

Blokować, nie blokować?

Data publikacji: 12.08.2016 15:30

To, co dla jednych bywa pożyteczne, dla innych jest zabójcze. Świetnym przykładem ze świata reklamy internetowej jest Adblock, czyli jedna z najpopularniejszych wtyczek do przeglądarek internetowych blokująca reklamy. Wtyczka filtruje treść strony, rozpoznając pliki, animacje i wyskakujące okna z reklamami. Szacuje się, że zainstalowało ją już 30% Internautów.

□

Choć wtyczka jest legalna, jej działanie znacznie uderza w rynek reklam. Na wojnę z twórcami Adblocka na Androida wystąpił Google, który stworzył platformę na ten system, zarabiającą głównie na reklamach. Usługa Adblocka i inne podobne zniknęły w efekcie z bazy oprogramowania na ten system.

Można zastanawiać się, czy Adblock jest dobry, czy nie i komu tak na prawdę służy. Jasne, nikt z nas nie lubi nachalnych reklam, wyskakujących okienek, których nie da się zamknąć. Z drugiej strony chętnie korzystamy z wielu portali i serwisów za darmo, nie płacąc za content, czyli treść, a często dochody z reklam są dla tych stron (również regionalnych, tak, jak np. dla OX.PL) jedynymi źródłami dochodów. Przyczyniamy się w ten sposób do upadku tych stron lub do zubożenia treści (wiadomo – mniej zarobku – mniej pracowników – mniej treści).

Firmy z branży reklamowej lub serwisy informacyjne, tematyczne itd. mają do wyboru (jeśli liczba użytkowników instalujących Adblocka będzie wzrastać) albo wprowadzić odpłatność za treści (tzw. paywall, czyli ograniczenie dostępności treści do osób, które wykupią dostęp) lub blokować dostęp do treści użytkownikom, którzy mają zainstalowaną wtyczkę (np. skrypty na stronie, które proszą o wyłączenie wtyczki). Tak właśnie dzieje się już w Stanach Zjednoczonych, gdzie serwisy wprowadziły blokadę dla Internautów z włączonym Adblockiem i Użytkownicy poczęli masowo odinstalowywać wtyczkę. Jeszcze dalej poszły Chiny, które od 1 września prawnie zakazały instalowania Adblocka i jemu podobnych, blokujących reklamy, rozszerzeń.

Wg naszych badań na Śląsku Cieszyńskim Użytkownicy korzystający z Adblocka to liczba niemal o połowę mniejsza niż na świecie (globalnie to ok 30%, na lokalnym rynku ok. 18%).

Jeśli uważamy Adblocka za wybawcę uciśnionych reklamami internautów, warto byśmy wiedzieli, że twórcy Adblocka wprowadzili coś, co nazywa się „białą listą”, czyli ni mniej ni więcej lista firm, która Adblockowi zapłaciła, by ich reklamy mogły się wyświetlać (nawet 2/3 zysku z reklam)... Komu więc służy Adblock? Czy Internautom, czy też firmie, która – pozyskując klientów wtyczek – próbuje wymusić na stronach i portalach haracz za wyświetlanie ich reklam...?

Nie chcemy wszechobecnej reklamy, ale z drugiej strony nie chcemy również płacić za treści. A inaczej się w większości przypadków (jeśli strona nie jest dotowana przez Państwo/Unię/Fundacje itp.) się nie da. Jeśli zainstalujemy wtyczkę, a korzystamy ze strony, na której ktoś zapracował na treść (zdjęcia, filmy, teksty), to tak, jakbyśmy najzwyczajniej uniemożliwili mu zarobek. Jakbyśmy odebrali należącą się mu zapłatę...

Warto zastanowić się, czy my chcielibyśmy być w ten sam sposób potraktowani przez naszych klientów...

A co Wy myślicie o blokowaniu reklam, płatnych serwisach czy reklamach internetowych? Zachęcamy do komentowania i udziału w naszej sondzie.

Blokowanie reklam na [OX.PL](#)

Pytania dotyczą serwisu [OX.PL](#)

Zaloguj się w Google, aby zapisać postępy. [Więcej informacji](#)

Wolę

zapłacić za dostęp do serwisu i nie oglądać żadnych reklam

Prześlij

Wyczyść formularz

Formularze Google

Ta treść nie została utworzona ani zatwierdzona przez Google.



vdka