

e-Επιχειρείν

Ατομική Ασκήση

Μάριος Στεφανίδης (1067458)

1. Εισαγωγή

Η παρούσα αναφορά συντάσσεται με αφορμή την εργασία στο μάθημα "e-επιχειρείν" που διδάσκεται στο Πανεπιστήμιο Πατρών και παρακολουθείται από φοιτητές του τμήματος Μηχανικών Υπολογιστών και Πληροφορικής (CEID). Ο κύριος στόχος είναι η απάντηση στα εξής ζητήματα:

- Αναφορά με σειρά προτεραιότητας των χαρακτηριστικών μιας online διαφήμισης που την καθιστά ενοχλητική για τους χρήστες
- Αν ο βαθμός ενοχλήσης εξαρτάται από το περιεχόμενο της διαφήμισης
- Πόσο απαραίτητη είναι η χρήση κάποιου λογισμικού add blocker στο πρόγραμμα περιήγησης που χρησιμοποιεί ο χρήστης για πλοήγηση στο διαδίκτυο

2. Χαρακτηριστικά Ενοχλητικών Διαφημίσεων

Παρακάτω θα αναφερθούν τα χαρακτηριστικά των διαφημίσεων που τις καθιστούν ιδιαίτερα ενοχλητικές ως προς τον χρήστη με σειρά προτεραιότητας.

- Διαφημίσεις που δεν επιτρέπουν την παράβλεψή τους (unskippable ads): Διαφημίσεις παραγωγής βίντεο που προκύπτουν πριν, κατά τη διάρκεια ή μετά από κάποιο άλλο βίντεο - κυρίως σε εφαρμογές όπως είναι youtube, spotify κ.ο.κ. Ο θεατής δεν έχει την επιλογή να παραβλέψει τη διαφήμιση αλλά πρέπει υποχρεωτικά να την παρακολουθήσει μέχρι τέλους, αν θέλει να μεταβεί στο περιεχόμενό που επιθυμεί. Συνήθως διαρκούν μεταξύ 6 έως 15 δευτερόλεπτα.
- Διαφημίσεις αυτόματης αναπαραγωγής βίντεο: Διαφημίσεις παραγωγής βίντεο που "ενεργοποιούνται" αυτόματα με την είσοδο του χρήστη σε κάποια ιστοσελίδα του διαδικτύου. Συνήθως, τα συγκεκριμένα βίντεο δεν βρίσκονται σε κάποιο εμφανές σημείο της ιστοσελίδας, προκειμένου να είναι δύσκολη η απόρριψή τους και συνεχίζουν να αναπαράγονται μέχρι να ολοκληρωθούν ή να τα διακόψει ο χρήστης.
- Διαφημίσεις με αντίστροφη μέτρηση (countdown ads): Διαφημίσεις (συνήθως βίντεο), οι οποίες εμφανίζονται στον χρήστη κατά την πλοήγησή του σε κάποια ιστοσελίδα ή εφαρμογή. Ο χρήστης δεν μπορεί να τις διακόψει αφότου περάσουν

ορισμένα δευτερόλεπτα, αναγκάζοντάς τον να παρακολουθήσει τουλάχιστον ένα μέρος της, προκειμένου να μεταβεί στο περιεχόμενο που επιθυμεί ή να αποχωρήσει από την συγκεκριμένη σελίδα/εφαρμογή.

- Αναδυόμενες διαφημίσεις (pop-up ads): Οι συγκεκριμένες διαφημίσεις αποτελούνται από ένα γραφιστικό - μικρών διαστάσεων συνήθως -, το οποίο εμφανίζεται ξαφνικά μπροστά από το περιεχόμενο της σελίδας/εφαρμογής. Ο χρήστης, προκειμένου να συνεχίσει την πλοήγησή του, πρέπει απλά να "κλείσει" το παράθυρο.
- Εγγενείς διαφημίσεις (native ads): Διαδικτυακές διαφημίσεις συνήθως σε μορφή κανονικού άρθρου που μοιάζουν με το περιεχόμενο της ιστοσελίδας, στην οποία "φιλοξενούνται" αλλά συνήθως πληρώνονται από κάποιον διαφημιστή και προορίζονται για την προώθηση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Κύριος σκοπός τους είναι η παραπλάνηση του χρήστη, θεωρώντας ο τελευταίος πως αποτελούν ενημερωτικό άρθρο.
- Διαφημίσεις mouse-over: Διαφημίσεις που εμφανίζονται στον χρήστη, αφού τοποθετήσει το ποντίκι του σε κάποιο συγκεκριμένο σημείο της σελίδας ενώ καλύπτουν μικρό μέρος της. Συνήθως αποτελούν βίντεο ή αναπαραγωγή, των οποίων ενεργοποιείται αυτομάτως και μέχρι ο χρήστης να τα απενεργοποιήσει, συνεχίζουν να "παίζουν" κατά την πλοήγησή του.
- Διαφημίσεις μετά από κλικ (ads after click): Οι συγκεκριμένες διαφημίσεις εμφανίζονται συνήθως, αφού ο χρήστης εκτελέσει κάποια ενέργεια στην ιστοσελίδα που βρίσκεται ("πατήσει" κάποιο κουμπί). Αυτόματα κατευθύνεται σε νέο παράθυρο που περιέχει κάποια άλλη ιστοσελίδα, σκόπος της οποίας είναι η προώθηση κάποιας υπηρεσίας ή προϊόντος. Τέτοιου είδους διαφημίσεις εντοπίζονται κυρίως σε πειρατικές σελίδες προβολής ταινιών (π.χ. gamato, onlinefilmer).

