



universität
wien

MASTERARBEIT

Titel der Masterarbeit

Die DolmetscherInnen als BloggerInnen:

Nutzen DolmetscherInnen Blogs zu beruflichen Zwecken?

Eine Inhaltsanalyse

Verfasserin

Lisa Andert, BA

angestrebter akademischer Grad

Master of Arts (MA)

Wien, April 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 065 342 345

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Masterstudium Dolmetschen Englisch Französisch

Betreuerin / Betreuer:

Ao. Univ.-Prof. Dr. Franz Pöchhacker

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	5
2	GRUNDLAGEN	7
2.1	INTERNET UND WORLD WIDE WEB	7
2.2	WEB 1.0.....	8
2.3	WEB 2.0.....	10
2.3.1	<i>Begriffserklärung</i>	<i>11</i>
2.3.2	<i>Soziale Medien – Social Media</i>	<i>13</i>
3	BLOGS – WEBLOGS	20
3.1	WEBLOG - BEGRIFFSERKLÄRUNG	20
3.1.1	<i>Was sind Blogs?</i>	<i>21</i>
3.1.2	<i>Geschichte</i>	<i>22</i>
3.2	TAGEBUCH VS. BLOG.....	22
3.3	HOMEPAGE VS. BLOG	23
3.4	BLOGARTEN	25
3.4.1	<i>Blogs zu (Self-)Marketing-Zwecken</i>	<i>25</i>
3.5	WIE ERSTELLT MAN EINEN BLOG?.....	26
3.6	WIE SIEHT EIN BLOG AUS?.....	27
3.6.1	<i>Blogfunktionen</i>	<i>27</i>
3.7	WARUM BLOGGEN MENSCHEN?	29
3.7.1	<i>Einteilung nach Nutzen bzw. Zweck und Vorteilen von Blogs.....</i>	<i>29</i>
3.7.2	<i>Einteilung von Blogs nach Kategorien.....</i>	<i>31</i>
3.7.3	<i>Blogs für FreiberuflerInnen</i>	<i>32</i>
4	EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG.....	36
4.1	DOLMETSCHERINNEN IM WEB.....	36
4.2	BLOGS IM BEREICH DER TRANSLATION	36
4.3	BEWEGGRÜNDE FÜR DIE UNTERSUCHUNG.....	38
4.3.1	<i>Blogs mit beruflicher Absicht oder beruflichem Zweck.....</i>	<i>39</i>
4.4	UNTERSUCHUNGSKORPUS	40
4.4.1	<i>Auswahlmöglichkeiten für die Erhebungsgesamtheit.....</i>	<i>41</i>
4.4.2	<i>Auswahl der Blogs.....</i>	<i>44</i>
4.5	ANALYSEMETHODE	46
4.5.1	<i>Qualitativ oder quantitativ</i>	<i>47</i>
4.6	FRAGESTELLUNG 1	48
4.6.1	<i>Untersuchung des beruflichen Zwecks</i>	<i>48</i>
4.6.2	<i>Kriterienkatalog</i>	<i>49</i>

4.6.3	<i>Operationalisierung</i>	52
4.6.4	<i>Analyse</i>	53
4.6.5	<i>Schlussfolgerungen und Vergleich</i>	70
4.7	FRAGESTELLUNG 2	74
4.7.1	<i>Professionalität und Vertrauenswürdigkeit von Blogs</i>	74
4.7.2	<i>Kriterienkatalog</i>	75
4.7.3	<i>Analyse</i>	76
4.7.4	<i>Schlussfolgerungen und Vergleich</i>	91
5	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	97
6	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	100
7	BIBLIOGRAPHIE	101
	ANHANG	109
	ABSTRACT DEUTSCH	111
	ABSTRACT ENGLISCH	112
	LEBENS LAUF	113

DANKE,
MAMA UND PAPA!

1 EINLEITUNG

Das World Wide Web ist aus dem heutigen Leben nicht mehr wegzudenken. Ob für Privatpersonen oder Firmen – das Internet dient als wertvolles Werkzeug im modernen Zeitalter. Aufgrund der Tatsache, dass zahlreiche Menschen ständig und überall im Internet präsent sind, sei es aus privaten oder geschäftlichen Gründen, vernetzt sich die Welt zunehmend.

Da heute alle stets erreichbar, immer mit dem Internet verbunden sind und permanent auf dem neuesten Stand zu sein scheinen, hat man auch die Erwartung, alles und jeden im Internet zu finden. Im Laufe der Zeit haben sich die unterschiedlichsten Formen entwickelt, um diese ständige Präsenz im Internet zu ermöglichen. E-Mails, Homepages und soziale Medien wie Facebook und Blogs sind aus dem heutigen Leben kaum wegzudenken.

Nicht nur bei den InternetnutzerInnen sind Blogs, oder Weblogs, ein beliebtes Thema und wurden zu einer häufig verwendeten Form der Kommunikation und der Informationsbeschaffung. Blogs haben sich auch für die Forschung als interessantes Objekt herausgestellt. In den Wiener Fachbereichsbibliotheken der Bildungs-, Sprach- und vergleichenden Literaturwissenschaft, der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, der Soziologie und Politikwissenschaft und auch in der Bibliothek für Wirtschaftswissenschaften und Mathematik findet man zahlreiche Werke, wenn man das Schlagwort Blog in der Suchfunktion verwendet.

Als Rebecca Blood, ein Referenzname zum Thema Blogs, ihr Buch *The Weblog Handbook. Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog* (2002a) im Jahr 2002 herausbrachte, steckten Blogs noch in den Kinderschuhen. Es folgten viele andere, wie Ainetter (2006), die es sich in ihrem Werk zur Aufgabe machte, anhand der Analyse eines Weblogs zu beweisen, dass private Texte in Weblogs als Literatur bezeichnet werden können. Eberwein (2008) versucht in seiner Arbeit herauszufinden, wie Blogs JournalistInnen bei der Recherche helfen können, um sich zum Beispiel Informationen zu beschaffen oder Ideen zu holen. Schmidt (2011: 159-173) und Casuneanu (2013) behandelten auf unterschiedliche Weise das Thema Privatsphäre in (Micro)blogs. Diese Liste ließe sich beliebig fortführen, da die Arbeiten über Blogs bereits fast Ausmaße wie die Blogs selbst annehmen.

