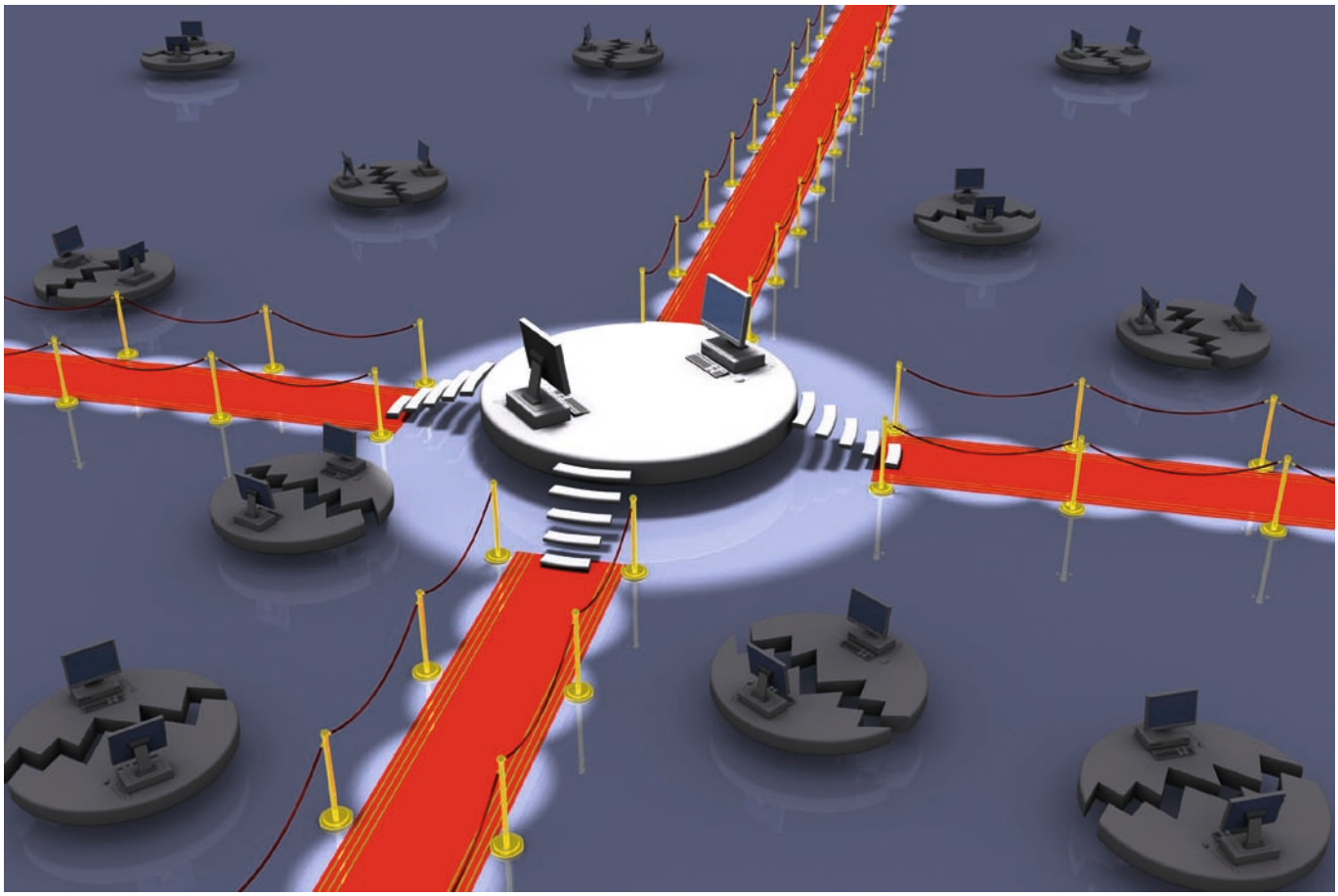
Kommunikations- und Partizipationsmöglichkeiten im Internet

# Sprachdienstleister 2.0

In Online-Communitys, Blogs, Wikis und auf YouTube können sich Sprachdienstleister selbst darstellen und Kontakt zu Kollegen und Auftraggebern aufbauen. Doch ist Umsicht im Umgang mit dem Web 2.0 geboten.



