

# «warner cable» in columbus, ohio- einde van de passieve televisie ?

karel huybrechts

## «Two way»-cable.

In de Amerikaanse kabeltelevisie-industrie is vanaf 1 december 1977 mogelijk een nieuw tijdperk aangebroken. Warner Cable Corporation heeft op haar kabelnet in Columbus, Ohio, een **tweerichtingsverkeer** geïntroduceerd. Het bestaande kabelnet, dat langs 90.000 woningen gaat, is nu uitgebreid tot 100.000 aansluitingen. In het nieuwe tweewegkabelsysteem ('two way' of 'interactive cable') hebben de abonnees de mogelijkheid een woordje mee te spreken in de televisieuitzendingen. De programmering en de mogelijke interactie tussen zender en ontvanger worden gedirigeerd en geregistreerd vanuit een centrale computer. Met behulp van een tussen kabel en televisietoestel aangebrachte **'black box'** kan de consument zijn keuze maken.

De vereiste technische uitrusting omvat een centrale computer, het computerprogramma voor individuele programma-afroep en verrekening, alsmede de randapparatuur ('black box terminal'), die ter beschikking staat van de kabelkijker. De technische apparatuur is ontwikkeld in samenwerking met de Pioneer Electronic Corporation in Tokio. Gelet op de vele miljarden dollars die daarmee uiteindelijk zullen gemoeid zijn, zal een beroep op de kapitaalmarkt noodzakelijk zijn. (1)

De 'black box' is een drukknopstelsel, waarbij de kijker zijn programma kan selecteren uit het over dertig kanalen uitgesmeerde programma-aanbod. Het globale programmapakket is uiteindelijk terug te brengen tot drie soorten programma's (off-air-, community- en premiumprogramma's).

1) Een eerste reeks van tien kanalen wordt ingezet voor het normale televisieaanbod dat ook met de gewone antenne kan gecapteerd worden. Voor deze **off-air programma's** worden door Warner buiten het kabelabonnementsgeld geen bijkomende onkosten in rekening gebracht.

2) Via een andere serie van tien kanalen worden de lokale programma's (**community programs**) verstuurd. Deze producten worden door de kabelexploitant klaargestoomd in een speciaal voor dit experiment opgetrokken studio.

3) De resterende tien kanalen worden voorbehouden voor de betaalprogramma's (**premium of pay programs**), waarbij quasi-uitsluitend wordt gespeeld op de filmbehoefte van de consument.

Het selecteren van de onder 2 en 3 genoemde te betalen programma's wordt door de centrale computer automatisch geregistreerd en verrekend. Voor deze munttelevisieprogramma's is een sleutelsysteem uitgedacht waarbij door het wegnemen van de sleutel niet langer een betaalprogramma kan aangevraagd worden. Het inbouwen van dergelijk blokkeringsmechanisme wil voorkomen dat kinderen bij afwezigheid van hun ouders de kabeltelevisierekening onverantwoord hoog zouden doen oplopen.

Tot zover is er in vergelijking met vroegere experimenten geen wezenlijk verschil merkbaar. Het innoverende van het Warnersysteem zit hem echter in de toevoeging van vijf **'response'-toetsen**. Met behulp van dit feedbacksysteem wordt een tweerichtingscommunicatie

mogelijk tussen zender en ontvanger. De responsetoetsen fungeren als signalen die een tweerichtingsverkeer mogelijk maken bij de premium- en communitykanalen.

Aanvankelijk zal Warner haar geïnvesteerd kapitaal vooral trachten te recupereren door het verdisconteren van de betaalprogramma's, die via de 'per-program' of 'per-view'-kanalen worden verstuurd. Om een ontspannende bioscoopfilm of een belangrijke sportgebeurtenis in de huiskamer te krijgen, zal de televisiekijker een bedrag betalen dat naargelang de kwantiteit en de kwaliteit van het aangevraagde product varieert tussen 1 en 3,5 dollar. (2)

## Kabeltelevisie in de V.S.

Zulke vormen van dienstverlening zijn voor de Amerikaanse kabelindustrie echter niet nieuw. Voor een beter begrip van de eerdere 'pay cable'-experimenten is een beknopt overzicht van de kabelindustrie in de V.S. aangewezen, te meer daar de Amerikaanse kabeltelevisiestructuur niet direct vergelijkbaar is met ons bestaand systeem.

