

„Ethik für Webdesigner und Webagenten“

(Felix Stoll)

Ein Vortrag im Proseminar
„Ethische Aspekte der Informationsverarbeitung“

1. Ethik im Internet (allgemein)
2. Ethik des Webdesigners
3. Webagenten (Suchmaschinen)
4. Vertrauen im Web

1. Ethik im Internet (allgemein)

Begriffklärung:

Ethik [griech.] Lehre vom sittlichen Verhalten, Sittenlehre

Sittenwidrig

ist das, was der herrschenden Rechts- und Sozialmoral entgegensteht.

Gesetzwidrigkeiten im Internet:

- Raubkopien (Musik, Software, Filme)
- Diebstahl von Geistigem Eigentum (Bilder, Texte, Quelltexte)
- verstoße gegen Jugendschutzgesetz
- Illegaler Verkauf rezeptpflichtiger Arzneimittel
- Kinderpornographie
- Propagandamaterial
- verstoße gegen Datenschutzgesetze
- Verkauf illegaler Drogen
- usw.

Internet → internationaler Schwarzmarkt?

Wer ist dafür verantwortlich?

- Webdesigner
- Internet-User

Wer macht sich die Mühe und kontrolliert diese Datenflut auf die bestehenden Rechtslagen?

- Administratoren und Moderatoren (Chats, Foren, Internethandel)
- Serveradministratoren
- Suchmaschinen
- Staat

Probleme:

- unterschiedliche Rechtslage in den einzelnen Ländern
- Unadministrierte und unmoderierte Chats, Newsgroups, Foren
- file sharing - Programme
- Überforderte Administratoren von Großservern
- private Server
- keine Anmeldung bei Suchmaschinen
- nicht jede Suchmaschine kontrolliert
- Staat ist pleite

Soziale Moral:

- Zumutbarkeit der Seiten
- Inhaltliche Zumutbarkeit
- Vermeidung langer Downloadzeiten
- Browser-Kompatibilität
- Rechtzeitige Aktualisierung der Seiten
- Garantie einer Stimmigkeit des Inhalts
- Entfernen der Seiten nach Aufgabe
- Lesbarkeit von Texten
- Rechtschreibung & Grammatik
- Einhalten von Absätzen
- Vermeiden von Angriffen (Beleidigungen) gegenüber Dritter
- Erwähnen des Autors mit Kontaktmöglichkeit

2. Ethik des Webdesigners

soll:

- Internetseite nur wenn benötigt
- an geltende Gesetze halten
- Verwendung von eigenem Material
- bei Verwendung von Fremdmaterial um Erlaubnis fragen
- Prüfung des Inhalts auf Korrektheit
- Foren administrieren und moderieren
- auch bei Chats
- ständiges aktualisieren der Daten
- Entfernen der Seite nach Aufgabe

ist:

- viele Seiten mit gleichem Thema und kaum unterschiedlicher Informationen
- viele Seiten mit Fehlerhaften Informationen
- Verwendung von Fremdmaterial ohne Erlaubnis
- viele Seiten mit veralteten Informationen
- unadministrierte und unmoderierte Foren in aufgegebenen Seiten

Wie kann man bei so vielen Seiten mit nutzlosen Informationen noch das finden, was man sucht?

➔ Suchmaschinen (Webagenten)

3. Webagenten (Suchmaschinen)

Was ist ein Agent?

- ‚Prolegomena zu einer Agentologie‘ von Peter Schefe
05.12.1996: „Ethik ist ein Fremdkörper in der perfekten Gesellschaft der Agenten.“
- ‚Ethical Web Agents‘ von D.Eichmann: “An agent is a program that interacts and assists an Enduser.”

20% aller HTTP – Transaktionen sollen auf Web-Agenten zurückzuführen sein.

Wie funktionieren Suchmaschinen?

- durchsuchen des Webs durch Verwendung von „spiders“
- angemeldete URLs werden durchsucht
- automatische Anfrage des Suchbegriffes bei anderen Suchmaschinen
- unterschiedliche Suchergebniskriterien der Verschiedenen Suchmaschinen:
 - durch Häufigkeit des Suchbegriffes
 - durch Häufigkeit der Verwendung der URL in der Suchmaschine
 - durch manuelle Bewertung durch den Administrator der Suchmaschine
 - durch Bewertung durch User
 - Bewertungsverbesserung durch finanzielle Zuwendung

Probleme:

- Nicht alle Internetseiten sind angemeldet und werden durchsucht
- Reihenfolge der Angezeigten Links sind meist unabhängig von der Qualität der Seite
→ zu viele unüberschaubare und unnütze Informationen
- bei Suchmaschinen mit Bewertung durch den Administrator nur „sehr“ begrenzte Anzahl von Seiten / heute nicht mehr üblich, meist nur automatisches einschreiben der Seiten

Was ist Page Ranking?

