier og pornofilm i de sene natte timer over solide biografsucces'er til de store mesterværker. Af frygt for, at Canal Plus ville tømme biografsalene og lade fransk film lide samme kranke skæbne som den italienske, der efter mødet med de private italienske TV-stationer nu nærmest er en saga blott, har den franske filmbranche fået gennemtruffet en aftale, hvorefter Canal Plus ikke må vise nogen film før 1 år efter biografpremieren (for film, der er gået dårligt i biografen, kan ventetiden dog sættes ned til 6 måneder), og ligesom de offentlige kanaler må Canal Plus ikke vise film på biografernes premieredage. Til gengæld for de 364 film, som Canal Plus ifølge aftalen må vise årligt, skal kanalen af med en fjerdedel af sine samlede indtægter til filmbranchen, hvilket i øjeblikket betyder en gedigen saltvandsindsprøjtning til den franske filmproduktion på omkring 150 millioner francs om året, og efter at stationen har fået reklamer, vil dette beløb stige væsentligt. Dertil kommer, at Canal Plus i stadig større udstrækning optræder som co-producent på film, som derfor kan vises reaktivt hurtigt på kanalen. Det er således baggrunden for, at d'herrer Chabrol og Godards seneste film, hhv. *Poulet au vinaigre* og *Détective*, kun få



måneder efter deres biografpremiere kunne opleves af Canal Plus' abonnenter. Canal Plus viser desuden trailers og reportager fra optagelserne til de nye film, som står umiddelbart foran biografpremiere, så alt i alt har forholdet mellem Canal Plus og den franske filmbranche udviklet sig til et særdeles lykkeligt ægteskab. Taberne er i en vis udstrækning biografierne, men filmproduktionen har kronede dage.

For at give alle abonnenter en chance for at se alle de film, der vises på Canal Plus, kører man hver film 6 gange på forskellige dage og forskellige tider af døgnet. Det har den interessante konsekvens, at Canal Plus kun kan fungere som et supplement til de øvrige TV-kanaler, for ligegyldig hvor højt man elsker Bébel (som Jean-Paul Belmondo kaldes blandt venner og fjender i Frankrig), så kan man få nok, når idolet for tredje eller fjerde gang i løbet af 14 dage viser sit medtagne kontrafej på skærmen i den samme film. Canal Plus er således ikke indrettet til at blive set af den samme person fra morgen til aften hver dag, og det betyder, at den udgør en begrænset konkurrence for de offentlige kanaler.

Beruset af den aktuelle succes har Canal Plus kastet sig ud i nye projekter. I samarbejde med ingen ringere end det laksefarvede dagblad, Financial Times, og amerikansk TV's enfant terrible, kabelkongen Ted Turner, har man lanceret et stort anlagt nyhedsmagasin, der kører hver lørdag eftermiddag. Canal Plus har selv kun i alt 22 journalister, men med hjælp fra Financial Times' verdensomspændende korrespondentnet og billeder fra Ted Turners 24 timers nyhedskanal, Cable News Network, der bliver transmitteret via satellit til Canal Plus' hovedsæde, lykkes det alligevel at lave et magasin, der kan stå distancen over for de offentlige kanaler.

Succes'en har også medført, at André Rousselet er i færd med at udvide aktiekapitalen til fordel for flere private investorer. Canal Plus' ledelse er nemlig ikke uvidende om, at der er parlamentsvalg i Frankrig den 16. marts, og at socialisterne sandsynligvis må vige pladsen til fordel for højrefløjen. For at undgå, at Canal Plus skal blive kastebold i et politisk spil, ligesom de offentlige kanaler var det (og i en vis udstrækning stadig er det), vil kanalen forsøge at nedbringe statens aktieandel til under 50 procent for derefter at frigøre sig fra den politiske magt. Som André Rousselet udtrykker det: »Canal Plus har ingen politisk farve, og sådan bør det blive ved med at være.«

De store manøvrer

André Rousselet er ikke ene om at berede sig på et socialistisk nederlag ved valget 16. marts. Også regeringen selv er klar over, hvor det bærer henad, og det har medført en frenetisk aktivitet for at få stablet nogle private TV-kanaler på benene – med venligt-sindede mennesker ved roret – inden højrefløjen og dens ideologiske krigsmaskine, bladkongen Robert Hersant, forgriber sig på den franske TV-scene. Socialisternes strategi går ud på at besætte alle til rådighed værende frekvenser for dermed simpelthen at fastlåse det franske TV-landskab, så højrefløjen ikke har mulighed for at oprette nye kanaler. Sidst, men ikke mindst, er de reklamemidler, der skal finansiere de nye TV-kanaler ikke udtømmelige, så ved at skynde sig at oprette 2 nye private TV-kanaler regner socialisterne med at dræne de til rådighed værende reklamepenge heroveri, således at det endog vil være uhyre svært for højrefløjen at privatisere én (måske to) af de offentlige kanaler – således som den har annonceret, at den vil gøre det – idet der ikke vil være nok reklamepenge tilbage til finansiering.

