

e-Επιχειρείν

Χρήστος Μεραντζής

ΑΜ: 1070936

■ Απάντηση 3^{ου} ερωτήματος:

Σήμερα, όλοι μας, λίγο ή πολύ, έχουμε μπει στην διαδικασία κατάργησης των διαφημίσεων κατά την πλοήγηση μας στο διαδίκτυο. Κι' αυτό διότι αποτελούν το πιο ενοχλητικό κομμάτι του «σερφαρίσματος». Παρακάτω απαριθμούνται με σειρά προτεραιότητας τα κυριότερα χαρακτηριστικά που κάνουν μια διαφήμιση ενοχλητική.

1. Το κυριότερο όλων, είναι η παρεμπόδιση του χρήστη να αναγνώσει ένα άρθρο ή να παρακολουθήσει ένα βίντεο λόγω του μεγέθους που λαμβάνει η διαφήμιση, πράγμα που εξαναγκάζει το χρήστη να σκρολάρει συνεχώς ή και να την παρακολουθήσει εξ ολοκλήρου. Άρα καταλήγουμε στον παράγοντα μέγεθος διαφήμισης.
2. Ο επόμενος παράγοντας, είναι η διάρκεια της διαφήμισης. Πολλές διαφημίσεις τύπου-banner, φορτώνονται αυτόματα και σε αναγκάζουν να τις παρακολουθήσεις ολόκληρες ή με χρονική διάρκεια - δυνατότητα παράλειψης(τύπου Youtube) ή σε βάζουν να ψάχνεις την κουκίδα X που την ελαχιστοποιεί και την κλείνει. Το προβάδισμα που έχει αυτός ο παράγοντας έναντι του μεγέθους, και συνεπώς είναι λιγότερο ενοχλητικός, είναι ότι μετά το πέρας της διαφήμισης ο χρήστης μπορεί να διαβάσει ή να παρακολουθήσει ελεύθερα χωρίς κάποιο άλλο εμπόδιο.
3. Ακόμη ένας παράγοντας που προκύπτει σε συνέχεια του προηγούμενου, είναι η έλλειψη δυνατότητας παράλειψης. Μπορεί μια διαφήμιση να είναι αρκετής διάρκειας (πχ λεπτού) και να μην δίνεται η δυνατότητα παράλειψης ή σβησίματός της, πράγμα που κουράζει τον χρήστη ο οποίος κατά μεγάλη πιθανότητα μπορεί να μην την παρακολουθήσει, και να αναζητήσει να ενημερωθεί για το εκάστοτε θέμα από άλλη ιστοσελίδα ή φορέα.
4. Τελευταίος παράγοντας είναι η σύνδεση και η ασάφεια της διαφήμισης με την ιστοσελίδα. Αυτό συμβαίνει διότι, μπορεί ο χρήστης να πλοηγείται σε μια αθλητική ιστοσελίδα αλλά κατά την ανάγνωση άρθρου να προβάλλονται διαφημίσεις ρούχων ή τηλεοπτικών σόου και ριάλιτι.

Προφανώς τεράστιο ρόλο στις διαφημίσεις παίζουν τα cookies. Έρευνες έχουν δείξει πως ο χρήστης θα παρακολουθήσει, πιο ευχάριστα και θα του κεντρίσει ευκολότερα το ενδιαφέρον, μια διαφήμιση βασισμένη στο ιστορικό του και στα κοινά του, παρά μια λανθασμένα στοχευμένη διαφήμιση. Συνεπώς, σε συνδυασμό όλων αυτών, καταλήγουμε ότι η εγκατάσταση εφαρμογής add-blocker στο πρόγραμμα περιήγησης είναι απαραίτητη για την ξεκούραστη πλοήγηση.