Auch die Online-Präsenz von DolmetscherInnen nimmt durch Blogs stetig zu. Der erste, theoretische Teil der Arbeit soll eine Basis schaffen, um sich dem Thema Blogs von Grund auf zu nähern. Es soll hier festgestellt werden, woher das Phänomen Blog überhaupt kommt und in welcher Entwicklungsphase des World Wide Webs Blogs erstmalig

auftauchen. Anhand der Erläuterungen zu den Themen Internet, Web 2.0 und sozialen Medien soll jene ‚Online-Welt‘ näher vorgestellt werden, in der diese Masterarbeit sozusagen zu Hause sein wird. Das Web 2.0 und dessen Anwendungen sollen deshalb einen wichtigen Stellenwert einnehmen, damit die LeserInnen verstehen, in welcher durch das Internet hervorgerufenen veränderten Realität sich Blogs entwickeln konnten.

Danach wird im zweiten Teil auf die Frage eingegangen, warum man überhaupt bloggt. Eine kurze Überleitung zur allgemeinen Internet-Präsenz von DolmetscherInnen soll dann an das Kernthema dieser Arbeit heranführen. Ziel dieser Arbeit ist es festzustellen, wie

viele bloggende DolmetscherInnen Blogs unter anderem nicht nur als Informationstool, Diskussionsplattform oder zum Nachsinnen über das Dolmetschen nutzen, sondern Blogs auch gezielt als Werkzeug im Berufsleben einsetzen. Anhand einer Auswahl von Blogs, die von DolmetscherInnen betrieben werden, soll nicht nur festgestellt werden,



Abbildung 1 Inhaltsaufbau

welche der BloggerInnen (auch) berufliche Zwecke verfolgen, sondern auch, inwiefern diese Seiten professionell und für potenzielle KundInnen vertrauenswürdig erscheinen.

Vorab muss erwähnt werden, welche unglaubliche Menge an Quellenmaterial zum Thema Weblogs/Blogs zur Verfügung steht. Im Internet - ob in Foren, Artikeln, Beiträgen, wissenschaftlichen Arbeiten in Form von PDFs, Masterarbeiten, Seminararbeiten, Hausarbeiten oder Blogs selbst - und auch in den Print-Medien - beschäftigen sich zahlreiche Menschen auf unterschiedlichste Art und Weise mit dem Phänomen Blog. Im Hinblick auf diese Arbeit wurden demzufolge sämtliche Erklärungen, Definitionen und sonstige Informationen mit bestem Wissen und Gewissen aus dieser Bandbreite an Material ausgewählt. Für diese Arbeit, welche sich ja vor allem im Internet bewegt, war es unumgänglich, von den vielen Internetquellen Gebrauch zu machen. Bei diesen Quellen wurde durch die genaue Quellen- und Datumsangabe versucht, das Zurückverfolgen bestmöglich zu gewährleisten.

2 GRUNDLAGEN

Rund 40% der Weltbevölkerung verfügt heute über eine Internetverbindung. Vergleicht man dies mit dem Jahr 1995 als es nicht ganz 1% der Menschen waren, so handelt es sich um einen beträchtlichen Anstieg. Zwischen den Jahren 1999 und 2013 hat sich die Anzahl der InternetnutzerInnen verzehnfacht (vgl. Internetlivestats/ITU/Statista: 2015).

Das Internet und das World Wide Web formen die Welt, in der die Untersuchungen dieser Masterarbeit stattfinden werden. Folglich ist es unerlässlich, sich diese Forschungsumgebung genauer anzusehen. Die Wörter Internet und World Wide Web sind in unserer Zeit derart allgegenwärtig, dass man gar nicht erst auf die Idee kommt, diese Begriffe näher zu hinterfragen. Natürlich sind sich alle bewusst, dass man häufig *www* an den Anfang einer bestimmten Website stellt, oder *http://*, oder *https://*, aber was es damit eigentlich auf sich hat und wozu man das tut, hinterfragt kaum jemand.

2.1 Internet und World Wide Web

Ein Leben ohne Computer könnte man sich heute nicht mehr vorstellen. In allen Lebenslagen finden sich jene Rechenmaschinen, die unser Leben erleichtern sollen. Ob in Gebäuden, Transportmitteln, Küchenmaschinen oder im Handy – viele sind sich der Allgegenwärtigkeit dieser kleinen Wundermaschinen gar nicht mehr bewusst. Früher handelte es sich um riesengroße elektronische Monster, von denen es weltweit nur eine Handvoll gab. Ambitionierte Wissenschaftler und Tüftler wie zum Beispiel Ed Roberts, Bill Gates, Steve Jobs und Steve Wozniak oder Firmen wie IBM und Xerox trieben die Entwicklung der ersten Heimcomputer voran (vgl. Planet Wissen: 2015). Die damals monströsen Rechenmaschinen,

die zur Datenverarbeitung dienten, entwickelten sich zu einer kaum wahrnehmbaren Technik in unserem Alltag, die das Sozial- und Kommunikationsverhalten der Menschen neu definieren sollte.

Beim **Internet** handelt es sich um ein riesiges, dezentrales Netzwerk von Computern, das ursprünglich in den 1960er Jahren in den Vereinigten Staaten entwickelt wurde (vgl. Ackland 2013: 1). Eine Abteilung der vom US-Verteidigungsministerium im Jahre 1958 gegründeten *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) setzte es sich zum Ziel, die Forschung über Interaktionen zwischen Computern voranzutreiben. Daraus resultierte die Entwicklung des *Advanced Research Projects Agency Network* (ARPANET), welches die Arbeit und Kommunikation zwischen dem Verteidigungsministerium und WissenschaftlerInnen erleichtern sollte. Durch die stetige Weiterentwicklung von Computern und deren bessere Benutzerfreundlichkeit konnte das Internet in den 1990er Jahren der breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden (vgl. Castells 2005: 20ff).