For socialisterne gælder det således for alt i verden om at få de to nye TV-kanaler solidt etableret inden skæbnedatoen den 16. marts, og for højrefløjen er det mindst lige så afgørende at spørge ben for disse projekter, så de kan udspænde det fremtidige franske TV-landskab efter deres egne hoveder efter valget. Kampen er indædt, alle kneb tages i brug over for modparten, og man må sige, at de franske politikere i alt fald ikke er uopfindsomme, når det gælder om at genere hinanden med politiske og juridiske finurligheder.

Uden at have indhentet tilbud fra andre liebhavere erklærede socialisteregeringen i november, at den havde skrevet kontrakt om en ny landsdækkende kanal med et triumvirat bestående af den franske finansyrste og socialist Jérôme Seydoux, den franske mangemillionær og søn af én af Mitterrand's nære venner Christophe Riboud, og ... den person, som socialisterne tidligere havde gjort personligt ansvarlig for det offentlige italienske TV, RAI's, fald og den italienske filmindustri død – den italienske TV-konge Silvio Berlusconi, også kaldet entreprenøren fra Milano eller »Sua Emittenza«. Berlusconi, der ejer de 3 private italienske networks Italia 1, Rete 4 og Canale 5, havde imidlertid nu, hvor tingene skulle gå lidt hurtigt, to meget væsentlige kvaliteter i de franske socialisters øjne: 1. han er ekspert i at suge reklamepenge til sig, og 2. han er en personlig ven af den socialistiske italienske ministerpræsident Bettino Craxi, hvilket for den franske regering var tilstrækkelig garanti for, at han trods alt var én af deres (at Berlusconi også var medlem af den berygtede frimurerloge P2, er et ubehageligt faktum, som man imidlertid hurtigt har fundet plausible undskyldninger for).

Koncessionskontrakten mellem France 5 – som Frankrigs første private kanal hedder – og den franske stat er en drøm for enhver privat TV-station. Af forpligtelser havde kanalen praktisk talt kun én – at komme i gang med at sende inden den 20. februar – mens den nyder godt af en lang række indrømmelser fra statens side. For det første må den i modsætning til le service public og Canal Plus godt hugge programmerne i småstykker med reklamespots, for det andet forpligter staten sig til i tilfælde af, at det franske TV-landskab skulle ændre sig væsentligt (hvis f.eks. loven skulle blive lavet om eller en offentlig kanal privatiseret) at yde erstatning til France 5 for det tab, som stationen måtte lide ved den øgede konkurrence. Endelig garanterer staten, at France 5 automatisk får de samme fordele, som andre måtte opnå. Kontrakten er således en slags garanti mod enhver form for konkurrence.

France 5's aftale med det franske televæsen, TDF, er om muligt endnu mere fordelagtig. Kanalen har fortrinsret til alle de bedste sendesteder i Frankrig, og regningen til TDF er kun en tiendedel af, hvad hver af de offentlige kanaler betaler, angiveligt fordi stationen ikke fra starten dækker hele Frankrig, fordi senderne ikke dubleres med reserve-sendere, og fordi TV-seerne enkelte steder er nødt til at anskaffe en antenne mere for at kunne tage France 5. Paris er naturligvis alfa og omega for en reklamefinansieret kanal, og for at kunne nå ud til hele Paris' befolkning var France 5 nødt til at sende fra Eiffeltårnets 3. etage. Her havde le service public og Canal Plus allerede deres sendere, men Paris' borgmester, oppositionslederen Jacques Chirac, var naturligvis ikke til sinds også at give Mitterrand's kanal adgang til tårnet. Nærmest i nattens mulm og mørke fik socialisterne så gennemført en lov, der tillader TDF

at installere sendere på alle bygninger, der er højere end 100 m. Oppositionen sendte den ny lov for Forfatningsdomstolen, der forlangte visse detaljer rettet, hvorved højrefløjen opnåede en ny parlamentsbehandling, for loven kunne endelig vedtages. Det betød imidlertid ikke, at TDF's teknikere straks kunne gå i gang med at installere senderen, for pudsigt nok skulle Paris' kommune netop på det tidspunkt i gang med en gennemgribende restaurering og sikring af tårnet. Resolut sendte Mitterrand så en større politistyrke ud for at eskortere teknikerne op på tårnets top, og først den 21. januar – en måned før kanalen begyndte at sende – kom arbejdet så i gang. I en kamp, hvor hvert minut tæller, lykkedes det oppositionen at forhale projektet en måneds tid.