- Page Ranking von Google
 - Suchalgorithmus von Sergey Brin und Larry Page
 - durch Häufigkeit der Seiten, die auf die URL des Suchergebnisses verlinken
 - Links von Seiten mit hohem Page Rank zählen mehr, als Links von Seiten mit niedrigem Page Rank
- erwies sich als sehr effizient
- machte Google innerhalb kurzer Zeit zur meist genutzten Suchmaschine
- Anfang 1999 → 10.000 Anfragen pro Tag
- Anfang 2003 → 200.000.000 Anfragen pro Tag

Problem:

- Möglichkeit der Beeinflussung des Page Ranking durch „Link-Farms“, welche auch genutzt wurde (SearchKing)

Lösung:

- Google vergab Strafpunkte an Link-Farms und an jeden ausgehenden Link

Neues Problem:

- dies kann ausgenutzt werden, indem URLs der Konkurrenten in diese Link-Farms eingetragen werden

andere Nachteile an Page Ranking:

- neue Seiten stehen ganz am Ende des Page Rank
- müssen sich hocharbeiten (bei etablierten Seiten beliebt machen)

4. Vertrauen im Web

Wem kann man im Netz vertrauen?

- etablierten Firmen?
- Open Source Gemeinden?
- einzelne User?

Wie kann man sich vertrauen im Internet aufbauen?

Firmen:

- Support

Open Source Gemeinden:

- gute Argumentation in Foren
- gute übersichtliche Quellcodes
- mitschwimmen

User:

- verhalten in Foren und Chats
- Bewertungen

Andere Vertrauenserweise:

- Elektronischer Ausweis (z.B. Passport von MS)
- Vertrauen von gemeinsamen bekannten
- semantische Beschreibung des Angebots
- Vertrauens-Register

Warum man Onlineshops kein Vertrauen schenkt?

54%	Ware kann nicht begutachtet und geprüft werden
35%	zufrieden mit „realen“ Geschäften
29%	Angst vor Datenmissbrauch
28%	keine Beratung und kein Service
25%	Reklamation schwierig
22%	Ware nicht billiger als anderswo
20%	aus Gewohnheit nur „Offline“-Käufer
20%	Angst vor Abrechnungsfehlern
16%	Unsicherheit mit dem Medium Internet
14%	unsichere Rechtslage

(Angaben aller Surfer, die nicht im Internet einkaufen)

Quellen:

Chris MacDonald: The ethics of web site engineering. CMC Magazine
July 1, 1995.

<http://www.ibiblio.org/cmc/mag/1995/jul/macdonald.html>

(1. 10. 2003).

David Eichmann: Ethical web agents.

<http://archive.ncsa.uiuc.edu/SDG/IT94/Proceedings/Agents/eichmann.ethical/eichmann.html>

(1. 10. 2003).

Christina Buu-Hoan: The power of Google.

<http://www.searchethos.com/power-of-google.html>

(1. 10. 2003).

Andreas Grote: Sturmwarnung im Datenozean. Süddeutsche Zeitung,
15. 7. 2003, S. 35.

Detlef Borchers: Trau keinem unter www. Süddeutsche Zeitung,
12. 8. 2003, S. 17.

Mummert Consulting/Universität Karlsruhe: Online-Schopping – nein
danke. N.D., 22.10.2003, S. 7.

Bekämpfung der Kriminalität im Internet.

<http://www.artikel5.de/aufsaeetze.html#bka>

(25.12.2003)

Dr. Klaus Moritz: stud. jur. Trainer Zivilrecht.

http://bgj.jura.uni-hamburg.de/einwand/138.htm#1_138_sittenwidrigkeit

(25.12.2003)

Peter Schefe: Prolegomena zu einer Agentologie 05.12.1996.

<http://www.heise.de/tp/deutsch/special/vag/2083/1.html>

(17.01.2004)

Frank Teuteberg: Effektives Suchen im World Wide Web:
Suchdienste und Suchmethoden.

