ВВЕДЕНИЕ

Как отметил автор статьи, интернет превращается в поле для рекламы. Для многих людей написанное в статье является известным фактом, для некоторых – одним из страхов. Как мне кажется, главная цель статьи не рассказать о том, что мы, заходя в интернет, видим каждый день, а о том, насколько это глобально и о методах борьбы с этим явлением. Во время прочтения статьи я задумалась о некоторых аспектах этого вопроса.

ДЕНЬГИ РЕШАЮТ ВСЁ

В истории немало примеров идей, которые были призваны упростить людям жизнь, сделав что-то удобнее, но в конечном итоге превратились в сплошную коммерцию. Например, телевидение. Вот небольшая вырезка из статьи:

1 июля 1941 г. в американском эфире появилось первое коммерческое телеобъявление о рекламе часов. За десять секунд рекламы во время трансляции баскетбольного матча было уплачено 9 долларов. В 1954-м телевидение в США занимает первое место как средство национальной рекламы.

В 1957-м стран, разрешающих рекламу на телевидении, становится больше, чем запрещающих ее.

В 1963-м в США телевидение обгоняет прессу уже и как источник информации (36% американцев считают его более надежным).

В 1977-м общие доходы от телерекламы превышают 7,5 млрд долларов – 20% всей рекламы в США.

«За всю историю американского общенационального телевидения рекламные вставки надолго отменялись всего четыре раза. На самый большой период времени – после покушения на Рейгана, менее длительные промежутки – в период отставки Никсона, гибели и похорон Мартина Лютера Кинга, а также Анвара Садата. В конце января 1986 г. президент США Р. Рейган, чтобы не подвергать телебизнес дополнительным убыткам, был вынужден перенести с вечернего на дневное время транслируемое на всю страну свое часовое выступление с ежегодным посланием к нации».

Вот так, от десятисекундной рекламы за девять долларов к 20% доходов от всей рекламы в США, от уступки от канала на десять секунд к переносу обращения президента, лишь бы не потерять деньги. Получается, реклама важнее речи президента. Люди платили за покупку необходимого оборудования, но кому-то денег не хватило. Сейчас реклама по телевизору длиться почти столько же, сколько и программа, а если что-то не прерывается, то это скорее всего предмет гордости руководителей страны, по крайней мере в России. Сейчас телевиденье уступает место интернету, как когда-то им уступили место газеты. Это так же неизбежно, как и попытки заработать на чём угодно, естественный процесс. Что же заменит современную всемирную паутину?

Вот более современный пример. В интернете, как писал автор статьи образуются закрытые сообщества. Одним из таких является довольно популярный Instagram. Задумка неплохая: ведите страничку, делитесь красивыми фото и событиями из жизни, знакомтесь… Но сейчас почти все крупные блогеры продают дорогостоящую рекламу однодневным брендам с завышенными ценами и некачественными, а часто и опасными, товарами. Появились курсы по ведению странички, менеджеры, в общем - бизнес

Видимо, что не придумает талантливый человек, жадный это умудриться комерциализировать. С интернетом происходит то же, что произошло и с телевиденьем.

РЕКЛАМА И ЛЮДИ

Вероятно, реклама не приносит пользы большему числу людей, так почему никто не протестует?

Как мне кажется есть четыре основных причины:

* Постепенность внедрения рекламы. Кому помешает зачитанный диктором за 10 секунд текст?
* Неинформированность о количестве собираемой информации
* Повсеместность рекламы в реальной жизни. Получается нужно запретить всю рекламу?
* Аппатичность. Проще поставить блокировщик рекламы, быстро решить проблему для себя, а не сделать вклад во всеобщюю пользу

ВОЙНА С МАРКЕТОЛОГАМИ ПРОИГРЫНА?

К несчастью, многое указывает на то, что так и есть, например, политика конфиденциальности многих компаний: Apple имеет право просматривать личные фотографии пользователей в облачном хранилище не уведомляя владельцев, Google за деньги размещает первыми ссылками рекламу, иногда содержащую вирусы, схемы по выманиванию денег или азартные игры. Это только два простых примера, но их гораздо больше.

Но есть и луч надежды – золотая середина. Некоторые проекты, такие как Tor browser бесплатны, не имеют встроенной рекламы, выступают за анонимность в интернете. Как зарабатывают такие проекты? Они предлагают желающим поддержать их команду переводом средств, и это происходит только на добровольной основе. Не решение ли это всех проблем?

Но есть один маркер, позволяющий понять насколько всемирная сеть стала закрытой. После недавних геополитических событий многие компании отказались от сотрудничества с Россией. Если прекращение поставок, например, оружия легко объясняется нежеланием поддержки конфликта, то уход с рынка Tor browser, доступ к которому был ограничен роскомнадзором, вызывает вопросы. Разве смысл паутины не в том, чтобы охватить всех, разве кто-то кроме пользователей пострадал от этого, разве не за анонимность выступали разработчики? Такие случаи заставляют понять, кто дёргает за нитки этой паутины.

ВЫВОДЫ

Сейчас тенденции на уменьшение рекламы не наблюдается, скорее наоборот. Видимо, общество пока не готово бороться за своё время и личную информацию, возможно, когда-то это изменится.

ИСТОЧНИКИ

<http://www.nazaykin.ru/_MP_tv.htm>