Das **World Wide Web** hingegen ist nur einer der Dienste des Internets; ein riesiges Netzwerk von Ressourcen, also von Bildern, Tönen und Dokumenten (vgl. Ackland 2013: 2). Der englische Programmierer Tim Berners-Lee entwickelte das Hypertext-System World Wide Web - WWW, das *weltweite Netz*, um Informationen zu verallgemeinern und diese für die Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Das Internet als globales Netzwerk aus Computernetzwerken wurde also durch das World Wide Web benutzerfreundlich (vgl. Castells 2005: 20ff).

Dem WWW liegt das *http* (HyperText Transfer Protocol) zugrunde, welches für die Kommunikation zwischen Browser und WWW-Server zuständig ist. Es ermöglicht Seiten darzustellen, die in HTML (HyperText Markup Language) geschrieben wurden. *https* bedeutet lediglich, dass es sich um eine sicherere Seite handelt, wo Daten verschlüsselt übertragen werden (vgl. Ackland 2013: 2).

2.2 Web 1.0

Beschäftigt man sich mit dem Thema Blog, so kommt man unweigerlich mit dem Begriff Web 2.0 in Kontakt. Das Web 2.0 ist sozusagen der Nährboden der Blogs, obgleich man sagen muss, dass es sich um eine Art Kreislauf handelt, da das Web 2.0 häufig durch Blogs definiert wird und umgekehrt.

Hört man den Begriff Web 2.0, so geht man davon aus, dass es auch einen Vorreiter, ein Web 1.0 geben muss. Worum handelt es sich also bei diesen beiden Bezeichnungen? Wie bereits erwähnt, hat die weltweite Nutzung des Internets und dessen rasche Verbreitung und

ständige Veränderung zur Folge, dass einem, wenn man den Versuch unternimmt, internetspezifische Begriffe zu hinterfragen oder zu definieren, ein unglaublicher Informationspool zur Verfügung steht.

Die ‚Entstehung‘ des Web 1.0 lässt sich nicht genau auf ein bestimmtes Datum festlegen. Es handelt sich bei internetspezifischen Themen immer um sehr verschwommene, dynamische Entwicklungsprozesse. Genau genommen entstand die Bezeichnung Web 1.0 erst, als sich die veränderte Nutzung des Internets, also das Web 2.0, herauskristallisierte. Diesen Begriff muss man sich also rückwirkend zum Aufkommen des Web 2.0 ansehen. Auch gibt es keine Trennlinie zwischen Web 1.0 und Web 2.0, wo eines anfängt und das andere aufhört. Anwendungen wie zum Beispiel Homepages, die eher mit dem Web 1.0 identifiziert werden, gibt es nach wie vor.

Demzufolge kennzeichnet das Web 1.0 den Beginn des Internets als Massenmedium. Anfang der 1990er Jahre blieb es vorwiegend den technisch versierten NutzerInnen vorbehalten, z.B. Homepages zu erstellen. Von Unternehmen als Kommunikationsmedium zwischen den verschiedenen Firmenstandorten entdeckt, fand das Internet Einzug in die Wirtschaft. Es boten sich neue Möglichkeiten und das Internet diente bald als praktischer Werbeträger (vgl. Ebersbach/Glaser/Heigl, Richard ²2011: 24f). Laut O'Reilly (vgl. 2005: 3) sind Websites im Web 1.0 statisch. Diese Seiten enthalten zwar nützliche Informationen, müssen aber nach einmaliger Einsicht nicht unbedingt nochmals aufgerufen werden. Des Weiteren sind die Seiten nicht interaktiv. Die NutzerInnen können die Informationen lediglich abrufen, diese aber nicht bearbeiten oder an der Informationsgestaltung teilhaben. Auch Software steht im Zuge des Web 1.0 zwar zum Download zur Verfügung, kann aber von den NutzerInnen nicht eingesehen oder verändert werden. Eine der zahlreichen Internetquellen zum Thema Web 1.0 ist zum Beispiel *netzvitamine.de*. Auch hier wird vom Web 1.0 als „erste Zeit des Internets seit dessen Entstehung“ gesprochen. Auf den Websites ist nicht vorgesehen, dass die UserInnen an der Gestaltung teilhaben. Es gibt also weder Kommentare zum Seiteninhalt noch Diskussionen zu den jeweiligen Themen. Zusammenfassend kann also gesagt werden, dass im Web 1.0 Informationen präsentiert und nicht generiert werden. Es gibt folglich eine klare Trennung zwischen Produzent und Konsument der bereitgestellten Online-Inhalte.

2.3 Web 2.0

Gibt man in der Suchmaschine Google den Begriff Web 2.0 ein, so erhält man 203 Millionen Ergebnisse in 0,18 Sekunden.¹ Unter den zahlreichen Definitionen zum Begriff Web 2.0 finden sich auch die unterschiedlichsten Artikel, Kommentare, Gebrauchshinweise, Geschichten u.v.m. zum Thema. Im Angesicht dieses Informationsüberflusses erweist es sich als schwierig, die eine, allumfassende Definition zu finden. Aber es soll auch nicht Zweck dieses Kapitels sein, das Web 2.0 in eine Definition zu zwingen. Vielmehr soll es eine Grundlage bieten, die dabei helfen soll, die Welt der Blogs besser kennenzulernen und zu verstehen.

Es ist allseits bekannt, dass es wesentlich für die Recherche von wissenschaftlichen Arbeiten ist, verlässliche Quellen zu nutzen. Es ist auch bekannt, dass man besonders Quellen aus dem Internet mit Vorsicht genießen muss – als Beispiel wird hier oft die Online-Enzyklopädie Wikipedia angeführt. Wikipedia basiert darauf, dass alle NutzerInnen alle Einträge bearbeiten können. Was beim wissenschaftlichen Arbeiten oft als Nachteil empfunden wird, bezeichnet Tim O'Reilly (2005: 3), ein Softwareentwickler, als Filter, der Fehler minimieren kann. Auch James Surowiecki (2005) spricht in seinem Buch *The wisdom of crowds* (Die Weisheit der Vielen) von der Tatsache, dass eine große Menschengruppe weiser als eine kleine ist. Ausnahmsweise soll in diesem Sinne für die erste Definition Wikipedia herangezogen werden. Auch deshalb, weil gerade Medien wie Wikipedia ein wichtiger Bestandteil des Web 2.0 sind.