Viele Sprachdienstleister nutzen bereits das Web 2.0 als offenen Raum für Kommunikation und Veröffentlichung von Inhalten. In einer Umfrage[1] unter 314 freiberuflich tätigen Dolmetschern und Übersetzern gaben rund 30 % an, Mitglied bei Xing.com zu sein. Xing ist wie das amerikanische Pendant LinkedIn.com ein speziell auf den Zweck des aktiven Kontaktmanagements ausgerichtetes **Social Network**. Ähnliche **Online-Communitys**, die sich jedoch hauptsächlich an Sprachmittler richten, sind z. B. ProZ.com oder TranslatorsCafe.com. 70 % der Teilnehmer der 2008 durchgeführten Umfrage nutzen diese oder ähnliche Plattformen. Für 60 % der befragten Xing-Mitglieder ist insbesondere der branchenübergreifende Ansatz des Portals interessant; gut ein Viertel schätzt die einfache Kontaktpflege. Bei den translationsspezifischen Portalen nutzen zwei Drittel der Mitglieder vor allem die dort gebotene Hilfe bei terminologischen Schwierigkeiten. Für jeweils knapp 40 % sind diese

1 Vgl. Pieloth 2008:85-87 auch für die folgenden Angaben.

Dienste wichtig für die Akquise und den allgemeinen Meinungs- und Erfahrungsaustausch mit Kollegen.

Diese Nutzungsmotive kehren auch bei anderen Web- und Internetdiensten wieder. So schildern z. B. von Sprachmittlern betriebene **Blogs** (auch: Weblogs) häufig Herausforderungen des Unternehmeralltags.[2] Solche „digitalen Tagebücher" werden meist mithilfe eines Blogsystems wie z. B. WordPress geführt, um die Einzelbeiträge besser zu kategorisieren und zu verwalten. Über eine so genannte Blogroll werden Links zu anderen interessanten Blogs zur Verfügung gestellt, und die Kommentarfunktion ermöglicht eine Diskussion der Artikel.

## Flurfunk für virtuelle Kooperationspartner

Dieses Konzept wurde weiterentwickelt zum **Micro-Blogging**. Der wahrscheinlich bekannteste Dienst dieser Art ist Twitter.com. Ähnlich wie bei anderen Online-Communitys besitzt auch hier jeder Nutzer ein eigenes Profil. Die Nutzer veröffentlichen Statusmeldungen, die allerdings auf eine Länge von 140 Zeichen begrenzt sind. Im Allgemeinen tauschen sie vor allem Links zu interessanten Websites aus. Bei den „twitternden" Sprachdienstleistern[3] werden so z. B. auf schnellem Wege Verständnis- und Softwareprobleme geklärt; häufig ersetzt der Dienst als eine Art „digitaler Flurfunk" auch die bei vielen Selbstständigen fehlende Bürogemeinschaft. Das Besondere an Twitter ist, das viele den Dienst mobil, d. h. über SMS oder webfähige Handys, nutzen und er dadurch dynamischer als herkömmliche Webforen ist.

Ähnlich zeitnah können Übersetzer und Dolmetscher über **Mailing-Listen** wie die des TechWriter's Home[4] kommunizieren. Allerdings sind hier die Informationen auf verschiedene E-Mails verteilt und dadurch nur schwer zu verwalten. In Blogs hingegen sind Artikel oft mit Schlagwörtern (Tags) versehen, anhand derer sie sich ordnen lassen. Zu Micro-Blogging-Diensten wie Twitter gibt es hilfreiche Tools, die die Informationsflut nach Themen gliedern. Zur Bündelung von Inhalten wird mittlerweile auch ein **Wiki** zum TechWriter's Home[5] angeboten. Vom Prinzip her vergleichbar mit der bekannteren Wikipedia, ist das TWH-Wiki eine ständig abrufbare Sammlung von Links und Inhalten, die von den Nutzern für nützlich befunden wurden und von jedem weiterbearbeitet werden können.

