

## آیا مسدودکنندگان تبلیغات هزینه‌های شما را کاهش می‌دهند؟



مسدود کنندگان تبلیغاتی که اپل برای اولین بار در سپتامبر سال جاری میلادی در آی‌فون از آن‌ها استفاده کرد، وعده داده‌اند که حجم داده‌های دریافت را کاهش داده و سرعت بارگذاری سایت‌ها را افزایش دهند. اما سؤال این است که چه مقدار از داده‌های دریافت شده توسط موبایل‌ها به داده‌های تبلیغاتی اختصاص دارد؟ با توجه به آن‌که در سال‌های اخیر بر حجم تبلیغات افزوده شده و شکایت بسیاری از کاربران را به همراه داشته است، تحقیقاتی در این زمینه انجام شده و تعدادی از سایت‌های مطرح جهان به تفکیک داده‌های تبلیغاتی و داده‌های محتوایی مورد بررسی و آزمایش قرار گرفته‌اند. آمارها نشان می‌دهند بیش از نیمی از داده‌های تحمیل شده به کاربران در ارتباط با تبلیغات است. البته همه سایت‌های خبری به یک اندازه از تبلیغات استفاده نکرده اما در مجموع آمارها به سود کاربران نیست!

این راز بر کسی پوشیده نیست که مسدود کنندگان تبلیغات به خوبی تنهایی توانایی مسدود کردن تبلیغات را دارند. حال که اپل اجازه داده است تا مسدودکنندگان تبلیغات روی اسمارت‌فون‌های این شرکت قرار گیرد، سایت‌های فناوری تصمیم گرفتند، به رمزگشایی این معما پرداخته و ببینند نتیجه این استراتژی پیاده‌سازی شده در آی‌فون 6S تا چه اندازه جواب‌گو بوده و نیازهای کاربران را بر طرف می‌سازند. کاملاً واضح و روشن است که مسدود کننده تبلیغات همراه قرار گرفته در مرورگر سافاری باعث شده است تا به‌طور متوسط طول عمر باتری دستگاه 21 درصد افزایش پیدا کند. این مسدود کننده به کاربر اجازه می‌دهد، فقط به بازدید از اینترنت به پردازد.

موضوع: چگونه تبلیغات را در iOS 9 مسدود کنیم؟

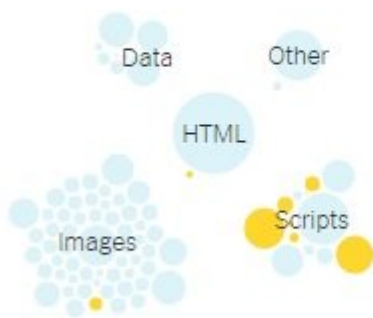
این مسدود کننده به طرز قابل توجهی داده‌های مورد استفاده توسط مرورگر را تراش داده و زمان بارگذاری صفحات را به میزان بسیار مطلوبی کاهش داده است. آمارها و ارقام به دست آمده، نشان می‌دهند که مسدود کنندگان تبلیغات به راستی صرفه‌جویی‌های اقتصادی را برای کاربران به ارمغان آورده‌اند. به‌طور مثال، بر اساس مطالعات انجام گرفته، اگر سایتی همچون Boston.com را هر روزه مورد بازدید قرار دهید، به‌طور میانگین نزدیک به 9.50 دلار را تنها بابت داده‌های تبلیغاتی از دست خواهید داد. شاید این رقم به نظر اغراق‌آمیز به نظر برسد اما ویدیوهای تبلیغاتی نشان داده شده در گوشه و کنار سایت، داده‌های زیادی را مصرف می‌کنند. نیویورک تایمز بر همین اساس

نزدیک به 50 سایت خبری را مورد بررسی قرار داده است. در آزمایش انجام گرفته، بیش از نیمی از داده‌های قرار گرفته در صفحات سایت‌های خبری به تبلیغات اختصاص داشته‌اند که به هیچ عنوان آمار و ارقام جالبی نیست. به دلیل این‌که کاربران به جای آن‌که به داده‌های مورد نیاز خود دسترسی داشته باشند، بیشتر هزینه‌های جانبی سایت‌ها را با استفاده از این مکانیزم پرداخت کرده‌اند. به طور مثال، صفحه اصلی سایتی همچون انگجت نزدیک به 0.9 ثانیه طول می‌کشد تا تبلیغات را بارگذاری کند، در حالی‌که نزدیک به 6.3 ثانیه برای بارگذاری محتوای اصلی مصرف می‌شود. هر چند این زمان برای بارگذاری تبلیغات تقریباً ایده‌آل است، اما سایتی همچون گاردین تنها به 0.2 ثانیه برای بارگذاری تبلیغات زمان نیاز دارد.

Boston.com نزدیک به 30.8 ثانیه برای بارگذاری تبلیغات زمان نیاز دارد و در مجموع 15.4 مگابایت داده را بابت محتوای تبلیغی به کاربر تحویل می‌کند، همچنین برای بارگذاری محتوای کاربردی کاربر به 8.1 ثانیه و 4 مگابایت داده نیاز دارد. این ارقام نشان می‌دهند که سایت مذکور بیشتر به جای آن‌که یک سایت کاربردی به شمار رود، یک سایت تبلیغاتی خوب برای شرکت‌های تجاری است. صفحه اصلی سایت انگجت نزدیک به 0.5 مگابایت برای تبلیغات و 3.2 مگابایت برای بارگذاری محتوا داده از اینترنت دانلود می‌کند. این ارقام در مجموع 0.01 دلار بابت بارگذاری تبلیغات و 0.06 دلار برای بارگذاری محتوا خرج روی دست کاربر می‌گذارند. در میان سایت‌هایی که مورد بررسی قرار گرفته‌اند، سایت گاردین از همه این سایت‌ها بهتر عمل کرده است، به طوری که اگر کاربر از مسدود کنندگان تبلیغات روی این سایت استفاده کند، کمترین تأثیر را مشاهده خواهد کرد که نشان می‌دهد تبلیغات در سایت گاردین نقش برجسته‌ای ندارند. اگر سایت گاردین را بدون استفاده از هیچ مسدود کننده‌ای مورد استفاده قرار دهید، نزدیک به 99 فایل، 3.2 مگابایت داده و 6 ثانیه زمان برای دسترسی به سایت نیاز دارید، اما اگر از یک مسدود کننده تبلیغات استفاده کنید، نزدیک به 79 فایل، 2.9 مگابایت و 6 ثانیه زمان برای دسترسی به سایت نیاز دارید.

