

جوجل تبدأ اختبار ميزة منع الإعلانات على متصفح كروم على نظام أندرويد



الثلاثاء 1 أغسطس 2017 09:08 م

بدأت شركة جوجل اختبار ميزة منع الإعلانات افتراضياً ضمن نسخة الأجهزة المحمولة من متصفح الويب التابع لها، كروم، وذلك وفق ما أظهرت النسخة التجريبية الأخيرة من التطبيق.

ووجد مستخدمون أن النسخة التجريبية من كروم، والمعروفة باسم "كروم كناري" Chrome Canary، والتي تقوم جوجل باختبار المزايا الجديدة عليها قبل إطلاقها لعموم المستخدمين في تطبيق كروم الرسمي، خياراً جديداً يسمح للمستخدمين بتفعيل ميزة منع الإعلانات من المواقع التي تضم إعلانات إقحامية.

ويمكن الوصول إلى الخيار الجديد ضمن قائمة الإعدادات، ثم "إعدادات المواقع"، ثم "الإعلانات". وهو يتيح للمستخدم تفعيل ميزة "تمنع الإعلانات من المواقع التي تميل إلى عرض إعلانات إقحامية"، هذا، ولا يزال الخيار معطلاً افتراضياً، ويتعين على المستخدم تفعيله يدوياً.

يُشار إلى أن تقريراً نشرته صحيفة وول ستريت جورنال في وقت سابق من العام الحالي، ذكر أن شركة جوجل تعتزم في عام 2018 إطلاق ميزة جديدة لمنع الإعلانات ضمن نسخة سطح المكتب ونسخة الأجهزة المحمولة من متصفح الويب الشهير كروم.

وأوضحت مصادر الصحيفة أن ميزة منع الإعلانات، التي يمكن تشغيلها افتراضياً داخل كروم، ستعمل على تصفية بعض أنواع الإعلانات الإلكترونية التي يُنظر إليها على أنها تقدم تجارب سيئة للمستخدمين أثناء تصفح الويب.

يُذكر أن مجموعة تُعرف باسم "التحالف من أجل إعلانات فضلى" كانت قد وضعت في شهر آذار/مارس الماضي تعريفاً لأنواع الإعلانات غير المقبولة، وتندرج تحت قائمة الإعلانات غير المقبولة تلك المنبثقة، وإعلانات الفيديو تلقائية التشغيل، والإعلانات الصوتية، والإعلانات التي تأتي مع مؤقت زمني تنازلي.

ويعتقد أن أحد التطبيقات المحتملة التي تدرسها جوجل هو أن تختار منع جميع الإعلانات التي تظهر على المواقع التي تحتوي على إعلانات مخالفة، بدلاً من منع الإعلانات المخالفة فقط وبعبارة أخرى، فإن جوجل قد تطلب من مالكي المواقع التأكد من أن جميع إعلاناتهم تستوفي المعايير، أو أنها سوف تمنع جميع الإعلانات على مواقعهم في كروم.

ومع أن خطوة منع الإعلانات تبدو غير بديهية نظراً لاعتماد جوجل الكبير على عائدات الإعلانات عبر الإنترنت، إلا أن مصادر وول ستريت جورنال قالت إن هذه الخطوة خطوة دفاعية.

يُشار إلى أن أدوات منع الإعلانات أصبحت تحظى بشعبية كبيرة في السنوات الأخيرة، وتستخدم الآن من قبل نحو 198 مليون مستخدم حول العالم، وذلك بغية التخلص من الإعلانات التي تظهر قسراً على المواقع الإلكترونية ويُفيد هذه الإضافات في تسريع تحميل صفحات الويب، وبذلك إطالة عمر البطارية، وضمان الحفاظ على الخصوصية الناجمة عن تدخل الإعلانات، التي قد يحتوي بعضها على برمجيات خبيثة.

وعن طريق الاعتماد على ميزة منع إعلانات خاصة بها، يُعتقد أن جوجل تأمل في وضع حد لانتشار أدوات الحجب التي تقدمها شركات تابعة لجهات خارجية يتقاضى بعضها رسوماً مقابل السماح بعرض الإعلانات عبر مرشحاتها.

حتى أن جوجل نفسها تدفع رسوماً لتكون جزءاً من برنامج "الإعلانات المقبولة" الذي توفره شركة "آي أو" Eyeo صاحبة "أدبوك بلس" Adblock Plus، التي تعد أكثر أدوات منع الإعلانات انتشاراً حول العالم.

ولكن النمو المستمر لأدوات منع الإعلانات يمثل اتجاهًا مثيرًا للقلق بالنسبة إلى جوجل، إذ بلغت عائداتها من الإعلانات الإلكترونية في عام 2016 أكثر من 60 مليار دولار. كما أنه مصدر قلق للناشرين الآخرين والخدمات التي تعتمد على عائدات الإعلانات لدعم أعمالهم، والتي تعمل مع جوجل للمساعدة في بيع مساحة إعلانية على مواقعهم.

يُشار إلى أن متصفح كروم يمثل حاليًا جزءًا كبيرًا من سوق تصفح الويب على مستوى العالم، لذا يمكن أن يؤدي اعتماد ميزة لمنع الإعلانات داخله إلى منح جوجل مزيدًا من التحكم في حالة حظر الإعلانات.