

ΝΙΚΟΛΑΟΣ Ι. ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ - ΒΟΥΛΕΥΤΗΣ Ν. ΑΧΑΪΑΣ

ΑΘΗΝΑ 20/03/17

ΑΝΑΦΟΡΑ

**ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΥΠΟΥΡΓΟ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ, ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΚΑΙ
ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ**

**Θέμα: «Παραπλάνηση των χρηστών του διαδικτύου από κατασκευασμένες
επισκεψιμότητες στα διάφορα sites»**

Σχετικά με το συνημμένο δημοσίευμα, της εφημερίδας «δημοκρατία» της **18/01/17**, παρακαλείσθε για την επαλήθευση ή τη διάψευσή όλων όσων εμπεριέχονται σ' αυτό. Το θέμα ενδιαφέρει αρκετούς συμπατριώτες και συγκεκριμένα μας το έθεσε η κα Παπαράπτη Θέκλα, συν/χος Τραπεζικός, / δ/νση: Πατησίων ΑΘΗΝΑ-ΤΚ 11141, . και μάλιστα ζητά να της μεταφέρουμε την απάντηση του αρμόδιου Υπουργού.

Ο αναφέρων βουλευτής

**Νικόλαος Ι. Νικολόπουλος
Βουλευτής Αχαΐας
Πρόεδρος Χριστιανοδημοκρατικού
Κόμματος Ελλάδος**

Μ Γ Λ

Επισκεψιμότητες «μαιμού» στα sites

Εκτός από τις κυκλοφορίες των εφημερίδων αποκαλύπτεται τώρα ότι παραποιούνται και οι επισκεψιμότητες των ιστοσελίδων στην Ελλάδα, με αποτέλεσμα να παραπλανώνται, εκτός από τους αναγνώστες, και οι διαφημιζόμενοι... Την αφορμή για να αρχίσει να ξετυλίγεται το σχετικό κουβάρι έδωσαν, σύμφωνα με δημοσιεύματα, οι εξελίξεις σχετικά με τη Yahoo, η οποία ανακοίνωσε ότι, ύστερα από την αποτυχία των προσπάθειών της να ανακάμψει, θα αλλάξει το όνομά της όταν ολοκληρωθεί η πώληση των βασικών δραστηριοτήτων της.

Να σημειώσουμε ότι ολοκληρώνεται ουσιαστικά η μεταβίβαση της μηχανής αναζήτησης, της υπηρεσίας ηλεκτρονικής αλληλογραφίας και της διαδικτυακής τηλεφωνίας στη Verizon Communications αντί του ποσού των 4,83 δισεκατομμυρίων δολαρίων!

Στην Ελλάδα, λοιπόν, όπου η Yahoo διαθέτει περίπου 600.000 διαδικτυακούς φίλους, πρώην στέλεχος της κατηγορείται ότι,



Οι τελευταίες εξελίξεις στη Yahoo έφεραν στην επιφάνεια στοιχεία για παραπλάνηση των χρηστών αλλά και των διαφημιζομένων

εκμεταλλευόμενο αυτή τη θολή και μεταβατική κατάσταση και προφανώς εν αγνοία της ίδιας της εταιρίας, κάνει διάφορες κινήσεις προς όφελός του.

Έχει καταρχάς τη δυνατότητα να αναπαράγει στην οθόνη σε-λίδα της Yahoo επλεκτικά ειδήσεις από τα sites που προτιμά ο ίδιος. Όπως υποστηρίζει, μάλιστα, ένα από τα μεγαλύτερα ανεξάρ-

τητα sites, το kouristorportocali.com, η αναπαραγωγή και η προώθηση αυτή συνοδεύονται από σημαντικά οικονομικά ανταλλάγματα σε μηνιαία βάση!

Εκτός από την ελληνική σε-λίδα της Yahoo, μεγάλο παιχνίδι με τις επισκεψιμότητες αναφέρεται ότι γίνεται παράλληλα, από τους ίδιους ανθρώπους, μέσω και του facebook. Συγκεκριμέ-

να, έχουν δημιουργηθεί μερικές σελίδες στις οποίες προστίθεται με ψεύτικα προφίλ-ρομπότ πολυ μέγας αριθμός «φίλων», οι οποίοι όμως είναι εικονικοί και επί της ουσίας ανύπαρκτοι.

Τα λεγόμενα «προφίλ» τους είναι πανομοιότυπα, περιλαμβάνοντας απλώς λίγες φωτογραφίες και τίποτε άλλο. Όμως χρησιμοποιούνται ώστε μέσω αυτών να αναπαράγονται και να διαχέονται στον χώρο του διαδικτύου τα sites που έχουν επιλεγεί, φουσκώνοντας την επισκεψιμότητά τους.

Με αυτό το ντοπάνισμα αλλοιώνεται η πραγματική εικόνα, επιπλέοντας ωστόσο στους ιδιοκτήτες των συγκεκριμένων sites -που εμφανίζονται ως δίδεν με-γάλα και κυρίαρχα- να πηγαίνουν στις διαφημιστικές εταιρίες και να απαιτούν διαφημίσεις που όμως δεν αντιστοιχούν στα αληθινά μέγεθ της επισκεψιμότητάς τους!

Και αυτόν τον τρόπο, τις τεχνικές αλλοίωσης, επιπρεάζονται και η σειρά κατάταξης των ιστοσελίδων στη γνωστή μηχανή ALEXA, με αποτέλεσμα η λίστα που παρουσιάζει να καθίστα-

ται εκ των πραγμάτων εντελώς αναξιόπιστη ως εργαλείο. Εκτός από τους αναγνώστες, έως τώρα έχουν άγνοια και οι πιο πολλοί διαφημιζόμενοι για τις μεθοδεύσεις αυτές, οι οποίες καταλήγουν εις βάρος τους, αφού πληρώνουν, μεν, πιστεύοντας ότι προβάλονται από ιστοσελίδες με ισχυρή απήχηση στο κοινό του διαδικτύου, αλλά τελικά οι διαφημίσεις τους καταλήγουν άχρηστες, αφού δεν τις βλέπει σχεδόν κανείς.

Οι πελάτες των διαφημιστικών εταιριών που αποδέχονται τέτοιες εισηγήσεις για να διαφημιστούν σε sites που δεν διαβάζονται πιάνονται θύματα πετώντας τα χρήματά τους σε πηγάδι χωρίς πάτο. Για τους ειδικούς, μάλιστα, η απάτη είναι εύκολο να διακριβωθεί, αφού υπάρχει ένα αρκετά ασφαλές κριτήριο.

Από τα αναλυτικά -και όχι τα πρόχειρα- στατιστικά στοιχεία για κάθε site προκύπτει ο χρόνος παραμονής κάθε αναγνώστη σε αυτό. Και όσο περισσότερο «μαιμού» είναι η επισκεψιμότητα τόσο ελαχιστοποιείται ο χρόνος παραμονής...