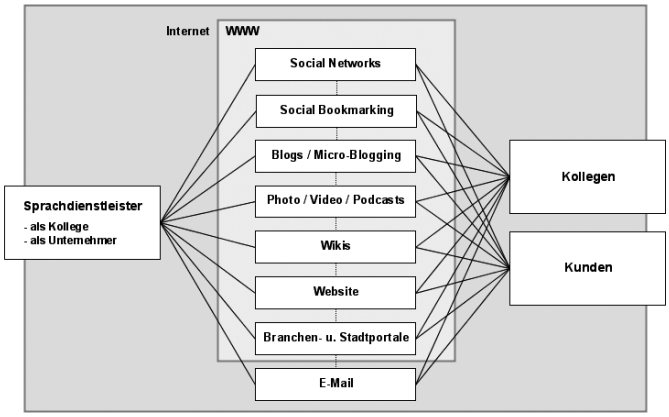



**Abb. 1: Mögliche Kommunikations- und Interaktionskanäle im Internet und WWW**

Sollen hauptsächlich Links zur Verfügung gestellt werden, bieten sich **Social-Bookmarking**-Dienste wie z. B. Delicious.com oder Mister-Wong.de an. Hier können interessante Verknüpfungen gespeichert, kategorisiert, bewertet und kommentiert werden. Dolmetscher und Übersetzer können mit diesen „Lesezeichen-Websites" wertvolle Recherchequellen sammeln. Von Vorteil ist, dass die Bookmarks nicht ausschließlich über den eigenen Browser, sondern direkt übers Web zugänglich sind. Daher kann der Nutzer von jedem internetfähigen Computer auf sie zugreifen und sie anderen weitergeben.

Nicht nur Texte können auf einfache Art veröffentlicht oder verlinkt werden, auch Fotos, Videos und andere **Media-Dateien** können einfach ins WWW gestellt werden. Flickr.com und YouTube.com sind bereits populäre Dienste hierfür. Ein weiteres Beispiel ist SlideShare.net, über das PowerPoint-Präsentationen sowie Word- und PDF-Dateien publiziert werden können.[6] Kompakte Datenformate wie mp3 vereinfachen außerdem die Aufnahme und Verbreitung von Audiodateien (Podcasts).[7]

Das Sammeln solcher Inhalte verschiedener Herkunft bzw. verschiedener Formate auf einer Webseite wird mittlerweile von vielen Anbietern über **Schnittstellen** (APIs) auf einfache Art ermöglicht. So stellt ProZ seinen Nutzern eine Twitter-Schnittstelle zur Verfügung, über die Statusmeldungen automatisch ins eigene Profil importiert werden. Xing fördert durch so genannte Applikationen die Interaktion der Mitglieder und ermöglicht beispielsweise die Veröffentlichung von PPT-Präsentationen auf dem eige-

2 Die „Top 100" der sprachorientierten Blogs werden jährlich durch eine Abstimmung auf Lexiophiles.com und bab.la gekürt: http://en.bab.la/news/top-100-language-blogs-2009.html [9.2.2010]

3 Matthew Bennet hat eine Auswahl von Dolmetschern, Übersetzern und anderen twitternden „Sprachliebhabern" zusammengestellt: www.matthewbennett.es/835/list-of-language-lovers-on-twitter [9.2.2010].

4 http://www.techwriter.de/thema/mailingl.htm [9.2.2010].

5 http://www.tw-h.de/wiki [9.2.2010].

6 Phillipa Hammond und Sarah Dillon haben diesen Dienst genutzt, um ihre PPT-Präsentation „Sustaining your freelance career with social media and Web 2.0" zu veröffentlichen: http://www.dillonslattery.com/2009/07/social-media-for-translators-prez.html [9.2.2010].

7 Podcasts von und für Sprachmittler gibt es z. B. auf http://speakingoftranslation.com [9.2.2010].

nen Profil. Auf beiden Plattformen kann der Standort des Anbieters über Google Maps angezeigt werden. Dies sind Beispiele dafür, dass zunehmend verschiedenartige Inhalte kombiniert werden (so genannte MashUps).

