

УДК 621.397.27

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/77-2-22>

Микола МАНДЗЯК,
orcid.org/0009-0002-7416-8810
аспірант кафедри кіно- і телемистецтва
Київського університету культури
(Київ, Україна) oksana_oliinyk@ukr.net

ІНТЕРАКТИВНЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ: ІСТОРІЯ КОНЦЕПТА ТА РЕФЛЕКСІЇ У РАМКАХ ЗАРУБІЖНОГО ДИСКУРСУ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТ.

У ХХІ ст. розробка систем інтерактивного телебачення відбувається одночасно за кількома напрямками, а розроблені технології передбачають різну ступінь інтерактивності, серед яких «відео на вимогу» (video-on-demand), «майже відео на вимогу» (near-video-on-demand), «тимчасовий зсув» (timeshifting), або «персоналізоване телебачення» (personalized TV), а також «індивідуальне телебачення» (individualized television). Про це дуже багато та активно пишуть вчені з суміжних галузей. Проте малодослідженим у рамках українського мистецтвознавчого дискурсу залишаються питання генези ідеї та концепту інтерактивного телебачення, його впливу на глядача та масову культуру, що піднімалися та активно дискутувалися у західному дискурсі другої половини ХХ ст. З огляду на це, метою статті є аналіз окремих аспектів історії концепту інтерактивного телебачення та огляд рефлексій у рамках зарубіжного дискурсу окресленого періоду, пов'язаних з осмисленням його як виду аудіовізуального мистецтва та важливого сегменту телеіндустрії, що вплинув на медіакультуру. Розглянуто концепції інтерактивного телебачення як засобу двостороннього зв'язку та як інтерфейсу бази даних, які, разом з ідеєю телебачення як ЗМІ, що транслює інтерактивні наративи, є конкуруючі уявлення про інтерактивне телебачення у західному науковому дискурсі. Стверджується, що ці конкуруючі поняття інтерактивного телебачення не змогли відповісти на застереги ранніх критиків і навіть надихнули нові страхи, безперервна боротьба за значення та цінність інтерактивного телебачення відображає динаміку медіа-паніки в західному науковому дискурсі, оскільки нові медіа-технології часто обіцяють вирішити проблеми минулого, разом з тим, провокують нові страхи перед майбутнім.

Ключові слова: аудіовізуальне мистецтво, інтерактивне телебачення, соціальна інтеракція, двостороння комунікація, медіа-паніка, інтерактивна телевізійна послуга.

Mykola MANDYAK,
orcid.org/0009-0002-7416-8810
Graduate student at the Department of Film and Television Arts
Kyiv University of Culture
(Kyiv, Ukraine) oksana_oliinyk@ukr.net

INTERACTIVE TELEVISION: THE HISTORY OF THE CONCEPT AND REFLECTION WITHIN THE FRAMEWORK OF FOREIGN DISCOURSE OF THE SECOND HALF OF THE 20TH CENTURY

In the 21 century, the development of interactive television is going simultaneously in several directions, but the developed technologies predict the different levels of interaction among which "video-on-demand", "near-video-on-demand", "timeshifting", or "personalized TV", and also "individualized television". The scientists from the related fields write too much and active. However, the questions of the genesis of the idea and concept of interactive television, its impact on the viewer and mass culture, which were raised and actively discussed in the Western discourse of the second half of the 20th century, remain understudied within the framework of the Ukrainian art history discourse. In view of this, the purpose of the article is the analysis of certain aspects of the history of the concept of interactive television and the review of reflections within the framework of the foreign discourse of the outlined period, related to the understanding of it as a form of audiovisual art and an important segment of the TV-industry that influenced media culture. The concepts of interactive television as a means of two-way communication and as a database interface are considered, which, together with the idea of television as a medium that broadcasts interactive narratives, are competing ideas about interactive television in Western scientific discourse. It is confirmed that these competing notions of interactive television have failed to address the concerns of early critics and have even inspired new fears, and that the ongoing struggle over the meaning and value of interactive television reflects the dynamics of media-panic in Western academic discourse, as new media technologies often promise to solve the problems of the past while provoking new fears of the future.

Key words: audio-visual art, interactive television, social interaction, two-way communication, media-panic, interactive television service.