Web 2.0 ist ein Schlagwort, das für eine Reihe interaktiver und kollaborativer Elemente des Internets, speziell des World Wide Webs, verwendet wird. Hierbei konsumiert der Nutzer nicht nur den Inhalt, er stellt als Prosument selbst Inhalt zur Verfügung. Der Begriff postuliert (...) eine neue Generation des Webs und grenzt diese von früheren Nutzungsarten ab. (Wikipedia: 2015)

Es handelt sich also um ein Schlagwort, das für verschiedenste Elemente des Internets benutzt wird. Mit Web 2.0 lässt sich also nicht einfach eine ‚Sache‘ definieren, sondern es geht vielmehr um eine Entwicklungsphase im Internet, eine neue Ära in der Nutzung des World Wide Webs, vielleicht sogar um eine neue Gesellschaftsform, die sich nun im Netz abspielt.

In 2006, the World Wide Web became a tool for bringing together the small contributions of millions of people and making them matter. (Grossman 2006)

So schwierig wie sich die Entwicklungsphase namens Web 1.0 mit einem Datum festlegen lässt, so schwierig ist es auch, den Übergang von Web 1.0 zu Web 2.0 zu bestimmen. Im Jahr 2006 spricht Grossman in seinem Artikel im ‚Time Magazine‘ von der großartigen Arbeit -

¹ vgl. <https://www.google.at> am 28. März 2015 um 15:19

Zusammenarbeit, die die Menschen gemeinsam in Wikipedia, YouTube und MySpace geleistet haben. Er geht sogar so weit zu sagen, dass dies nicht nur die Welt verändern wird, sondern auch die Art und Weise, wie sich die Welt verändern wird. Grossman spricht von einem neuen World Wide Web, nicht jenem, das Tim Berners-Lee für die Erleichterung von Forschungsarbeit „zusammenhackte“. Grossman (2006) spricht vom Web 2.0 als Revolution. Die Welt sieht also nicht länger zu, wie Online-Inhalte präsentiert werden. Man fängt an, den Inhalt selbst zu generieren. Die InternetnutzerInnen erstellen Facebook-Profilen, stellen selbst gemachte Videos auf YouTube online und bloggen über die aktuellsten Neuigkeiten. Das Time Magazine machte deshalb „you“ zur Person des Jahres 2006.

Und trotz der Tatsache, dass auch Grossman feststellen muss, dass man beim Durchlesen einiger YouTube-Kommentare schon allein aufgrund der Rechtschreibung Angst um die Zukunft der Menschheit bekomme, muss er auch dies als interessanten Aspekt des riesengroßen sozialen Experiments Web 2.0 anerkennen.

Auch Fischer (2007: 2) bezeichnet das Web 2.0 als „zweite Generation des Internets“. Durch verbesserte Internetzugänge und Breitbandanschlüsse findet ein „Paradigmenwechsel der Mediennutzung“ statt, „der das World Wide Web mit Leben füllt“.

2.3.1 Begriffserklärung

Ursprünglich wurde der Begriff Web 2.0 von Softwareentwickler Tim O'Reilly im Jahr 2004 im Zuge einer Konferenz des Veranstalters Media Live International geprägt. O'Reilly und der damalige Web-Pionier Dale Dougherty sprachen in einer Brainstorming-Sitzung von einem Wendepunkt für das World Wide Web, der aus der geplatzten dotcom-Blase im Jahr 2001 resultierte (vgl. O'Reilly 2005: 1). Seit diesem Zeitpunkt erhielt der Begriff Web 2.0 großes Medienecho.

Wie dynamisch das Internet ist und wie schnell sich Dinge verändern, zeigt allein schon die Verwendung des Begriffs Web 2.0. Sind manche erst beim Versuch den Begriff greifbar zu machen und in eine Definition hineinzupassen, denken andere bereits an das Web 3.0 oder das semantische Web (vgl. Lennartz 2006). Nichtsdestotrotz ist die Bezeichnung Web 2.0 für diese Arbeit unerlässlich, da sie vor allem im Zusammenhang mit Blogs im Allgemeinen und Blogs als Mittelpunkt wissenschaftlicher Arbeiten im Internet einen sehr wichtigen Stellenwert hat.

das Internet zu einer immensen Kommunikationsplattform herangewachsen ist, die es in dieser Art noch nicht gegeben hatte (vgl. Rölver/Alpar 2008: 297). Wenn man früher noch vom *Surfen* sprach, also vom Hin- und Herspringen zwischen verschiedenen Homepages und dem Herunterladen verschiedenster Inhalte, so spricht man im Web 2.0 vom Teilnehmen an der Informationsgestaltung. Nicht umsonst wird das Web 2.0 gerne als Mitmach-Netz bezeichnet. Der user-generated-content, also Inhalte in Form von Beiträgen, Videos, Bildern, Kommentaren, welche von den UserInnen selbst ins Netz gestellt werden, macht die Web 2.0-Ära aus (vgl. Ebersbach et al. 2011: 29f).