De groei van kabeltelevisie, CATV (Community Antenna Television), is feitelijk begonnen op het ogenblik dat de Federal Communications Commission (FCC), het regeringsorgaan belast met mediazaken, haar fiat gaf om, onder bepaalde voorwaarden, niet ter plaatse te ontvangen televisieprogramma's uit verderaf gelegen gebieden te importeren. Hierdoor werd het aangeboden programmapakket aanzienlijk groter en steeg het aantal kabelnetten tot bijna

3.600. In 1976 ontvangt ongeveer 20 % van de televisiehuishoudingen in de V.S. het beeld via kabel. (3)

De versnelde ontwikkeling van de laatste jaren wordt vooral veroorzaakt door het integreren van kabeltelevisienetten in de stedelijke gebieden. Aanvankelijk was de bekabeling uitsluitend een rurale aangelegenheid, omdat de kijker in de grootstad niet geïnteresseerd was in een kabel-aansluiting, aangezien ter plaatse reeds meerdere televisiestations konden worden ontvangen.

De exploitanten van het gemeenschappelijk antennetelevisiesysteem hebben na enige tijd een nevenindustrie ontwikkeld, die erg goed in de markt schijnt te liggen.

**Pay cable** is de benaming die in de V.S. gegeven wordt aan het systeem waardoor programma's via een afzonderlijk kanaal van de kabel geleverd worden, waarvoor de ontvanger afzonderlijk, naast het kabelabonnement moet betalen. Het pay cable-systeem dient onderscheiden te worden van de **pay TV** of **subscription television** (d.w.z. het

tegen betaling ontvangen van etherprogramma's uitgezonden door televisiestations) (4).

De belangstelling van de kabelkijker voor programma's die niet ingekort en zonder publiciteitsonderbreking worden aangeboden, blijkt erg groot te zijn. Eind 1975 waren 525.000 Amerikaanse gezinnen geabonneerd op het pay cablekanaal; één jaar later zijn reeds 1,6 miljoen gezinnen gewonnen voor de munttelevisieprogramma's. (5)

Tussen de kabelexploitanten enerzijds en de FCC en omroepen anderzijds heeft zich de laatste jaren een grote strijd afgespeeld omtrent de regeling van het soort programma's dat via pay cable mag worden vertoond. De FCC en de omroepindustrie wensen de uitgevaardigde programmabeperkingen voor het pay cable-systeem te handhaven. Door het wegnemen van de programmaresticties zou naar hun oordeel de sociaal-culturele functie van de omroep op een onverantwoorde wijze door de munttelevisie verdrongen worden. De gerechtelijke en overheidsinstanties

zullen echter deze -uitsluitend door commerciële overwegingen ingegeven- verdedigingsreflex van de omroepindustrie niet bijtreden. Zij zijn ervan uitgegaan dat de kabeltelevisie en vooral het pay cable-systeem belangrijke instrumenten zijn om de oligarchie van de drie nationale televisieomroepen te doorbreken en op die manier de concurrentie te stimuleren.

Een stafid van de antitrustafdeling van het ministerie van justitie heeft het standpunt van de overheid hieromtrent als volgt omschreven:

«...Television programming is now concentrated in too few sources-the three national networks-and ... the media are generally too concentrated at the local level. Cable television, however, offers a means of reducing this concentration if it is released from its present confining regulations and is allowed to compete more freely with the powerful, concentrated, and profitable television industry, whose interests these regulations seem to serve». (6)

Th. Guback is echter een totaal andere mening toegedaan. Het feit dat de ka-

(ADVERTENTIE)



Brussel: verkeerswisselaars Reyers  
(autoweg Brussel-Luik).

## Beter licht voor beter leven.

Research en produktontwikkeling hebben bij Philips altijd centraal gestaan. Want verlichten zonder méér is niet voldoende. Doelmatig verlichten, daar komt 't op aan. Zo moet het licht voor een gezelligere woonsfeer zorgen. Onze wegen veiliger maken. Of afgestemd zijn op de eisen van de wetenschap. Onlangs heeft Philips weer een nieuwe serie verlichtings-toestellen uitgebracht. Toestellen die minder stroom verbruiken en beter op hun taak berekend zijn. U ziet het: ook op dit gebied streeft Philips ernaar de kwaliteit van ons leven te verhogen.

Licht maakt onze wegen veiliger.

# PHILIPS

Europa's grootste lichtfabrikant

beexploitant binnen zijn territorium een **absolute exclusiviteit** verwerft creëert meteen een monopolistische markt-structuur. Een programma-aanbod, dat over meerdere kanalen wordt uitgesmeerd, doet geen afbreuk aan de territoriale exclusiviteitsrechten van de kabelmaatschappij. Bovendien deze inherente monopoliestructuur zorgen de kabelbelanghebbenden ervoor dat door een **toenemende eigendomsconcentratie** de nationale markt gedomineerd en geëxploiteerd wordt door de meest kapitaalkrachtigen.