Постановка проблеми. Наприкінці 40-х рр. ХХ ст. американських критиків і медіаекспертів все більше турбував зростаючий негативний вплив телебачення (далі в тексті – ТБ), попри те, що у США на той час було лише приблизно 44 000 телевізорів. У 1949 р. у журналі «Reader's Digest» зазначалося, що «з телевізором розмов не набагато більше, ніж під час поховання», а «New York Times» передбачав, що «ТБ схилитиме американську громадськість відмовитися від активної участі в подіях на користь індолентного задоволення від споглядання їх» (Gould, 1949). Ці страхи підсилювали різні соціологічні теорії, які також наголошували на пасивному характері перегляду ТБ. Наприклад, Т. Адорно стверджував, що ТБ має тенденцію активізувати «автоматизовані реакції та послаблювати сили індивідуального опору» (Adorno, 1954, 216), а К. Райт Міллс аналогічно вважав, що глядачі «безпорадно відкриті для пропозиції та маніпуляцій» (Mills, 1963, 159) телевізійних продюсерів. Отже, винайдення ТБ майже відразу викликало паніку в ЗМІ, оскільки часто сприймалося як обмеження свободи особистості та участі громадськості (К. Дротнер (Drotner, 1992, 43) навіть запровадила термін «медіа-паніка» (“media panic”), щоб описати, як нові медіа-технології часто сприймаються в якості соціальних, психологічних чи моральних загроз).

ТБ сприймалося як обмеження участі насамперед тому, що воно задумане як односторонній канал трансляції інформації. Вчені Д. Гортон і Р. Річард Вол стверджували, що ТБ ізолює і відчужує глядачів, замінюючи справжню соціальну інтеракцію на «пара-соціальну інтеракцію», яку вони описали як «односторонню, недіалектичну, контрольовану з боку виконавця і не схильний до спільного розвитку» (Horton & Wohl, 1956, 217). Г. Андерс так само зазначив, що телевізори «говорять замість нас» і таким чином «позбавляють нас здатності говорити... і, нарешті, навіть нашого задоволення від самовираження» (Anders, 1956, 18). Отже, критики з усього ідеологічного спектру погоджувалися, що негативні наслідки ТБ насамперед пов'язані з одновекторним характером мовлення, а деякі стверджували, що цю проблему можна вирішити лише шляхом оптимізації двостороннього зв'язку. Так, Г. М. Енценсбергер стверджував, що сучасна форма ТБ «занадто обтяжена авторитарними характеристиками», але «ці застарілі елементи... не впливають зі структури медіа», яка «вимагає інтеракції» (Enzensberger, 1970, 33). Хоча були і протилежні думки, як-от, Р. Вільямс наголошував, що ТБ здатне забезпечити «комунікацію та обмін інформацією в масштабах,

які ще недавно здавалися б утопічними», що сприятиме «демократії участі» (Williams, 1974, 151).

З огляду на вищезазначене, інтерактивність є важливою константою та аргументом у боротьбі з тезою про поглиблення пасивності глядачів, думки й патерни сприйняття яких формуються продюсерами. Щоб подолати цей страх, інтерактивність потрібно розуміти як комунікацію, відповідно, інтерактивне ТБ більше сприяє зростанню громадянської активності та не сповільнює соціальну взаємодію. Концепція інтерактивного ТБ також була розроблена, щоб кинути виклик корпоративному контролю над ТБ, даючи змогу глядачам критикувати програмний контент і створювати свій, що перетворить їх з пасивних рецепієнтів на активних «просьюмерів» (цікаво, що саме Е. Тоффлер ввів термін «prosumer» для опису нового типу активного споживача, тоді як А. Брунс впровадив термін «producer» для аналізу конвергенції виробників і користувачів в інтерактивних медіа-середовищах). У такому ключі інтерактивне ТБ залишається актуальним предметом студій культурологів, мистецтвознавців і фахівців з аудіовізуального виробництва.