Eine weitere wichtige Entwicklung ist, dass Nutzer Produkte und Dienstleistungen beurteilen. So können z. B. über das **Branchen- und Stadtportal** Qype.com Dienstleister bewertet werden. Die Beiträge zur Anbieterqualität werden ganz im Sinne des Web 2.0 von den Nutzern für die Nutzer geschrieben.

## Wenig Technikkenntnisse erforderlich

Es gibt viele Wege, im WWW aktiv zu sein (siehe Abb. 1). Zusätzlich zur eigenen Website oder als Ersatz hierfür[8] kann ein Social-Network-Profil die Selbstvermarktung durch eine erhöhte Webpräsenz fördern und die Kommunikation mit Auftraggebern erleichtern. Ergänzende Medien wie z. B. Image-Filme, Präsentationen mit Tipps für eine gute Zusammenarbeit oder Status-Updates mit aktuellen Projekten können mittlerweile selbst von technisch weniger versierten Nutzern eingebunden werden und so den Informationsgehalt einer Seite erhöhen.

Außerdem bieten viele Portale hilfreiche Ressourcen, um Marktentwicklungen, Branchenneuigkeiten und Weiterbildungsangebote im Auge zu behalten. Mit Kollegen in Webforen über Blogs und Twitter geführte Diskussionen über Terminologie, Software oder Probleme des Berufsalltags können die eigene Arbeit unterstützen. Allerdings sollte gerade bei Themen zu Konflikten mit Auftraggebern bedacht werden, dass kritische Kommentare auf öffentlichen Webseiten prinzipiell auch diesen Kunden zugänglich sind.

## Grenzen zwischen privat und beruflich verschwimmen

Insbesondere in den Social Networks verschwimmen teilweise die Grenzen zwischen privat und beruflich, und viele Dolmetscher und Übersetzer sehen durch eine ausführliche Webpräsenz den Schutz ihrer Privatsphäre gefährdet.[9] Wer auf bestimmte Angaben nicht verzichten will, sollte daher über die Sicherheitseinstellungen des jeweiligen Portals anpassen, welche Informationen für welche Nutzergruppen zugänglich sind. Wer nicht möchte, dass seine Webbeiträge in Verbindung mit dem eigenen Namen gebracht werden, kann unter einem Pseudonym veröffentlichen.

### Wofür steht Web 2.0?

Im der digitalen Welt trägt neuerdings vieles die Versionsnummer 2.0. Das namensgebende Schlagwort Web 2.0 wurde im Oktober 2004 auf einer Konferenz des O'Reilly Verlags und der CMP Technology geprägt und soll für ein World Wide Web der neuen Generation stehen, das sich vor allem durch „Partizipation, Offenheit und Netzwerkeffekte" (Reitler 2007: 15) auszeichnet. Das Prinzip dahinter ist eigentlich altbekannt: Die Nutzer bekommen von einem Anbieter den technischen Rahmen gestellt, den sie zur Veröffentlichung ihrer eigenen Inhalte nutzen können. Schon WWW-Begründer Berners-Lee verfolgte Ende der 1990er Jahre die Vision des Webs als „gemeinschaftliches Werkzeug zum Publizieren, Modifizieren und Diskutieren von Inhalten" (Reitler 2007:34). Die Grundlage für die Umsetzung dieses Ideals auf einer breitenwirksamen Ebene wurde jedoch erst durch preiswertere und schnellere Datenübertragungswege, ausgereiftere Technologien und eine zunehmende Erfahrung der Nutzer geschaffen.
Weblogs, Wikis und Online-Communitys verkörpern den Kerngedanken hinter dem neuen Netzverständnis: Kommunikation und Partizipation. Oft wird daher in diesem Zusammenhang auch der Begriff Social Software verwendet. Soziale Software ermöglicht die Bildung sozialer Netzwerke, also „Gruppe[n] von Menschen, die ähnliche Interessen verfolgen" (Lutz 2005:29). Diese Interessen können z. B. auf persönlicher Ebene und/oder in gemeinsamen beruflichen Zielen liegen. Dieses karriereorientierte Knüpfen von Kontakten wird oft als Networking bezeichnet und umfasst v. a. die Anbahnung, Festigung und Pflege von Kontakten. Aus solchen Netzwerken heraus entstehen auch häufig Kooperationen der Mitglieder z. B. für die gemeinsame Bearbeitung größerer Übersetzungsprojekte.