39 % van het totale Amerikaanse kabelabonneebestand wordt bevoorrad door de 10 grootste kabelexploitanten van de V.S. ; de daaropvolgende 41 kabelmaatschappijen moeten zich tevreden stellen met 27 % van de Amerikaanse kabelkijkers.

Een nog sterkere concentratiegraad is aanwezig bij de kabelmaatschappijen die het pay cable-systeem exploiteren. 25 % van de Amerikaanse gezinnen die een pay cable-abonnement bezitten, worden bevoorrad door de grootste kabelexploitant van de V.S., Teleprompter Corporation.

Een absolute monopoliepositie bezitten de maatschappijen die de pay cable-exploitanten voorzien van de nodige programma's. De drie belangrijkste programmaleveranciers, Home Box Office (HBO), Telemation Program Service en Optical Systems'Channel 100, distribueren samen 92 % van het globale pay cable-pakket. (7)

Bij de exploitatie van pay cable is de meest voorkomende procedure dat de kabelexploitant een kanaal verhuurt aan een afzonderlijke programma-exploitant. Deze verricht de noodzakelijke investeringen in videospelers en converters, werft abonnees, zorgt voor de programmalevering en voert de abonnee-administratie. Gewoonlijk ontvangt de netexploitant 10 % van de bruto-inkomsten van het betaalde kanaal.

In de praktijk is de methode van de volledige zelfverzorging van het pay cablekanaal beperkt gebleven tot enkele multi-kabelexploitanten (o.a. Warner). Wel komt het nog voor dat de kabelexploitant zelf de exploitatie verzorgt, doch voor de programmatoelevering een contract sluit met een onderneming voor kabelprogramma's. (8)

Het wegnemen van de bestaande belemmeringen zou volgens justitie niet alleen de monopolievorming tegengaan, maar zou eveneens een belangrijke stimulans zijn voor het produceren van programma's voor minderheidsgroepen. («Cable systems...possess the potential of providing a substantial amount of minority-taste programming»). (9)

Hierbij is er blijkbaar niet aan gedacht dat het exploiteren van de kabeltelevisie een pure commerciële aangelegenheid is. Slechts 2 % van de kabelexploitatie is in handen van openbare besturen of van instellingen zonder winstoogmerk. (10) Het beleid wordt hierbij bepaald door de economische wet van de maximale winst.

Voorlopig wordt alle aandacht van de Amerikaanse overheid toegespitst op de controverse tussen kabeltelevisie en commerciële omroep. Guback is er echter van overtuigd dat vooral de bioscoopsector het grote slachtoffer dreigt te worden van de kabeltelevisie. Enerzijds is de filmindustrie nagenoeg volledig in handen van enkele kapitaalkrachtige, multi-mediale ondernemingen (de 'major companies'), die uitsluitend gedreven worden door commerciële overwegingen. Anderzijds is de toenemende expansie van de pay cable voornamelijk verklaarbaar door een programma-aanbod dat voor een groot deel is samengesteld uit attractieve Hollywoodprodukten. De sterke eigendomsconcentratie van de kabelmaatschappijen biedt hen de mogelijkheid als onbereikbare concurrenten voor de filmuitbaters op de markt te verschijnen. Zonder doeltreffende aanpak van de overheid zal volgens Guback deze ongelijke concurrentiestrijd voor vele bioscopen de financiële ondergang betekenen. (11)

#### Vroegere pay cable-experimenten.

Het Warner-experiment in Columbus wordt door alle kabelbelanghebbenden met grote aandacht gevolgd. Bij vorige experimenten is men immers nooit gekomen tot een rechtstreekse communicatie tussen zender en ontvanger via een centrale computer. Eventuele feedback van de ontvanger was enkel mogelijk via de telefoonlijn.