Аналіз досліджень. Інтерес до інтерактивного ТБ у західному науковому світі особливо пожвавився у другій половині ХХ ст. і в цьому ключі необхідно відзначити роботи Дж. Янгблада (Youngblood, 1970), Д. Росса (Ross, 1975), Дж. Балларда (Ballard's, 1982), Ф. Вільямса та ін. (Williams et al., 1988), Н. Гутізінга (Hutheising, 1993), Дж. Строммер-Геллі (Strommer-Galley, 2000) та ін. Дослідники намагаються проаналізувати інтерактивне ТБ як засіб двосторонньої комунікації з різних сторін, виокремлюючи, як можливі ризики та виклики, прямо пов'язані з впливом на аудиторію, так і позитивні аспекти, коли інтерактивне ТБ постає вагомим чинником становлення і розвитку інтернет-ТБ у 1990-х рр. Серед більш новітніх зарубіжних досліджень хотілося б відзначити праці Е. Еннса (Enns, 2021), в якій автор, аналізуючи історико-критичні аспекти становлення інтер-активного ТБ, зазначає, що відновлення інтересу до нього вимагає переоцінки та переоцінки його складної історії; Р. Олівейри, Х. Феррас де Абреу та А. Маргаріда Алмейда (Oliveira, Ferraz de Abreu & Almeida, 2022), що присвячена моделі аудіовізуального перекладу для користувачів інтерактивного телебачення (iTV) із вадами зору; Ю. Артїкової (Artikova, 2022) про унікальність жанрів програм інтерактивного ТБ та ін.

Основною метою статті є аналіз окремих аспектів історії концепту інтерактивного ТБ й огляд рефлексій у рамках зарубіжного дискурсу

другої половини ХХ ст., пов'язаних з осмисленням інтерактивного ТБ як виду аудіо-візуального мистецтва та важливого сегменту телеіндустрії.

Виклад основного матеріалу. Ідея ТБ як засобу двосторонньої комунікації фактично виникла ще до винаходу самого ТБ. В. Гант (Hunt, 2014, 58) зазначає, приміром, що винахід телефону надихнув на створення таких прикладів, як «телескоп», «телефоноскоп», «кінотелефотограф» і «телефот». Х. Е. Гернсбек наголошував, що інтерактивність має бути невід'ємною рисою всіх телевізійних систем, адже телевізори «мають бути реверсивними, тобто кожен інструмент повинен не лише приймати, а також передавати» (Gernsback, 1909, 403).

Раннє уявлення про ТБ як засіб двосторонньої комунікації не обов'язково сприймалося як позитивне, оскільки деякі автори також припускали, що воно може використовуватися в маніпулятивних цілях. Так, роман Дж. Орвелла «1984» змальовує антиутопічне майбутнє, де кожен будинок обладнаний телевізором, який здатний як передавати, так і приймати аудіовізуальну інформацію, а сам автор, виходячи зі змісту твору, сприймав ТБ як інструмент пропаганди та стеження, продемонстрував, як інтерактивність може потенційно посилити, а не кинути виклик пасивному сприйняттю глядача.

Попри застереження Орвелла, митці часто пропагували використання ТБ як засобу двосторонньої комунікації, який дозволяв би користувачам мати більше контролю над контентом програми. Так, «Participation TV» Нама Джун Пайка (1963–1966) була інтерактивною телевізійною інсталяцією, що відображала пучки рядків, які ширилися, утворюючи різні візерунки, коли хтось говорив у мікрофон. У пізніших версіях телевізор також був підключений до камери, яка записувала зображення аудиторії, які потім проектувалися на екран. Тому, на відміну від Орвелла, Пайк сприймав інтерактивне ТБ як засіб творчої співпраці, а не як державний нагляд, і навіть стверджував те, що «найкращий спосіб захиститися від світу Орвелла – зробити цей засіб інтерактивним, щоб він міг відображати дух демократії, а не диктатури» (Lovejoy, 1989, 237). Експериментальна відео-мистецька програма Аллена Кепроу «Hello» (1969) уможливила інтерактивність, з'єднавши чотири віддалені місця через мережу замкненого ТБ. Дж. Янгблад пояснює: «Капроу виконував функції “режисера” в диспетчерській студії. Якби хтось в аеропорту розмовляв з кимось з Массачусетського технологічного інституту, то картина могла б раптово змінитися, і людина розмовляла