Zusammenfassend kann man sagen, dass das Web 2.0 durch folgende Aspekte gekennzeichnet wird (vgl. Gabler Wirtschaftslexikon: 2015):

- das Internet ist eine Plattform, die von allen produktiv genutzt werden kann
- einfache Benutzeroberflächen
- Unabhängigkeit von hard- und softwaretechnischen Gegebenheiten
- Dienste, die einfach zu benutzen, auszubauen und zu kombinieren sind
- kollektive Intelligenz wird für die ständige Datenerweiterung genutzt
- Zusammenarbeit der NutzerInnen macht den Zugriff auf diese Daten möglich
- Beteiligung der UserInnen an der Erstellung von Website-Inhalten
- ständige Aktualisierung von Inhalten
- Websites sind flexibel und dynamisch

Dies alles wurde technisch dadurch möglich, dass man nicht länger spezielle Fachkenntnisse benötigte, um Information im Internet online zu stellen. Früher musste man Auszeichnungssprachen wie HTML beherrschen, um eine Homepage zu erstellen. Heute stehen verschiedene Anwendungen, wie soziale Medien, zur Verfügung mit denen die Bereitstellung von eigenen Informationen nicht mehr kompliziert ist. Wer auch immer anfangen möchte, im Internet eine Präsenz aufzubauen, scheitert nicht länger an einem Mangel an technischen Vorkenntnissen.

2.3.2 Soziale Medien – Social Media

Soziale Medien (Social Media) dienen der (...) Vernetzung von Benutzern und deren Kommunikation und Kooperation über das Internet. Das Web 2.0, das Mitmachweb, ist wesentlich durch sie bestimmt. (Gabler Wirtschaftslexikon Online: 2015)

Je nach Definition werden Soziale Medien auch als Social Software bezeichnet. Der Begriff Social Software gibt bereits preis, dass es sich hier nicht länger um unzugängliche Software handelt, die man lediglich als ComputertechnikerIn versteht. Social Software oder Soziale

Medien machen es möglich, Daten unkompliziert auszutauschen (vgl. Fischer 2007: 3). Das deutsche Äquivalent zum englischen Social Media wäre am Ehesten „Mitmachmedien“ (vgl. Geißler 2010). Da sich dieser Begriff im deutschsprachigen Raum wie so viele andere Übertragungen von computerspezifischen Begriffen aus dem Englischen nicht durchsetzte, sollen für diese Arbeit die Bezeichnungen Social Media bzw. Soziale Medien verwendet werden.

Das Web 2.0 bietet durch die Sozialen Medien die verschiedensten Software-Möglichkeiten, sich selbst, seine Ideen oder seinen Beruf im World Wide Web zu präsentieren und sich mit anderen UserInnen zu vernetzen. Mittelpunkt dieser Anwendungen ist immer die Einbindung der NutzerInnen. Diese Anwendungen sollen nun im Folgenden erläutert werden:

Grob könnte man die Web 2.0-Anwendungen, die sozialen Medien, zum Beispiel wie Reichert (vgl. 2008: 8f) oder Ackland (vgl. 2013: 6f) in Blogs, Wikis und soziale Netzwerkseiten einteilen, wobei Ackland (2013: 6f) hier zusätzlich noch Microblog Sites (Mikroblog-Seiten) und Virtual Worlds (Virtuelle Welten) angibt. Geißler (2010) trifft hier eine andere Einteilung und unterscheidet zwischen kollaborativen Plattformen (zum Beispiel Wikipedia oder Blogs), sozialen Netzwerken (wie Facebook) und Communities (wie zum Beispiel Youtube) (vgl. Geißler 2010). Des Weiteren führt sie wie Ackland (vgl. 2013 6f) Virtuelle Welten an und ergänzt diese durch Online-Spiele.

Social Media Landscape

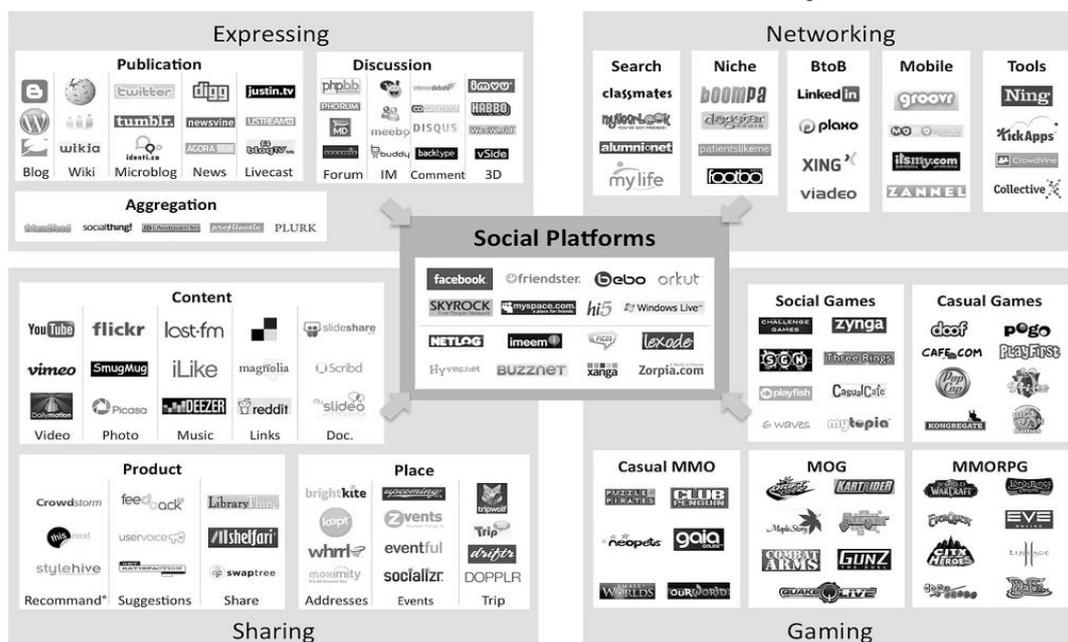


Abbildung 3 Überblick Soziale Medien

Die Grafik in Abbildung 3 ist eine von vielen, die versucht Soziale Medien durch eine Kategorisierung sichtbar zu machen. Sie soll vor allem die enorme Vielfalt der Sozialen Medien verdeutlichen, die im Internet existiert. Obwohl dies hier sehr strukturiert und geordnet erscheint, lassen sich diese Anwendungen nicht so einfach in bestimmten Gruppen unterbringen, da sie meist mehrere Funktionen erfüllen und viele Anwendungen korrelieren. Des Weiteren darf man solchen Grafiken niemals zu viel Aktualität zuschreiben, da diese Anwendungen oft sehr kurzlebig sind. Auch dies ist wiederum ein Merkmal des Web 2.0, in dem die NutzerInnen die Langlebigkeit einer Anwendung selbst in der Hand haben.