Aber auch diejenigen, die selbst nicht im Web aktiv sind, sollten regelmäßig das Netz nach Inhalten zur eigenen Person überprüfen. Das WWW unterliegt keiner redaktionellen Prüfung, jeder kann also über jeden schreiben. Letztlich ist das Internet jedoch kein rechtsfreier Raum: Verleumdungen, Urheberrechtsverletzungen oder Missbrauch von Fotos sind auch hier strafbar und sollten ggf. rechtlich geahndet werden.

Zusätzlich sollten gerade Vielsurfer ihren Computer durch geeignete Software schützen, bestimmte Daten erst gar nicht preisgeben und eine gesunde Skepsis walten lassen, welchen Links sie folgen. Ein gefährlicher Trend in diesem Zusammenhang ist das so genannte Social Engineering, bei dem Daten aus dem Web dazu verwendet werden, personalisierte Phishing-Mails zu versenden. Über solche Nachrichten sollen die Empfänger z. B. auf präparierte Websites gelockt werden, um auf diesem Weg schadhafte Software in den Computer einzuschleusen oder an sensible Daten wie Kreditkartennummern zu

8 Von den Umfrageteilnehmern besitzen zwar nur 58 % eine eigene Website, jedoch haben 70 % ein Profil in Sprachmittlerforen (vgl. Pieloth 2008:103).
9 Vgl. Pieloth 2008:74.

gelangen. Gestohlene Passwörter können zudem erhebliche Probleme verursachen, wenn sie missbraucht werden, um zweifelhafte Inhalte unter fremdem Namen zu veröffentlichen.[10]

Es ist zu erwarten, dass die Unternehmenskommunikation über Social Media wie Online-Communitys und Blogs in Zukunft weiter zunimmt.[11] Branchengrößen wie z. B. Lionbridge haben diesen Trend erkannt und sind bereits auf verschiedenen Plattformen präsent. Auch Einzelunternehmer können sich die neuen Webangebote zunutze machen. In Anbetracht der Vielfalt der Möglichkeiten ist es jedoch unerlässlich, Nützliches von Überflüssigem zu trennen und herauszufinden, welche Dienste zu den eigenen Vorlieben passen. „Sprachdienstleister 2.0" sollten zwar zielgerichtet vorgehen, vor allem jedoch Spaß an der Kommunikation und Interaktion übers WWW haben – dann ergeben sich die positiven Effekte, sei es in Form neuer Kooperationen oder Kundenkontakte, früher oder später von selbst. ■

10 Vgl. hierzu und auch für Weiterführendes Eck (2008:81).

11 Z. B. laut den Ergebnissen des European Communication Monitor 2009: http://www.communicationmonitor.eu/ECM2009-Results-ChartVersion.pdf [9.2.2010].

## Bibliographie


Eck, Klaus: *Karrierefalle Internet: Managen Sie Ihre Online-Reputation, bevor es andere tun*. Hanser 2008. ISBN 978-3446416284

Lutz, Andreas: *Praxisbuch Networking.* Linde 2005. ISBN 978-3709302002

Pieloth, Franziska: *Präsenz und Selbstvermarktung von freiberuflichen Dolmetschern und Übersetzern im Internet*. Diplomarbeit (unveröffentlicht) am IALT der Universität Leipzig 2008

Reitler, Yvonne: „Web 2.0 – Sozio-technisches Phänomen oder Marketing-Hype?", in: *Web 2.0. Trends und Technologien im Kontext der Net Economy*. Gabler 2007, S. 15–34. ISBN 978-3835008366





**Franziska Pieloth**

*Franziska Pieloth studierte Dolmetschen in Deutschland, England und Frankreich. Neben dem Studium absolvierte sie Übersetzungspraktika und leitete ein Tutorium für Dolmetschanfänger. Seit ihrem Abschluss an der Universität Leipzig im Jahr 2009 ist sie freiberuflich tätig und könnte sich ein Arbeiten ohne das WWW kaum vorstellen.*
*mail@franziskapieloth.de*



*Anzeige*