б з лікарями в лікарні» (Youngblood, 1970, 343). Д. Девіс також створив серію творів, які досліджували альтернативне використання ТБ як засобу двосторонньої комунікації, наприклад, «Electronic Hokkadim» (1971), тридцяти хвилинна пряма трансляція, яка запрошувала глядачів до участі, зателефонувавши на станцію, де візерунки хвиль їх голосів змінювали зображення на екрані. Як і Енценсбергер, він також зазначив, що «рішення виробляти радіоприймачі лише як приймачі було політичним рішенням, а не економічним», і «те саме стосується ТБ; це свідоме (і підсвідоме) рішення, яке робить його одностороннім» (Ross, 1975). Так, ці митці пропагували бачення ТБ як засобу двосторонньої комунікації, що дозволить глядачам мати більше контролю над програмним контентом, хоч і за посередництва самих митців.

Ідея ТБ як засобу двосторонньої комунікації була основою оповідання Дж. Г. Балларда «Відділення інтенсивної терапії», у якому всі соціальні взаємодії опосередковуються ТБ, включаючи навчання, роботу, шлюб і виховання дітей. Враховуючи те, що оповідач ніколи фізично не торкався своєї дружини та дітей, наприклад, він наполягає, що інтимність можлива лише через екран: «Тільки на відстані можна знайти справжню близькість до іншої людини, яка з благодаттю може перетворитися на любов» (Ballard's, 1982, 204). Отже, ТБ створює відчуття близькості, гальмуючи, а не сприяючи справжній соціальній взаємодії, як це розуміє та пояснює Дж. Маркер: «Вауеристська дистанція, яку забезпечує телевізійне посередництво, фундаментально змінює людське спілкування від взаємодії між людьми до обміну між зображенням і глядачем. Люди більше не взаємодіють один з одним, а сприймають голос і візуальні образи один одного» (Marker, 2011, 341). Історія Балларда показує, як інтерактивне ТБ може замінити соціальну взаємодію на «парасоціальну», коли глядачі трансформуються на програми, які пасивно споживають інші глядачі.

Ідея ТБ як засобу двосторонньої комунікації залишалася впливовою до кінця століття. Так, Ф. Вільямс та ін. визначали інтерактивність як «ступінь, до якої учасники комунікаційного процесу мають контроль над своїм взаємним дискурсом і можуть обмінюватися ролями в ньому» (Williams et al., 1988, 10). М. Л. Дефлер і С. Дж. Болл-Рокіч аналогічним чином визначили інтерактивні медіа як медіа, «які набувають деяких характеристик міжособистісного спілкування» (Defleur & Ball-Rokeach, 1989, 341). Проте, деякі критики стверджували, що це визначення було фундаментально хибним. За словами Ш. Рафаелі, воно не бере до

уваги суть розвитку, орієнтуючись на стандарт, що є невідповідним і надмірно обмежує (Rafaeli, 1988, 128). Замість ідеї, що інтерактивність стимулює активну участь шляхом перетворення ТБ з одновимірного середовища передачі на двостороннє, критики поступово почали приймати концепцію інтерактивного ТБ, яка була натхненна тяжінням галузі до інтерактивної системи.

Другий спосіб інтерактивності передбачав здатність глядачів взаємодіяти з програмним контентом, по-перше, обираючи різні параметри, такі як доступ до фонові інформації (накладання тексту), перегляд кількох програм одночасно (вкладені екрани) і вибір різних функцій відображення (співвідношення сторін, субтитри, реклама тощо), або, по-друге, надання інформації виробникам через зворотний канал (голосування, участь у вікторинах на екрані, замовлення реклами тощо). Ця нова концепція інтерактивності фактично замінила ідею телепотуку – структуру програмування, яка складалася з нескінченного потоку непов'язаних сегментів – на ідею телевізуальної бази даних – структуру програмування, яка пропонувала набір вхідних і вихідних даних. Адепти цієї концепції уявляли, що телевізор більше не буде використовуватися просто для перегляду програм; скоріше він стане домашнім терміналом, який надає доступ до різних товарів і послуг.