Mange havde frygtet, at Berlusconi ville sende amerikanske serier *en masse* (først fra og med det tredje år skal 30 pct. af programmerne være franske), men Sua Emittenza scorede et point, da han med et smørret grin kunne fortælle, at alle de amerikanske serier, han havde prøvet at få fat på, allerede var købt ... af le service public! I stedet bliver programmerne så »made in Italy« – de største succes'er fra Canale 5, Rete 4 og Italia 1 optaget i Milano på fransk for et italiensk publikum, der ikke forstår en lyd, men klapper, når de får besked på det. Sådan bliver det i bedste fald – i værste fald bliver de italienske shows blot synkroniseret til fransk. En interessant udvikling i betragtning af, at den oprindelige begrundelse for at indføre privat TV i Frankrig var, at man ville styrke fransk TV for at værne sig mod de kommende udenlandske satellit-TV-programmer. Men ingen kan stable en selvstændigt producerende TV-kanal på benene i løbet af 2 1/2 måned.

Den 20. februar indledte 5'eren sine udsendelser med et galla-show med medvirkende fra alle fløje af fransk kulturliv – fra Johnny Hallyday og Mireille Mathieu over Rudolf Nureyev til Michel Platini. Prisen for aftenens herligheder var den nette sum af 50 millioner francs, men annoncerne står allerede i kø for at købe sendetid på Berlusconi-kanalen.

Kun få dage efter 5'erens fødsel i skum og strass fik franskemændene tillige en 6. kanal, TV 6. 6'erens programmer består mest af musikvideoer, quiz'er og film for jeanspublikummet. Koncessionen på denne kanal er gået til en sammenslutning af 4 mastodonter i den franske medieverden: filmselskabet Gaumont (der ledes af Jérôme Seydoux's bror, Nicolas Seydoux), reklamebureauet og medievirksomheden Publicis (hvis stifter og øverste leder, Maurice Bleustein-Blanchet, er justitsminister Robert Badinter's svigerfar), Gilbert Gross, der er en af de absolute sværvægttere i den franske reklamebranche, samt Frankrigs svar på »The Voice«, lokalradioen NRJ, der har skabt et veritabelt lokalradionetværk, der dækker alle de største byer i Frankrig. 6'eren skal ligesom 5'eren finansieres af reklamer, og som denne må også 6'eren afbryde program-

merne med reklamespots. Derimod skal kanal 6 følge reglerne for le service public mht. visning af spillefilm. Stationen kan ikke fra starten nå ud til hele den franske befolkning – det kræver nye tekniske sendeinstallationer – men 8 millioner franskmænd i de store byer kunne 1. marts følge stationens første udsendelser.

Endelig er en 7. kanal under opsejling. Tanken med den er, at den skal være en slags europæisk kulturkanal, der til sin tid skal transmittere Wagner fra Bayreuth én aften, »Aïda« fra La Scala den næste, The Royal Shakespeare Company den følgende aften osv. – alt sammen via TDFI-satelitten (som France 5 i øvrigt også får adgang til). Indtil da ventes den syvende kanal til sommer at sende en gang imellem på de eksisterende kanaler for at give publikum og annoncører en idé om, hvad de kan vente sig. I modsætning til 5'eren og 6'eren bliver 7'eren offentlig, og den tænkes finansieret ved en blanding af licensmidlerne, reklamepenge og private sponsor-bidrag.

Med i Mitterrand's store TV-manøvrer inden valget hører tillige en privatisering af Europe 1 og TMC, idet det statslige holdingselskab SOFIRAD jo ifølge god fransk tradition vil blive invaderet af højrefløjens folk efter valget. Hvis SOFIRAD derimod sælger statens aktieposter nu, kan socialisterne få indflydelse på, hvem køberne skal være. Meget tyder på, at det kunne blive Berlusconi og Jérôme Seydoux, idet Europe 1's erfaring inden for nyhedsudsendelser vil være af stor værdi for den femte kanal, og TMC er interessant derved, at den har et perfekt sendenet i Sydfrankrig, samtidig med at den er medlem af EBU – European Broadcasting Union – hvilket giver den adgang til at modtage Eurovisionsnettets daglige transmissioner af nyhedsbilleder fra hele verden. De to periferisationer har naturligvis også andre liebhavere, men eftersom socialisterens strategi går ud på at få »vennerne« ind på alle de vigtige poster på den franske TV-scene, er Berlusconi/Seydoux's chancer nok temmelig gode.

Selv om det statslige engagement i fransk TV træder stadig mere i baggrunden, vidner de aktuelle bataljer om, at det langt fra er ensbetydende med, at TV er blevet frigjort fra den politiske magt i Frankrig. Politikerne anser øjensynlig stadigvæk TV for et uhyre magtfuldt politisk instrument, som det for alt i verden gælder om at kontrollere. Foreløbig ser det ud til, at det er lykkedes Mitterrand at nå i mål inden valget, men det er stadig uvist, hvordan fransk TV vil tage sig ud efter 16. marts, eftersom højrefløjen truer med at annullere alle kontrakter og visse tavlen ren så snart de efter alle solemerker at dømme kommer til magten. Hvorom alting er, så må man konkludere, at fransk TV's endelige frigørelse fra de politiske magthaveres klamme hænder under ingen omstændigheder er umiddelbart forestående.

Eva Jørholt (f. 1957) studerer film og fransk ved Københavns Universitet og Sorbonne.