<http://www.bi.euv-frankfurt->

[o.de/en/team/members/fteuteberg/PDF_Dateien/Effektives.pdf](http://www.bi.euv-frankfurt-o.de/en/team/members/fteuteberg/PDF_Dateien/Effektives.pdf)

(17.01.2004)

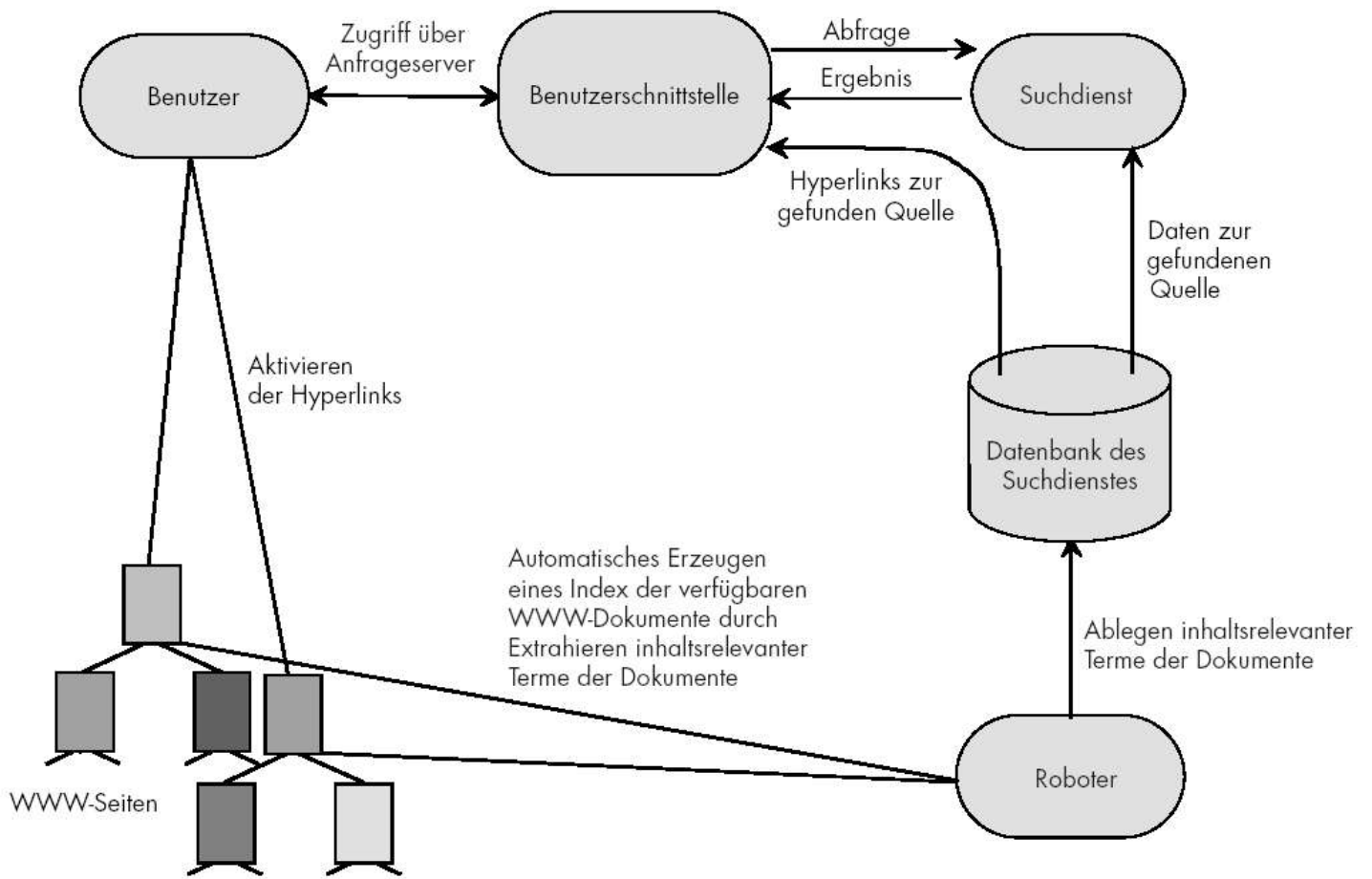


Bild 1 Ablauf einer Suchabfrage