Це поняття інтерактивного ТБ вперше було запропоновано відомим вченим Е. Тоффлером, який передбачив «демасифікацію» ТБ: «Технологія не обмежує нашу індивідуальність, а примножує наш вибір – і нашу свободу – експоненціально» (Toffler, 1970, 282). Він також пропагував японську телевізійну систему HI-OVIS (Higashi Ikoma Optical Visual Information System) як першу інтерактивну телевізійну послугу – не стільки тому, що вона забезпечувала двосторонній зв'язок, а більше через те, що вона дозволяла глядачам обирати програмний контент. Окрім цього сервісу відеозапитів користувачі також могли брати участь в опитуваннях громадської думки, програмах вікторин та благодійних аукціонах за допомогою телеголосування. Система дозволяла робити покупки та здійснювати банківські операції вдома, а користувачі могли відвідувати відеолекції, ставити запитання та проходити тести, не виходячи з дому. Іншим прикладом Е. Тоффлера була система Qube від Warner-Amex, яка також рекламувалася як перша послуга інтерактивного кабельного ТБ. Qube надав передплатникам тридцять різних каналів і широкий спектр спеціалізованих програм для певної цільової аудиторії. Кожна консоль оснащена портативним при-

строєм, який дозволяв абонентам спілкуватися безпосередньо зі станцією.

Таким чином, як і HI-OVIS, Qube вважався інтерактивним, оскільки він дозволяв глядачам вибирати з широкого спектру варіантів і надсилати зворотні сигнали, коли їм було запропоновано надати відгук, який також включав відгуки про окремі програми (новий спосіб розрахунку телевізійних рейтингів). Глядачі також могли придбати товари, представлені на екрані, і могли переглянути кілька оригінальних інтерактивних програм. Рекламний матеріал для системи сміливо проголошував, що «епоха пасивного перегляду закінчилася» (Rogers, 1986, 62). При цьому, важливо зазначити, що участь глядачів здебільшого обмежувалась вибором варіантів програмування та відповідями на опитування, результати яких потім продавалися рекламодавцям або політичним партіям.

Кілька інтерактивних відеотекстових служб також були представлені в 1980-х рр., враховуючи Indax, Teletext, Viewtron та Gateway, які аналогічно пропонували ігри, новини, домашні банкінг, покупки вдома, послуги продажу квитків та інформаційні послуги. Перша служба відео запитом, Stargazer, була представлена в середині 1990-х рр., і невдовзі за нею з'явилася мережа повного обслуговування Warner. Голова правління Warner Г. М. Гаузер сміливо заявив, що «ми вступаємо в еру участі на протигагу пасивному ТБ» (Fraser 1977, 32). Втім, на відміну від попередньої концепції інтерактивності, він не припускав, що ТБ сприятиме взаємодії між користувачами, навпаки, мав на увазі взаємодію між користувачем і системою, яка обслуговувала інтереси виробників, зберігаючи їх контроль над програмним контентом і змушуючи глядачів платити за привілей надання цінних даних дослідження ринку.

Зазначені інтерактивні телесистеми уможливили розвиток інтернет-ТБ наприкінці 1990-х рр. Так, у 1998 р. SimplyTV опублікував 20 телевізійних шоу в Інтернеті та оголосив, що наступного року зробить доступним тисячу додаткових шоу. Фірма веб-дизайну Virtual Melanin також підготувала серію музичних відео, живих виступів і телевізійних шоу у форматі «журналу», які транслювалися на веб-сайті Cafe Los Negroes. Найпродуктивнішим і найтривалішим провайдером Інтернет-ТБ був Pseudo, який почав транслювати оригінальний контент у 1997 р. і та поступово розвинувся до рівня багатоканальної мережі, що транслювала, як попередньо записані телешоу, так і в прямому ефірі. Найпопулярніші канали націлювалися на спеціальну аудиторію, зосереджую-

чись на хіп-хопі, відеоіграх, професійній боротьбі, комп'ютерному хакерстві та розмовній поезії, і ці канали створювали приблизно 240 годин програмного контенту щомісяця. Отже, HI-OVIS і Qube, Pseudo Programs пропонували широкий спектр контенту для невеликої аудиторії, чий інтерес не обслуговувалися основними мережами, і більшість із цих програм передбачали взаємодію з аудиторією через функцію онлайн-чату, що дозволяло виробникам задовольняти потреби і бажання глядачів. Серед інших перших провайдерів інтернет-ТБ – Digital Entertainment Network, яка випустила 30 інтерактивних програм, орієнтованих на різні субкультури, і WireBreak Entertainment, яка випустила 4 інтерактивні шоу, орієнтовані на молодших глядачів (DeSantis, 1999).