Nichtsdestotrotz soll versucht werden, die Web 2.0-Anwendungen, die sozialen Medien, zu umreißen. Da Blogs das zentrale Thema dieser Arbeit darstellen, sollen diese als letzter Punkt detaillierter behandelt werden. Die Einteilung dieser Arbeit soll an eine Broschüre von saferinternet.at angelehnt werden, die als kleines Nachschlagewerk für Lehrende zur Medienerziehung erstellt wurde (vgl. saferinternet.at 2010: 8ff).

Demnach lassen sich folgende Anwendungen unterscheiden:

- Soziale Netzwerke
- Foto- und Videoplattformen
- Online-Communitys, virtuelle Welten
- Wikis
- Social Bookmarking
- Microblogs
- Weblogs, Blogs

2.3.2.1 Soziale Netzwerke

Grundsätzlich dienen Soziale Netzwerkseiten zur Kontaktaufnahme mit anderen Menschen. Ist man Mitglied einer Sozialen Netzwerkseite, so hat man die Möglichkeit, ein eigenes Profil zu erstellen. Verschiedenste Funktionen ermöglichen die Kontaktaufnahme und -pflege mit FreundInnen, KollegInnen, Bekannten und MitarbeiterInnen (vgl. Reichert 2008: 9). Das eigene Profil wird dann mit persönlichen Informationen zur Schulausbildung, zum Beziehungsstatus, Aufenthaltsort, zu Interessen und Hobbys gefüllt. Auf solchen Social Networking Sites kann man zusätzlich auch Fotos online stellen, diese in Alben verwalten, Gruppen mit den verschiedensten Themeninhalten gründen, Beiträge kommentieren und mit den anderen Mitgliedern kommunizieren. Kennt man sich vielleicht in der realen Welt persönlich oder verfolgt im virtuellen Leben ähnliche Interessen, so hat man die Möglichkeit,

Freundschaften einzugehen oder sich mit jemandem zu ‚verlinken‘. Auf diese Weise findet eine Verknüpfung von immer mehr Menschen statt und ein Soziales Netzwerk entsteht (vgl. Saferinternet 2010: 6).

Denkt man an ein soziales Netzwerk, so kommt einem sofort *Facebook* in den Sinn. Aber auch *MySpace*, *Xing*, *LinkedIn* oder die längst in Vergessenheit geratenen Seiten *Friendster*, *Cyworld* (in Südkorea) und *studiVZ* zählen zu Sozialen Netzwerkseiten (vgl. Ackland 2013: 7). Eines der eher neueren sozialen Netzwerke ist Google+, das es seit 2011 gibt. Aufgrund der immer größer werdenden Social Media Anbieter Facebook und Twitter, brachte die Suchmaschine Google ein eigenes soziales Netzwerk heraus, das auf große Beliebtheit stieß (vgl. Wolff/Panter 2012: 113f).

Businessnetzwerke

Eine Untergruppe der Sozialen Netzwerke sind Businessnetzwerke wie das amerikanische Netzwerk *LinkedIn* und das deutsche Netzwerk *Xing*. Dass Facebookprofile in der Jobsuche eher kontraproduktiv sein können, hat sich in der Vergangenheit des Öfteren gezeigt. Dadurch haben sich Businessnetzwerke herausgebildet, die ausschließlich dazu dienen, den ArbeitgeberInnen einen ersten ‚Online-Eindruck‘ zu vermitteln. Natürlich können sie nicht als Ersatz für ein persönliches Gespräch dienen, aber sie sind zu einem wichtigen Bestandteil in der KandidatInnenauswahl für ArbeitgeberInnen geworden. Auch für Unternehmen selbst sind diese Netzwerke zu einer wichtigen Plattform geworden, um das Image zu pflegen, neue MitarbeiterInnen anzuwerben oder Produkte zu präsentieren (vgl. Mayerl 2014). In der Untersuchung von Dolmetsch-Blogs stellen Verlinkungen zu solchen Businessnetzwerken einen wichtigen Aspekt dar.

2.3.2.2 Foto- und Videoplattformen

Es gibt die unterschiedlichsten Plattformen im Internet, die zur Veröffentlichung oder Verwaltung von Fotos und Videos dienen. *Youtube.com* ist wahrscheinlich eine der bekanntesten Anwendungen zur massenhaften Verbreitung von Videos. *Picasa.com* und *flickr.com* sind eine Art Verwaltungssoftware für Bilder. Verschiedene Funktionen erlauben es, die Inhalte mit anderen UserInnen zu teilen, bzw. Fotos oder Videos nur für bestimmte Gruppen sichtbar zu machen (vgl. Saferinternet 2010: 8). Als eine andere Art der Fotoplattform könnte man Seiten wie *imgur.com* oder *9gag.com* bezeichnen. Besucht man diese Seiten, erhält man die verschiedensten Bilder und GIFs (mehrere Einzelbilder werden so abgespielt, dass sie als eine Art Kurzvideo dargestellt werden), die mit Kommentaren der UserInnen versehen werden. Zumeist werden sehr aktuelle Themen auf die verschiedenste Art

und Weise behandelt. So werden Bilder mit lustigen, ernsten aber auch gesellschaftskritischen Kommentaren versehen. Die Kommentare bzw. Bilder können dann von den anderen NutzerInnen positiv oder negativ bewertet werden, was zu einer Reihung der Einträge führt. Die NutzerInnen haben also selbst in der Hand, welche Inhalte für sie interessant und wichtig sind und welche in Vergessenheit geraten sollen.