3. Περιεχόμενο Διαφήμισης και Βαθμός Ενόχλησης

Λαμβάνοντας υπόψιν κάποια από τα παραπάνω χαρακτηριστικά που μπορεί να έχει μια διαφήμιση, γίνεται προφανές πως μπορούν να γίνουν ιδιαίτερα ενοχλητικές και να υποβιβάσουν την εμπειρία του χρήστη κατά την διάρκεια πλοήγησής του σε κάποια ιστοσελίδα/εφαρμογή. Επομένως, αν τουλάχιστον το περιεχόμενο αυτών των διαφημίσεων μπορεί να ενδιαφέρει τον χρήστη και να σχετίζεται με τις προτιμήσεις του, αυτομάτως καθιστά την εμπειρία του καλύτερη, μιας και επωφελείται ο ίδιος, αφού μπορεί να ανακαλύψει κάποιο προϊόν ή υπηρεσία που θα του κεντρίσει το ενδιαφέρον. Αντιθέτως, αν οι διαφημίσεις δεν τον αφορούν καθόλου, τότε του δημιουργείται απλά σύγχυση, ενώ πολλές φορές έχουν τα αντίθετα αποτελέσματα, αφού προσπαθούν να τις αποφύγουν με κάθε τρόπο.

4. Χρήση Ad Blocker

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται πολύ έντονα η τάση χρήσης Ad Blocker, λογισμικό

που έχει σχεδιαστεί για να αποτρέπει την εμφάνιση διαφημίσεων σε μια ιστοσελίδα του διαδικτύου. Οι λόγοι που συμβαίνει το παραπάνω είναι οι εξής:

- αφαιρούν τις ενοχλητικές διαφημίσεις που έχουν αναφερθεί και παραπάνω
- οι σελίδες στο διαδίκτυο γίνονται περισσότερο ευανάγνωστες
- οι ιστοσελίδες φορτώνουν γρηγορότερα
- αποτρέπει τους διαφημιστές να "παρακολουθούν" την κίνηση των χρηστών στους διάφορους ιστότοπους
- μείωση του bandwidth (κύριως για κινητά)
- μείωση της χρήσης της μπαταρίας (κυρίως για κινητά)
- ο χρήστης αποκλείεται από ψευδείς ειδήσεις - υπάρχουν αρκετές εταιρείες που «διαφημίζουν» fake news για να προσελκύσουν αναγνώστες
- ο χρήστης προστατεύεται από επιθέσεις κακόβουλου λογισμικού

Σημαντικό να αναφερθεί είναι πως πολλοί χρήστες θεωρούν πως δεν είναι ιδιαίτερα ηθική η χρήση ad blocker, μιας και οι διαφημίσεις αποτελούν τη μόνη πηγή εσόδων για πολλές (μικρές) ιστοσελίδες/εφαρμογές. Ωστόσο, όσο συνεχίζουν να είναι τόσο επεμβατικές και πολλές φορές επικίνδυνες, η χρήση τέτοιων λογισμικών καθίσταται απαραίτητη (**Βαθμολογία: 4**).

5. Διαφημίσεις

Λίγα λόγια για τις διαφημίσεις που επιλέχθηκαν για την συγκεκριμένη άσκηση.

- Διαφήμιση **spotify**: Η συγκεκριμένη διαφήμιση εμφανίζεται κατά τη διάρκεια αναπαραγωγής ενός τραγουδιού στην εφαρμογή spotify. Σημειώνεται πως το παραπάνω συμβαίνει αποκλειστικά χρήστες που διαθέτουν δωρεάν λογαριασμούς στην εφαρμογή. Όπως φαίνεται και στο βίντεο (δευτερόλεπτο 15) δεν δύναται η δυνατότητα απόρριψης της διαφήμισης αλλά πρέπει αναγκαστικά ο χρήστης να την παρακολουθήσει μέχρι τέλους, προκειμένου να συνεχίσει την ακρόαση του τραγουδιού.
- Διαφήμιση **popup**: Η συγκεκριμένη διαφήμιση εμφανίστηκε κατά τη διάρκεια περιήγησης στην εφαρμογή CamScanner (mobile version) σε ανύποπτο χρόνο. Δεν καταλαμβάνει ολόκληρη την οθόνη, ενώ μόλις "φορτωθεί" υπάρχει η δυνατότητα απόρριψης της.
- Διαφήμιση **youtube**: Η συγκεκριμένη διαφήμιση εμφανίστηκε κατά τη διάρκεια αναπαραγωγής ενός βίντεο στην εφαρμογή youtube. Σημειώνεται πως αποτελείται από δύο επί μέρους διαφημίσεις, εκ των οποίων η πρώτη είναι ιδιαίτερα μικρή και υποχρεωτική ως προς την παρακολούθηση, ενώ η δεύτερη μεγαλύτερη, την οποία ωστόσο μπορείς να "απορρίψεις" μετά από κάποιο σχετικό countdown.