Хоча багато з цих компаній проіснували недовго (Virtual Melanin, Pseudo Programs і Digital Entertainment Network оголосили про банкрутство після краху доткомів у 2000 р.), ідея ТБ як бази даних поступово стала галузевим стандартом і багато критиків сприйняли її як перспективний напрямок. Н. Гутізінг визначив інтерактивне ТБ як «механізм доставки зображення, тексту та звукові дані, де користувач взаємодіє з базою даних» (Hutheesing, 1993, 244), а Дж. Строммер-Геллі наголосила, що ця концепція інтерактивності стала можливою лише завдяки інтеграції ТБ та цифрових мереж, що дозволило користувачам взаємодіяти з інтерфейсом «без прямого спілкування з іншою особою» (Strommer-Galley, 2000, 118). П. Д'Агостіно так само зазначив, що ці інтерактивні системи «обмежують зворотній зв'язок простою ілюзією участі», бо глядачі не можуть взаємодіяти один з одним (D'Agostino, 2012, 510). Інакше кажучи, іронія цього розвитку полягає в тому, що він відкинув ідею ТБ як засобу двосторонньої комунікації в той самий момент, коли ця ідея нарешті стала реалізовуватися завдяки розвитку цифрових мереж.

Висновки. Свого часу М. Маклюен відзначав певну спадковість медіа, коли наводив відомі аргументи на користь того, що зміст будь-якого медіа завжди відповідає змісту попереднього, і подібне явище можна спостерігати в історії інтерактивного ТБ, оскільки кожна нова концепція інтерактивності базувалася на інтерактивності попередніх телесистем і середовища. При-

міром, концепція ТБ як засобу двостороннього зв'язку ґрунтувалася на телефоні, оскільки ТБ часто уявляли як різновид відеотелефону, що забезпечує спілкування між глядачами віч-на-віч. Ідея ТБ як інтерфейсу бази даних так само була заснована на торгових автоматах і автоматах для голосування, оскільки використання інтерактивних меню дозволяло глядачам отримати доступ до широкого спектру продуктів і послуг, одночасно виражаючи власні особисті вподобання. Ідея ТБ як ЗМІ, що транслює інтерактивні наративи, базувалася на гіпертекстах і відеоіграх, які так само славилися тим, що пропонували користувачам більший ступінь контролю над медіа-контентом. Вказані по суті конкуруючі уявлення про інтерактивне ТБ також піддавалися критиці з тих самих причин, з яких критикували попередні ЗМІ, бо взаємодія користувач-користувач сприяла новим формам спостереження (через використання каналів зворотного зв'язку), взаємодія користувач-система запровадила нові форми комерційного маніпулювання (через механізми промоції та інструменти маркетингових досліджень), а взаємодія між користувачем і контентом не децентралізувала роль виробника (через дезорієнтацію глядачів і обмеження їхнього вибору фіксованою кількістю варіантів, які були заплановані заздалегідь). Отже, незважаючи на їх очевидні відмінності, усі ці конкуруючі поняття інтерактивного ТБ не змогли відповісти на застереги ранніх критиків і навіть надихнули нові страхи, оскільки обіцянка міжособистісного спілкування була замінена страхом соціального відчуження, обіцянка участі громадськості на страх перед соціальним контролем, а обіцянка індивідуальної автономії замінена страхом соціального конформізму. Попри те, що кожен із цих підходів спочатку тлумачився в руслі трансформації пасивних глядачів на активних учасників, їх також критикували за більш ефективний метод спостереження, ефективнішу форми ідеологічної інтерпеляції та ефективнішого способу утримання глядачів. Ця безперервна боротьба за значення та цінність інтерактивного ТБ відображає динаміку медіа-паніки в західному науковому дискурсі, оскільки нові медіа-технології часто обіцяють вирішити проблеми минулого, водночас провокуючи нові страхи перед майбутнім.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Adorno T. W. How to Look at Television. *The Quarterly of Film Radio and Television*. 1954. Vol. 8 (3). P. 213–235.
2. Anders G. The World as Phantom and as Matrix. *Trans. Norbert Guterman. Dissent*. 1956. № 3 (1). P. 14–24.
3. Artikova Y. A. The Uniqueness of Interactive Television Program Genres. *International Journal of Social Science Research and Review*. 2022. № 5(12). P. 587–591.