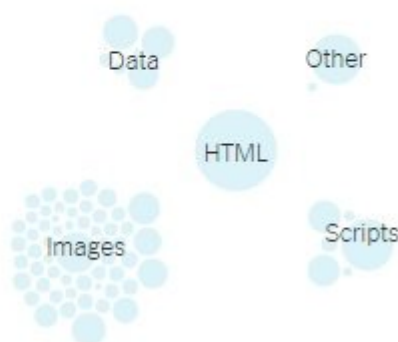
#### Without ad blocker

99 files, 3.2 megabytes, 6 seconds



#### With ad blocker

79 files, 2.9 megabytes, 6 seconds



سایت دیگری که در این زمینه به خوبی عمل کرده است، سایت یاهو است. این سایت برای تبلیغات نزدیک به 0.4 ثانیه و برای بارگذاری محتوا نزدیک به 4.7 ثانیه زمان نیاز دارد. همان‌گونه که در شکل زیر مشاهده می‌کنید، آمار به دست آمده در خصوص سایت‌های معتبر خبری در زمینه به کارگیری تبلیغات و زمان مورد نیاز برای بارگذاری تبلیغات و محتوا چندان جالب نیست.

	Seconds to load <b>advertising</b> content	Seconds to load <b>editorial</b> content	
<b>boston.com</b>	30.8 seconds	8.1	
<b>LAZEE</b>	11.9	7.0	
<b>THE DAILY BEAST</b>	11.3	5.0	
<b>INDEPENDENT</b>	10.9	4.4	
<b>Chicago Tribune</b>	9.5	3.4	
<b>examiner.com</b>	9.1	2.1	
<b>NEWYORKPOST</b>	8.9	16.9	The New York Post, one of the slowest websites, contains many large photo but fewer ads, so an ad blocker had less of an effect.
<b>SALON</b>	8.8	8.1	
<b>CNN</b>	8.6	5.3	
<b>SFGATE</b>	7.9	10.4	
<b>Los Angeles Times</b>	7.7	3.7	
<b>Mirror</b>	7.2	6.5	
<b>bleacher report</b>	6.7	5.8	
<b>*Chron</b>	6.6	6.1	Sites in this range are quicker, but ad blockers still take out more than five seconds of loading time over a typical cell connection.
<b>Vox</b>	6.3	3.6	
<b>AL!</b>	6.1	5.9	

در شکل زیر نیمه دوم این سایت‌های تحت آزمایش را مشاهده می‌کنید. جالب است هرچه به انتهای فهرست نزدیک می‌شویم، مشاهده می‌کنیم که شرکت‌ها کمتر تمایل داشته‌اند تا تبلیغات را به عنوان محور اصلی سایت خود قرار بدهند. همچنین سعی کرده‌اند زمان بارگذاری سایت‌های آن‌ها در شرایط ایده‌آل قرار گیرد.

<b>CBSNEWS</b>	3.2	5.0
<b>ELITE DAILY</b>	3.1	2.8
<b>BUSINESS INSIDER</b>	3.1	1.6
<b>GAWKER</b>	3.0	3.9
<b>UPWORTHY</b>	2.8	2.5
<b>Mashable</b>	2.6	3.7
Daily <b>Mail</b> .com	2.6	4.8
<b>TechCrunch</b>	2.5	5.9
<b>The New York Times</b>	2.5	4.3
<b>DAILY NEWS</b>	2.4	3.4
<b>B B C</b>	2.4	1.9
<b>BuzzFeed</b>	2.1	5.5
<b>The Boston Globe</b>	1.8	4.3
<b>Detroit Free Press</b>	1.6	2.2
<b>.Mic</b>	1.5	3.6
<b>The Washington Post</b>	1.3	6.5
<b>U.S. News</b>	1.1	2.0
<b>npr</b>	0.9	4.0
<b>engadget</b>	0.9	6.3
<b>USA TODAY</b>	0.8	2.0
<b>msn</b>	0.4	3.6
<b>YAHOO!</b>	0.4	4.7
<b>theguardian</b>	0.2	6.8

USA Today had the smallest mobile website in the sample.

البته افزونه‌های مسدود کننده تبلیغات در بعضی موارد از یکسری سایت‌ها و تبلیغات صرف نظر می‌کنند، به دلیل این که بخشی از درآمد حاصل از تبلیغات به مسدودکننده تبلیغات پرداخت می‌شود. مسدودکنندگان تبلیغات این توانایی را دارند تا در بخش سایت‌های ویژه دستگاه‌های همراه نیز با استفاده از این تکنیک پولی به جیب بزنند.

منبع:

[انگجت](#)

تاریخ انتشار:

13 مهر 1394

نشانی منبع: <https://www.shabakeh-mag.com/news/world/1799>