2.3.2.3 Online Communitys in virtuellen Welten

Unter virtuellen Welten versteht man eine simulierte Welt, in der man die Möglichkeit hat, eine Art virtuellen Stellvertreter zu erstellen, um mit anderen Personen in Kontakt zu treten. Diese virtuellen Welten lassen sich in zwei Arten unterteilen. Es gibt Massively Multiplayer Online Role Playing Games (MMORPG) und ‚nur‘ virtuelle Welten, wo man eigentlich kein Spiel spielt. Bei den MMORPGs handelt es sich meist um Fantasy-Welten, wo SpielerInnen verschiedene Charaktere erstellen können, um dann Quests (Aufgaben, bei denen man zum Beispiel Monster bekämpft oder Gegenstände suchen muss) gemeinsam in der Gruppe mit anderen SpielerInnen oder alleine zu lösen. Zu den bekanntesten Spielen dieser Art gehört wohl WOW (World of Warcraft) der Firma Blizzard Entertainment (vgl. Ackland 2013: 7). Mit 6.8 Millionen AbonentInnen weltweit ist World of Warcraft auf Platz 1 der Spiele dieser Art (vgl. investor.activision 2014). Derartige Spiele zeigen, wie stark die Vernetzung durch das Internet geworden ist. Man kann weltweit mit den unterschiedlichsten SpielerInnen in Kontakt treten, um gemeinsam Aufgaben zu lösen und Herausforderungen zu meistern.

Die zweite Gruppe dieser virtuellen Welten lässt sich am besten an Second Life, das von Linden Lab entwickelt wurde, erklären. Obwohl der Hype um Second Life seit seiner Gründung im Jahr 2003 stark nachließ, findet dieses Spiel immer noch großen Anklang in den Online-Communitys. Grundlegend unterscheidet sich diese Gruppe von der ersten dadurch, dass die SpielerInnen kein Spiel spielen. Man erstellt fiktive Charaktere in einer alternativen Realität, die es erlauben, eine Art ‚zweites Leben‘ online zu führen. Es geht also nicht darum, irgendwelche Aufgaben spielerisch zu erfüllen, sondern darum, sich ein zweites ‚Ich‘ in einer Parallelwelt im Internet zu erschaffen, um dann mit anderen SpielerInnen in Kontakt zu treten und Inhalte selbst zu erschaffen (vgl. Ackland 2013: 7).

2.3.2.4 Wikis

Wikipedia definiert Wikis als „ein Hypertext-System für Webseiten, deren Inhalte von den Benutzern nicht nur gelesen, sondern auch online direkt im Webbrowser geändert werden können (Web-2.0-Anwendung)“ (Wikipedia 2014). Andere AutorInnen bezeichnen Wikipedia als „Online-Lexikon“ (derstandard 2011), als „freie Enzyklopädie“ (Saferinternet 2010: 8),

oder als „bislang wohl erfolgreichste[s] Community-Projekt überhaupt“ (Ebersbach et al. ²2011: 26). Das bekannteste Wiki ist Wikipedia selbst, welches im Jahr 2001 gegründet wurde und zu den am meisten angeklickten Websites weltweit gehört. Das Wort *wiki* bedeutet übrigens ‚schnell‘, was sich darauf zurückführen lässt, dass man schnell an Informationen gelangt (vgl. Wikipedia).

Aufgrund der Tatsache, dass immer mehr private NutzerInnen anfangen, Inhalte selbst zu verfassen und online zu stellen, rückten etablierte Wissensdatenbanken wie zum Beispiel Britannica Online in den Hintergrund. Datenbanken wie Wikipedia dienen als essentielles Mittel zur Dokumentation und Kommunikation im Internet und wurden zu einer Art Anlaufstelle für nahezu alle InternetnutzerInnen (vgl. Ebersbach et al. ²2011: 26). Auch für Unternehmen gewinnen Wikis zunehmend an Bedeutung. Für große Organisationen bieten sich solche Wissensdatenbanken an, um Dokumente, Glossare oder andere Informationen allen MitarbeiterInnen zugänglich zu machen (vgl. Gerick 2006).

Man ist sich darüber im Klaren, dass diese Inhalte von sämtlichen Quellen, vertrauenswürdig oder nicht, stammen könnten. Dennoch ist es meist so, dass, wenn man sich über ein bestimmtes Wort, ein Phänomen, eine Person, ein Unternehmen, ein geschichtliches Ereignis usw., informieren möchte, man sich zumindest den ersten Absatz auf Wikipedia durchliest, um sich einen ersten Eindruck zu verschaffen. Obwohl man Wikipedia immer mit Vorsicht genießen sollte, hat man aufgrund der Tatsache, dass diese Seite von so vielen Menschen genutzt und editiert wird, ein gewisses Vertrauen in die Richtigkeit der Inhalte aufgebaut. Dies erinnert an die bereits erwähnte „Weisheit der Vielen“ von Surowiecki (2005).

2.3.2.5 *Microblogs*

Microblogs geben NutzerInnen die Möglichkeit, kurze Nachrichten zu veröffentlichen, welche von anderen AbonentInnen gelesen werden können. Beim bekanntesten Beispiel dieser Microblogs *Twitter* hat man 140 Zeichen zur Verfügung (vgl. Ackland 2013: 7). Solche Kurznachrichten können die unterschiedlichsten Informationen enthalten – von persönlichen Gedanken, über Werbung, aktuelle Nachrichten u.v.m. Diese Einschränkung der Zeichenzahl ist darauf zurückzuführen, dass früher Kurznachrichten auf Handys einfach nicht mehr Platz zuließen. Dies führte dazu, dass die NutzerInnen in der Informationswiedergabe zum Beispiel durch Abkürzungen sehr kreativ wurden (vgl. Schmidt 2011: 165).

Je nach Definition werden Microblogs separat von Blogs behandelt, gerne aber auch unter dem Begriff Blogs-Weblogs beschrieben. So bezeichnet beispielsweise Schmidt (vgl. 2011: 159) Microblogs als eine Art jüngeres Geschwister der Blogs. Ebersbach et al. (²2011:

84) führen Microblogs als „jüngstes Mitglied der Social-Software-Familie“ getrennt von Blogs an. Da im Mittelpunkt der Untersuchung von DolmetscherInnen-Blogs aber ausschließlich Weblogs und keine Microblogs wie Twitter stehen sollen, werden diese auch hier getrennt vorgestellt.