Sedert 1972 heeft één van de drie kabelexploitanten in Columbus, Coax Cable, op zijn kabelnet vier betaalprogrammakanalen geïntroduceerd. 20 % van de 25.000 abonnees van het Coaxkabelnet heeft interesse voor het pay cable-systeem (**Telecinema**) van hun kabelmaatschappij. Zoals bij het Warner-experiment kan de kabelkijker via een druktoetsstelsysteem afstemmen op één van de vier pay cablekanalen. Zodra de consument zijn keuze gemaakt heeft, wordt de afrekening onmiddellijk geregistreerd via de centrale computer. Kinderprogramma's kunnen bekeken worden mits het betalen van 0,5 dollar. Om een bioscoopfilm in de huiskamer te krijgen betaalt de kabelkijker 3,5 dollar. (12)

Met de afrekeningen van de computer schijnt er nochtans iets mis te lopen. De exploitanten van het Telecinemasysteem ontvangen van hun abonnees regelmatig terugbetalingsvorderingen voor in rekening gebrachte programma's die zij niet zouden aangevraagd hebben.

In Allentown, Pennsylvania, kent een soortgelijk munttelevisie-experiment blijkbaar meer succes. Het **Twin County Cablesysteem**, dat vanaf oktober 1975 wordt uitgetest, functioneert anders dan het Telecinemaproject. De kabelexploitant heeft op zijn net drie betaalprogrammakanalen ingeschakeld. Voor de programma's van één van deze kanalen betaalt de kabelkijker maandelijks een bijkomend forfaitair bedrag.

Het selecteren van een programma op de andere kanalen wordt automatisch verrekend door de centrale computer. De consument is echter niet in het bezit van een drukknopsysteem om zijn keuze te maken, maar hij dient de programma's schriftelijk of telefonisch aan te vragen bij de kabelexploitant. Pas dan treedt het ingebouwde computersysteem in werking. Alhoewel de omslachtigheid van deze procedure sommige consumenten ervan weerhoudt het pay cable-systeem te gebruiken, worden - in tegenstelling met andere experimenten - eventuele afrekeningscomplicaties tot een minimum gereduceerd, waardoor het Twin County Cablesysteem uiteindelijk een onverhoopt succes kent. Niet minder dan 75 % van de 80.000 aangesloten kabelgezinnen is eveneens geabonneerd op de betaalprogrammakanalen. (13)

## 'Talk back' - mogelijkheden met het Warner-systeem.

Bij voorgaande experimenten is geen actieve participatie van de kijker mogelijk. In het Warner-systeem krijgt de consument door de aanwezigheid van vijf 'response'-toetsen de kans een woordje mee te spreken in de televisieuitzendingen. Het 'talk back'-systeem is van toepassing op de kanalen

van de premium en de community-programma's. Vooral bij de **community programs**, die door Warner nagenoeg volledig zelf geproduceerd worden, zal de kabelkijker uitgenodigd worden om mee de show te versieren. De aangesloten kabelgezinnen zullen regelmatig via de 'response'-toetsen kunnen participeren aan door plaatselijke firma's opgezette mini-enquêtes of aan quiz- en spelprogramma's van uiteenlopend al-

looi, waarbij de gelukkige winnaars met het klassieke prijzenpakket worden overstelt.

Momenteel wordt er door Warner druk gezocht naar de mogelijkheid om de aangesloten gezinnen nog meer volksvermaak te bieden door het ene gezin of de ene buurt in allerlei spelprogramma's uit te spelen tegenover de andere. («One part of town could challenge another, or schools could compete») (14)

Het Warner-systeem is zelfs zo geraffineerd dat de abonnees, die het wensen, via de centrale computer automatisch gealarmeerd worden bij brand- of diefstalgevaar.

(ADVERTENTIE)

verschijnt  
6 keer per jaar

opgericht  
1972



### DOEL

het publiceren van wetenschappelijke informatie over het vakgebied massacommunicatie voor wetenschappers en praktijkmensen.

### INHOUD

#### artikelen

bijdragen over theorie, onderzoek en beleid

#### onderzoeksverslagen

korte weergave van lopend en recent afgesloten onderzoek

#### kroniek

verslagen van nationale en internationale bijeenkomsten en gebeurtenissen

#### boekbesprekingen

kritische bespreking en korte signalering van nederlandse en buitenlandse literatuur

Nieuwe abonnees kunnen zich opgeven bij Drukkerij H. Gianotten B.V. Bredaseweg 61, Tilburg, Nederland. Gewone abonnees (B.frs. 515) vermelden : naam, adres, woonplaats. Studentenabonnees (B.frs. 315) vermelden : naam, adres, woonplaats, universiteit en collegekaartnummer. Betaling geschiedt d.m.v. een acceptgirokaart die abonnees krijgen toegezonden van de firma Gianotten.

Hiermee wordt de verklaring van de Warner Corporation-directie, enkele maanden voordat het nieuwe systeem in werking treedt,- «We are entering the era of participatory, as opposed tot passive, television»- dan ook ten volle bewaarheid.

