

## ІНТЕРФЕЙСНІ РІШЕННЯ ДЛЯ РЕГУЛЯЦІЇ СПОЖИВАННЯ КОНТЕНТУ НА СТІМІНГОВИХ ПЛАТФОРМАХ

В умовах прискороного темпу життя та постійних технологічних змін, що нерідко супроводжуються зростанням рівня тривожності, перегляд серіалів і фільмів для багатьох користувачів стає доступним способом психологічного розвантаження. Саме тому популярність SVOD-сервісів (Subscription Video on Demand) стрімко зростає. Сучасний ринок характеризується появою численних платформ, орієнтованих на окремі культурні регіони та специфічні аудиторії. В умовах жорсткої конкуренції сервіси прагнуть вирізнитися за рахунок унікальних функціональних рішень, персоналізації інтерфейсу та ексклюзивного наповнення медіатеки.

Дослідження засвідчують, що сучасний дизайн стрімінгових платформ ґрунтується на принципі мінімізації «тертя» (frictionless design). Під «тертям» (friction) розуміють будь-які дії, що вимагають від користувача додаткових когнітивних або фізичних зусиль: зайві кліки, паузи для прийняття рішення, необхідність аналізу інформації. Такі елементи виводять людину зі стану автоматизованої взаємодії та знижують рівень залученості. Теоретичне підґрунтя цього підходу пов'язане з концепцією двох систем мислення, запропонованою Деніелом Канеманом. Згідно з нею, Система 1 відповідає за швидке, інтуїтивне та звичне реагування, тоді як Система 2 активується у ситуаціях, що потребують свідомого аналізу та вольових зусиль.

Метою мінімізації «тертя» є забезпечення безперервності взаємодії та підвищення ефективності споживання контенту. Водночас надмірна автоматизація інтерфейсу вступає у суперечність із психологічними механізмами саморегуляції користувача. Згідно з теорією подвійних процесів, дизайн вважається ефективним тоді, коли він орієнтований на Систему 1. Створюючи стан так званої «когнітивної легкості», інтерфейс мінімізує активність Системи 2, яка зазвичай відповідає за усвідомлений контроль [1].

Дослідження підтверджують, що впровадження таких функцій, як автоматичне відтворення наступної серії або автоматичне пропускання вступної заставки, спрямовує шлях користувача до «безшовності». Однак ці механізми фактично обходять природні процеси саморегуляції, що нерідко призводить до неконтрольованого споживання контенту (binge-watching) [2]. При цьому спостерігається певний парадокс: попри ризик втрати часового контролю,

користувачі все одно надають перевагу високій юзабіліті та функціональності. Це свідчить про раціональне прагнення людини до практичності інструменту, навіть якщо його зручність стає маніпулятивною [3].

Отримані результати дозволяють стверджувати, що розв'язання цього конфлікту можливе через перехід від суто утримуючого увагу дизайну (persuasive design) до інтерфейсів, орієнтованих на підтримку автономії користувача (autonomy-supportive interfaces). Досягнення такого балансу можливе через впровадження у структуру платформи мікрomez (micro-boundaries) – штучних пауз, що переривають інерцію безперервного споживання медіаконтенту. Такі інструменти, як програмне налаштування тривалості сеансу, запити на підтвердження перегляду або можливість власноруч вимкнути автоматичне відтворення, створюють необхідну паузу для роздумів. Це дозволяє активувати Систему 2, надаючи користувачеві можливість вийти з режиму пасивного споживання та прийняти раціональне рішення щодо подальшої взаємодії.

Важливим аспектом є те, що впровадження мікрomez не повинно знижувати рівень доступності сервісу. Соціально відповідальний сервіс має забезпечувати рівні можливості. Тому додавання мікрomez не повинно створювати нові перешкоди для людей з особливими потребами. Оптимальним технічним рішенням є надання вибору режиму взаємодії одразу при вході на сайт: усвідомлений (із мікрomez) або безшовний (із максимальною доступністю та інклюзивністю). Такий підхід сприяє формуванню етичного цифрового середовища та зміцненню довіри між користувачем і брендом.

### Список літератури

1. Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. New York, NY, USA: Farrar, Straus and Giroux.
  2. Flayelle, M., et al. (2025). How does on-demand streaming technology promote binge-watching? *Psychology of Popular Media*, 15(1), 62-71. DOI: 10.1037/ppm0000579.
  3. Syafira, A., & Dharmmesta, B.S. (2024). Video-On-Demand Streaming Services Subscription Behavior. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 39(3). DOI: 10.22146/jieb.v39i3.8176.
  4. Lukoff, K., et al. (2018). What Makes Smartphone Use Meaningful or Meaningless?. *Interactive, Mobile, Wearable and Ubiquitous Technologies*, 2(1), 1-26. DOI: 10.1145/3191754.
- Науковий керівник: к.т.н., доцент Дейнеко Ж.В.