4. Ballard J. G. Intensive Care Unit. In *Myths of the Near Future*. London: Jonathan Cape, 1982. P. 195–205.
5. D'Agostino P. Proposal for Qube. In *Theories and Documents of Contemporary Art: A Sourcebook of Artists' Writing*, ed. by K. Stiles and P. Selz. Berkeley: University of California Press. 2012. P. 510–512.
6. Defleur M. L., Ball-Rokeach S. J. *Theories of Mass Communication*. New York: Longman, 1989. 368 p.
7. DeSantis J. Wertheimer. *Los Angeles Business Journal*. 1999, August 16. URL: <https://labusinessjournal.com/news/1999/aug/16/wertheimer>.
8. Drotner K. Modernity and Media Panics. In *Media Cultures: Reappraising Transnational Media*, edited by M. Skovmand and K. C. Schröder. London: Routledge, 1992. P. 42–62.
9. Enns A. The Illusion of Control: History and Criticism of Interactive Television. *Television & New Media*. 2021. Vol. 22(8). P. 930–945.
10. Enzensberger H. M. Constituents of a Theory of the Media. *New Left Review*. 1970. Vol. 64. P. 13–36.
11. Fraser C. G. Complex Ohio Experiment to Try Different Uses of Cable Television. *New York Times*. 1977, February 14: 32.
12. Horton D., Wohl R. R. Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*. 1956. Vol. 19 (3). P. 215–229.
13. Hunt V. Electric Leisure: Late Nineteenth-Century Dreams of Remote Viewing by 'Telectroscope.' *Journal of Literature and Science*. 2014. № 7 (1). P. 55–76.
14. Hutheesing N. Interactivity for the Passive. *Forbes*. 1993, December 6. P. 244–246.
15. Gernsback H. Television and the Telephot. *Modern Electrics*. 1909. № 2 (9). P. 403–406.
16. Gould J. What Is Television Doing to Us? A Survey of the Various Surveys Dealing with the Effects of the New Medium on Family Life. *New York Times Magazine*, 1949, June 12: 7+.
17. Lovejoy M. *Postmodern Currents: Art and Artists in the Age of Electronic Media*. Ann Arbor: UMI Research Press, 1989. 319 p.
18. Marker J. W. A Mediated Family is a Happy Family: J. G. Ballard's 'Intensive Care Unit.' *Journal of Popular Culture*. 2011. Vol. 44 (2). P. 333–346.
19. Mills C. W. Mass Society and Liberal Education. In *Power, Politics, and People: The Collected Essays of C. Wright Mills*, edited by Irving Louis Horowitz, (353–373). New York: Oxford University Press, 1963.
20. Oliveira R., Ferraz de Abreu J. & Almeida A. M. Audiovisual translation models for visually impaired users of Interactive Television (iTV). *Procedia Computer Science*. 2022. Vol. 196. P. 647–654.
21. Rafaeli Sh. Monologue, Dialogue, and Telelog: Comparing an Emergent Form of Communication with Traditional Forms. In *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes*, ed. by R. P. Hawkins, J. M. Wiemann, and S. Pingree. Newbury Park, CA: Sage, 1988. P. 110–134.
22. Rogers E. M. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: Free Press, 1986. 273 p.
23. Ross D. Interview with Douglas Davis. *Flash Art*. 1975, May. P. 54–55.
24. Stromer-Galley J. On-Line Interaction and Why Candidates Avoid It." *Journal of Communication*. 2000. Vol. 50 (4). P. 111–132.
25. Toffler A. *Future Shock*. New York: Bantam, 1970. 505 p.
26. Williams R. *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana/Collins, 1974. 160 p.
27. Youngblood G. *Expanded Cinema*. New York: Dutton, 1970. 444 p.