Het introduceren van dit tweerichtingsverkeer heeft de Warnermaatschappij miljoenen dollars gekost. Hierbij kan men zich terecht afvragen of zulke fabelachtige investeringen kaderen in het commercieel beleid van deze profijitgerichte onderneming. Het is zonder meer duidelijk dat het introduceren van tweerichtingscommunicatie door Warner vooral bedoeld is als een **lokmiddel** om andere, winstophbrengende doelstellingen te kunnen realiseren.

Vooreerst worden de kabelmaatschappijen, die het pay cable-systeem exploiteren, reeds enige jaren geconfronteerd met een tekort aan programmamateriaal. Het aanbod aan betaalprogramma's is enerzijds voor het grootste deel samengesteld uit (hoofdzakelijk nieuwe) bioscoopfilms. Anderzijds is het productiebeleid van Hollywood er de laatste jaren op gericht het jaarlijks produktievolume kwantitatief sterk te reduceren, waarbij alle heil verwacht wordt van enkele, meestal erg dure superhits.

De Warner Cable Corporation zal veel minder dan andere kabelmaatschappijen getroffen worden door een verminderd filmproduktievolume.

Warner Cable is immers een afdeling van het multi-mediale concern «**Warner Communications Inc.**». (15) Via haar twee filialen «Warner Brothers Films» en «Warner Brothers Television» produceert deze maatschappij haar eigen

bioscoop- en televisiefilms, waardoor haar kabeltelevisieafdeling zonder veel moeilijkheden over een voldoende film-aanbod kan beschikken.

De Warnermaatschappij is niet alleen sterk vertegenwoordigd in de film- en televisie-industrie, maar heeft eveneens op andere mediadomeinen belangen te verdedigen. Binnen de Amerikaanse uitgeverwereld heeft het concern zich via «Warner Books» en «Warner Paperback Library» weten te integreren.

«Warner Brothers Records» zou samen met twee door haar opgekochte platenfabrikanten (Electra en Atlantic) aan de top staan van de platenproductie in de V.S. (16)

Het tweewegkabelexperiment in Columbus is door Warner vooral uitgedacht als een mogelijk interessante verkoopstechniek voor haar veelsoortige mediaproducten. Het bestellen van boeken of platen van het Warnerconcern kan door het indrukken van één der 'response'-toetsen meteen geregeld worden, waarbij het te betalen bedrag door de computer op de pay cable-rekening van de abonnee wordt ingeschreven. Enerzijds gaat Warner hierdoor minder aandacht en kapitaal besteden aan de bestaande verkoopkanalen (bestellingen per post, promotie via dag- en weekbladen); anderzijds hoopt men dat de nieuwe verkoopstechniek de kooplust van de consument zal aanwakkeren.

Om de mogelijkheden van dit nieuwe verkoopkanaal optimaal uit te testen, werd doelbewust de regio van Columbus als experimentgebied uitgekozen. De plaatselijke bevolking is door de aanwezigheid van het Telecinema-pay cable-systeem reeds jaren vertrouwd met het verschijnsel van de kabeltelevisie, waardoor zij waarschijnlijk vlugger aan het meer gesofisticeerd Warnerexperiment zal participeren. Bovendien is Columbus omwille van zijn demografische samenstelling door de Amerikaanse marktonderzoekers in de voorbije decennia reeds meerdere malen met succes als testgebied voor nieuwe producten gebruikt.

#### **Besluit : Mediademocratie ?**

Betekent het 'interactive cable' -experiment in Columbus het begin van een ware mediademocratie ?

Tot nu toe wordt de situatie op het gebied van de massamedia - in het bijzonder de televisie - vooral gekenmerkt door een passief, 'consumptief' gebruik. Een aantal wetenschappers hebben in het verleden gepleit voor een deprofessionalisering en voor een tweerichtingsverkeer van de media.

