

Firefox contra Barrieren

Mozilla hat den **Barrierefreiheitsinspektor** im neuen Firefox 70 um zusätzliche Entwicklertools erweitert. Diese sollen Entwicklern dabei helfen, Websites besser auf ihre Tauglichkeit für Menschen mit Behinderungen zu überprüfen. Damit erleichtert Mozilla auch die Umsetzung einer EU-Richtlinie, nach der Websites und Apps des öffentlichen Sektors ab September 2020 die Web Accessibility Guidelines 2.1 (WCAG) des W3C erfüllen müssen.

Entwickler und Nutzer erreichen die neuen Funktionen über die Developer-Tools des Browsers – dort findet sich der Tab „Barrierefreiheit“. Der Inspektor enthält beispielsweise Instrumente, um systematisch die Tastaturnavigation zu optimieren. So können Nutzer mit eingeschränkter Sehfähigkeit Links auf Websei-

ten häufig nicht richtig erkennen, wenn sie mithilfe der Tab-Taste von einem Link zum nächsten springen. Auch zu geringe Kontraste zwischen Textfarbe und Hintergrund wirken sich bei ihnen negativ auf die Lesbarkeit aus. Der Inspektor macht den Entwickler auf entsprechende Abweichungen von den WCAG-Richtlinien aufmerksam, in diesem Fall über einen Farbwähler.

Der Inspektor kann außerdem eine übersichtliche Liste aller Probleme erzeugen, die er auf einer Webseite erkennt. Damit erleichtert er eine systematische Fehlersuche. Die Dev-Tools enthalten außerdem Links zu ergänzenden Hilfsartikeln. Sie unterstützen Entwickler bei der Optimierung und enthalten zusätzliche Informationen zu Problemen. (mon@ct.de)

Google: Bessere Suche, kein Flash mehr

Google verbessert seinen Suchalgorithmus mit der quelloffenen Technik BERT (Bidirectional Encoder Representations from Transformers). Damit will das Unternehmen **komplizierte und schwer verständliche Suchanfragen** besser verarbeiten. Bislang konnte der Algorithmus durchaus ins Schleudern kommen, wenn Suchende im Glauben an Googles Fähigkeiten auch längere Begriffsketten eintippten. Mit dem BERT-Modell gewichtet der Suchalgorithmus beispielsweise Präpositionen und andere Nuancen höher als bisher. Laut Google soll der überarbeitete Algorithmus etwa 10 Prozent der Anfragen betreffen. Der Konzern bezeichnete ihn als „größten Sprung nach vorne“ der vergangenen fünf Jahren. Zunächst erhält das englischsprachige Angebot ein Upgrade, weitere Sprachen sollen aber bald folgen.

Bei den Suchergebnissen gibt es auch an anderer Stelle eine größere Änderung. Ab Anfang 2020 **ignoriert Google Flash in den Suchergebnissen**. Sprich: Der Flash-Content auf Webseiten verschwindet vom Radar und Google indexiert keine alleinstehenden SWF-Dateien mehr – für Flash-Spiele beispielsweise verringert sich dadurch die Wahrscheinlichkeit, dass Nutzer sie finden. Der Abgang auf Flash wurde schon vor längerer Zeit angestimmt: Adobe selbst will die Unterstützung und Verbreitung des Flash Player Ende 2020 einstellen. Die Browser Chrome, Firefox und Edge zeigen Flash bereits jetzt nur noch auf ausdrücklichen Nutzerwunsch an. Multimedia-Inhalte werden schon länger bevorzugt über offene Webstandards wie HTML5 dargestellt. (mon@ct.de)

Anzeige

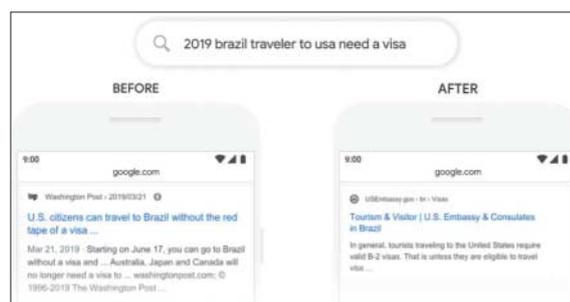


Bild: Google

Anders als bei der abgebildeten Suchanfrage links gewichtet Google mit dem neuen Algorithmus auch das „to“ vor „usa“ und versteht, dass ein Brasilianer in die USA reisen will (und nicht umgekehrt).