REFERENCES

1. Adorno, T. W. (1954). How to Look at Television. *The Quarterly of Film Radio and Television*. №8 (3). P. 213–235.
2. Anders, G. (1956). The World as Phantom and as Matrix. *Trans. Norbert Guterman. Dissent*. № 3 (1). P. 14–24.
3. Artikova, Y. A. (2022). The Uniqueness of Interactive Television Program Genres. *International Journal of Social Science Research and Review*. № 5(12). P. 587–591.
4. Ballard, J. G. (1982). Intensive Care Unit. In *Myths of the Near Future*. London: Jonathan Cape. P. 195–205.
5. D'Agostino, P. (2012). Proposal for Qube. In *Theories and Documents of Contemporary Art: A Sourcebook of Artists' Writing*, ed. by K. Stiles and P. Selz. Berkeley: University of California Press. P. 510–512.
6. Defleur, M. L., Ball-Rokeach, S. J. (1989). *Theories of Mass Communication*. New York: Longman. 368 p.
7. DeSantis, J. (1999). Wertheimer. *Los Angeles Business Journal*, August 16. URL: <https://labusinessjournal.com/news/1999/aug/16/wertheimer>.
8. Drotner, K. (1992). Modernity and Media Panics. In *Media Cultures: Reappraising Transnational Media*, edited by M. Skovmand and K. C. Schröder. London: Routledge. P. 42–62.
9. Enns A. (2021). The Illusion of Control: History and Criticism of Interactive Television. *Television & New Media*. Vol. 22(8). P. 930–945.
10. Enzensberger, H. M. (1970). Constituents of a Theory of the Media. *New Left Review*. Vol. 64. P. 13–36.
11. Fraser, C. G. (1977). Complex Ohio Experiment to Try Different Uses of Cable Television. *New York Times*, February 14. P. 32.
12. Horton, D., Wohl R. R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*. № 19 (3). P. 215–229.
13. Hunt, V. (2014). Electric Leisure: Late Nineteenth-Century Dreams of Remote Viewing by 'Telectroscope.' *Journal of Literature and Science*. № 7 (1). P. 55–76.
14. Hutheesing, N. (1993). Interactivity for the Passive. *Forbes*, December 6. P. 244–246.

15. Gernsback, H. (1909). Television and the Telephot. *Modern Electrics*. № 2 (9). P. 403–406.
16. Gould, J. (1949). What Is Television Doing to Us? A Survey of the Various Surveys Dealing with the Effects of the New Medium on Family Life. *New York Times Magazine*, June 12: 7+.
17. Lovejoy, M. (1989). *Postmodern Currents: Art and Artists in the Age of Electronic Media*. Ann Arbor: UMI Research Press. 319 p.
18. Marker, J. W. (2011). A Mediated Family is a Happy Family: J. G. Ballard's 'Intensive Care Unit.' *Journal of Popular Culture*. Vol. 44 (2). P. 333–346.
19. Mills, C. W. (1963). Mass Society and Liberal Education. In *Power, Politics, and People: The Collected Essays of C. Wright Mills*, edited by Irving Louis Horowitz. New York: Oxford University Press. P. 353–373.
20. Oliveira R., Ferraz de Abreu J. & Almeida A. M. (2022). Audiovisual translation models for visually impaired users of Interactive Television (iTV). *Procedia Computer Science*. Vol. 196. P. 647–654.
21. Rafaeli, Sh. (1988). Monologue, Dialogue, and Telelog: Comparing an Emergent Form of Communication with Traditional Forms. In *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes*, ed. by R. P. Hawkins, J. M. Wiemann, and S. Pingree. Newbury Park, CA: Sage. P. 110–134.
22. Rogers, E. M. (1986). *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: Free Press. 273 p.
23. Ross, D. (1975). Interview with Douglas Davis. *Flash Art*. May. P. 54–55.
24. Stromer-Galley, J. (2000). On-Line Interaction and Why Candidates Avoid It. *Journal of Communication*. Vol. 50 (4). P. 111–132.
25. Toffler, A. (1970). *Future Shock*. New York: Bantam. 505 p.
26. Williams, R. (1974). *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana/Collins. 160 p.
27. Youngblood, G. (1970). *Expanded Cinema*. New York: Dutton. 444 p.