Groombridge is van oordeel dat informeren op het ogenblik frustreren betekent. Shows op de televisie houden de aandacht af van het belangrijke nieuws, en van het nieuws wordt een show gemaakt. De televisie stimuleert volgens deze auteur eerder het proces van de politisering, dan dat zij bijdraagt tot een politiek leerproces. (17)

Ook Enzensberger is een gekend voorstander van het 'tweerichtingsverkeer'. De auteur ziet alle heil in een emanciperend gebruik van de media, dat mogelijk wordt gemaakt door gedecentraliseerde programmatie, een collectieve programmaproductie door organisatie van de ontvangers-zenders. De controle van eigenaars of bureaucraten moet worden vervangen door een maatschappelijke controle van de zelfgevoerde ontvangers-zendersorganisaties. (18) Zender en ontvanger moeten, principieel gelijkwaardig worden en voortdurend van rol kunnen verwisselen. Momenteel is er van een dynamisch rollenspel nog geen sprake. De uitzendingen blijven in handen van enkelen, die niet geneigd zijn hun positieve prijs te geven. Aan de participatiebehoefte wordt nu schijnbaar tegemoetgekomen door het publiek te betrekken bij allerlei radio- en televisiespelletjes. Enzensberger is er echter van overtuigd dat het huidige functioneren van de omroep de communicatie eerder afremt dan wel stimuleert.

De 'talk back'-mogelijkheden van de Warner Cable Corporation blijken uiteindelijk enkel als alibi te fungeren voor een geraffineerd, ééndimensioneel televisiesysteem. Het participeren aan diverse quiz- en spelprogramma's is wel een reële vorm van tweerichtingscommunicatie, die echter uitsluitend bedoeld is om via het nieuwe kabelverkoopkanaal meer koopwaar van het Warnerimperium te kunnen verhandelen. Indien het experiment in Columbus zou resulteren in hogere verkoopscijfers, heeft Warner Communications Inc. meteen de weg vrij om de

nieuwe verkoopstrategie te introduceren binnen haar 138 kabelnetten, die over 29 staten verspreid zijn en waarbij ongeveer 560.000 Amerikaanse televisiegezinnen betrokken zijn. (19)

Evenzeer als andere industriële ondernemingen, wordt ook de media-industrie uitsluitend gedirigeerd en gedreven door de economische wet van de maximale winst.

Aan de reële behoeften van het publiek wordt enkel tegemoetgekomen op het ogenblik dat mediademocratie economisch rendabel wordt.

(1) Volgens Variety heeft Warner voor het onderzoek en de ontwikkeling van dit project in de voorbije drie jaar reeds 10 miljoen dollar geïnvesteerd, *Variety*, vol. 290, n°2, 15 februari 1978, blz. 58.

(2) *Variety*, vol. 289, n°7, 21 december 1977, blz. 45

(3) DAVIDS, H., *Kabel in de U.S.A.*, in *Kabelvisie*, N°5, mei 1977, blz. 169

(4) *Ibid.*, blz. 171

(5) GUBACK, T., *The impact of pay-cable on motion picture theatres*, The University of Illinois, Urbana, 1976, blz. 11

(6) *Communications-Pay Cable Television Industry*, Hearings before the Subcommittee on Antitrust & Monopoly of the Committee on the Judiciary, United States Senate, 94th Congress, 1st Session, mei-juli 1975, blz. 281.

(7) GUBACK, T., *op.cit.*, blz. 18-19.

(8) DAVIDS, H., *op.cit.*, blz. 171

(9) GUBACK, T., *op.cit.*, blz. 14

(10) BAER, W., *Les récents développements de la télédistribution aux Etats-Unis*, in *Communications*, n°21, 1974, blz. 157.

(11) Het is niet uitzonderlijk dat een zelfde film én in de bioscopen én via de kanalen van de plaatselijke kabelmaatschappij tegelijk vertoond wordt.

(12) MONACO, J., *Talking back to your television set*, in *American Film, Journal of the Film and Television Arts*, Vol. 2, N°7, mei 1977, blz. 58-59

(13) *Neue Zürcher Zeitung*, 28 juli 1977, blz. 24

(14) MONACO, J., *op.cit.*, blz. 59

(15) Volgens Variety heeft Warner Communications Inc. in 1977 een recordwinst geboekt van 70.766.000 dollar, hetgeen een stijging inhoudt van 16 % vergeleken bij 1976, *Variety*, vol. 290, n°3, 22 februari 1978, blz. 3

(16) In 1976 bedroeg de omzet van dit platenconcern 406, 1 miljoen dollar, *Neue Zürcher Zeitung*, 28 juli 1977, blz. 24

(17) GROOMBRIDGE, B., *Television and the people; a programme for democratic participation*, Harmondsworth, Penguin Books, 1972, 254 blz.

(18) ENZENSBERGER, H., *Bouwdoos voor de theorie van de massamedia*; Katernen 2000', Wolters-Noordhoff, Groningen, 1970 blz. 12

(19) *Neue Zürcher Zeitung*, 28 juli 1977, blz. 24