Social Media gegen Desinformation

Twitter plant neue **Richtlinien gegen Deepfakes**, die „die physische Sicherheit einer Person gefährden oder zu Offline-Schäden führen könnten“. Laut eines Tweets arbeite man an besonderen Regeln für „unechte und manipulierte Medien“. Diese richten sich gegen Fotos, Videos und Audiodateien, die nachträglich so bearbeitet worden sind, dass sie Nutzern falsche Tatsachen und Ereignisse vermitteln. Solche über Twitter geteilte Deepfakes könnten möglicherweise erhebliche Schäden verursachen, so das Unternehmen. Es will in den nächsten Wochen zunächst in einer Feedback-Phase seine Nutzer einbinden. Die Nutzer sollen Input für die Suche nach unechten Medienbeiträgen liefern und ihre Meinungen einbringen; dieser Input soll in die endgültigen Richtlinien einfließen.

Facebook will mit Blick auf die US-Präsidentenwahl im kommenden Jahr ebenfalls verstärkt gegen Propagandakampagnen vorgehen. Um mehr Transparenz zu schaffen und **Desinformationskampagnen zu bekämpfen**, sollen Inhalte, die von staatlich kontrollierten Medien stammen, gut sichtbar markiert werden. Als Beispiel wird der russische Fernsehsender Russia Today genannt. Facebook plant zudem, die Arbeit unabhängiger Faktenprüfer auf seine Tochter Instagram auszudehnen.

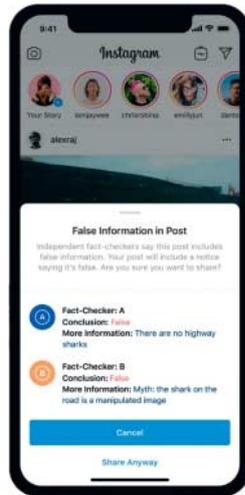


Bild: Facebook

Erwischt: Zwei Faktenchecker von Instagram haben falsche Informationen über einen „Fernstraßen-Hai“ in einem Posting als solche gekennzeichnet.

Haben sie einen Beitrag für falsch erklärt, soll das Netzwerk erkennbar darauf hinweisen. In einer Telefonkonferenz betonte Facebooks Gründer und Chef Mark Zuckerberg, man habe das Instrumentarium gegen Propaganda und gefälschte Nachrichten verbessert, Länder wie Russland, Iran und China würden ihre Kampagnen aber ebenfalls weiterentwickeln. Wenig später gab Facebook bekannt, drei Operationen dieser Art aus dem Iran und eine aus Russland aufgedeckt und unterbunden zu haben. Ziel seien Menschen in den USA, Lateinamerika und Nordafrika gewesen. (mon@ct.de)

Anzeige

Venezuela: Adobe bleibt

Der Adobe-Konzern hat die angekündigte **Abschaltung seiner Dienste in Venezuela gestoppt**. Wie das Unternehmen in einem Blogbeitrag schrieb, habe ihm die US-Regierung nach Gesprächen die Erlaubnis erteilt, Dienste wie die Creative Cloud oder die Document Cloud weiterhin an-

zubieten. Ursprünglich wollte Adobe die zugehörigen Konten zum 29. Oktober deaktivieren und einen Sanktionserlass von US-Präsident Trump befolgen. Der Erlass untersagt US-Institutionen und -Bürgern jegliche Wirtschaftsbeziehungen mit dem südamerikanischen Land. (mon@ct.de)

Datenleck bei Adobe

Gemeinsam mit dem IT-Sicherheitsdienstleister Comparitech hat der Security-Spezialist Bob Diachenko aufgedeckt, dass Adobe eine Datenbank mit 7,5 Millionen **Kundenkonten der Creative Cloud offen ins Netz** gestellt hat. Von dem mittlerweile geschlossenen Leck betroffen waren demnach unter anderem Mailadres-

sen, Kontoerstellungszeitpunkte, genutzte Produkte, Abostatus, Mitglieds-IDs, Länder, letzte Logins und Zahlungsstatus. Passwörter und Zahlungsmitteldaten seien nicht einsehbar gewesen. Nutzer sollten dennoch wachsam sein: Angreifer könnten mit den zugänglichen Daten gezielte Phishing-Angriffe durchführen. (mon@ct.de)