3 BLOGS – WEBLOGS

Just as email has made us all writers, weblogs have made all of us publishers.

(Blood 2002b: x)

Aufgrund der Tatsache, dass sich Dinge im Internet rasant ändern, ist es schwierig, das Konzept des Blogs klar festzulegen. Blogs repräsentieren sozusagen eine der neuen Funktionen, die neue Art und Weise zu kommunizieren, die durch das Web 2.0 entstanden sind. Ob man nun versucht, Blogs nach dem Inhalt oder nach der Software zu definieren - man wird keine eindeutige Definition finden. Man könnte fast sagen, dass es so viele Blogdefinitionen gibt, wie es Blogs selbst gibt, da alle BloggerInnen eigene Zwecke mit ihren Blogs verfolgen.

Nichtsdestotrotz lassen sich aber allgemeine Aussagen über das Phänomen des Blogs machen, über die sich die meisten AutorInnen in ihren Definitionen und/oder Erklärungen einig sind. Im Folgenden soll anhand verschiedener AutorInnen der Begriff Blog näher erläutert werden. Laut Duden darf man übrigens *der* Blog, oder *das* Blog sagen. In dieser Arbeit soll Blog aber durchgehend als maskulines Substantiv verwendet werden (vgl. Duden Online 2015).

3.1 Weblog - Begriffserklärung

Rückwirkend könnte man sagen, dass bereits die erste Website, *info.cern.ch*, von Tim Berners-Lee, also dem Begründer des World Wide Webs, die Geburtsstunde der Blogs darstellt, da er hier immer wieder neue Links zu wissenschaftlichen Datenbanken veröffentlichte (vgl. Möller 2005: 115). Rebecca Blood (2002a) bezeichnet jedoch Mosaic's *What's New page* als ersten Weblog. Auf dieser von Juni 1993 bis Juni 1996 bestehenden Website gab es täglich neue Links zu Seiten, die für InternetsurferInnen von Interesse waren (vgl. Blood 2002a: 2).

Immer mehr NutzerInnen fingen an, auf ihren Seiten persönliche Links zu veröffentlichen. Unter ihnen war auch Jorn Barger, ein amerikanischer Programmierer, der zumeist als Namensgeber der ‚Weblogs‘ genannt wird. Im Jahre 1997 nannte er seine Aktivitäten im Internet, also die Aufzeichnung der Links, die er verwendete und deren zugehörige Informationen, *Web-Logbuch*. Danach tauchten immer mehr dieser Seiten auf und der Begriff Weblog verbreitete sich (vgl. Blood 2002a: 3f, Krameritsch 2007: 171).

Es lässt sich nicht genau festlegen, wer aus Weblog das heute sehr eingängige Wort *Blog* machte. Jedoch beansprucht Peter Merholz die ‚Erfindung‘ dieses Wortes für sich. Im

Jahre 1999 entschied er sich, die Silbenpause in Web-log zu verändern und dies als ‚wee-blog‘ auszusprechen. Laut Merholz verwendeten anschließend immer mehr Menschen die Kurzform *Blog* (vgl. Merholz 2002). Daraus entwickelten sich dann das Verb ‚bloggen‘, sowie das Substantiv ‚Blogosphäre‘. Fischer (2007: 30) beschreibt Blogosphäre als „das Netzwerk aller Blogs, sozusagen ein Web im Web“.

3.1.1 Was sind Blogs?

Für Möller (2005: 50) stellen Weblogs „von einzelnen oder Gruppen betriebene Nachrichtenquellen, die untereinander stark vernetzt sind“, dar. Er bleibt damit eher allgemein, ganz im Gegenteil zu Cameron Barrett, der sich bereits sechs Jahre zuvor an einer viel detaillierteren Definition versuchte. Damals schrieb er in seinem Essay;

(...) a weblog is a small website, usually maintained by one person that is updated on a regular basis and has a high concentration of repeat visitors. Weblogs are often highly focused around a singular subject, an underlying theme or unifying concept. (Barrett 1999: 25)

Blood (2004) definiert Blogs ähnlich wie Barrett als “frequently updated, reverse-chronological entries on a single webpage”. Sie fügt somit der Definition Barretts nur die ‚umgekehrte chronologische Reihenfolge‘ zu. Dies ist ein wichtiger Punkt bei Blogs. Besucht man einen Blog, findet man immer den letzten, also aktuellsten Beitrag ganz oben in der Liste der Einträge, was den BesucherInnen ermöglicht, schnell und einfach an die neuesten Informationen zu gelangen. Eine der aktuellsten Definitionen bietet wohl Ackland (2013:6):

A weblog, or blog, is a chronologically updated website, typically written by a single author and designed to provide regular commentary on particular topics or else to serve as an online diary. (Ackland 2013: 6)

Acklands Definition ist deshalb sehr interessant, weil sie den Tagebuch-Charakter von Blogs erwähnt – dies soll in einem folgenden Kapitel noch kurz erläutert werden. Allgemein, aber doch sehr treffend, formuliert es Fischer (2007: 4), der eigentlich keine Definition anstrebt, sondern Blogs einfach im Fließtext seiner Einleitung beschreibt.

Als Micro-Publisher liefern die Blogger ein in Bezug auf die etablierten Medien alternatives Informations- und Unterhaltungsangebot. Sie versuchen, neue Themen aufzubringen und durch ihre Kommentare Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung zu nehmen. (Fischer 2007: 4)

Da Blogs in so vielen verschiedenen Formen auftreten können, ist diese letzte Definition sehr praktisch und lässt somit viel Spielraum.

3.1.2 Geschichte

Wie bereits zuvor erwähnt, waren Web 1.0-Anwendungen eine große Herausforderung für WWW-Laien, also private InternetnutzerInnen. Obgleich Rebecca Blood, eine der BloggerInnen-PionierInnen in der Blog-Forschung, davon spricht, dass es anfänglich recht einfach war, mit HTML Blogs zu kreieren, so war dies für technisch weniger versierte InternetnutzerInnen noch eine Hürde. Ende der 1990er Jahre kamen jedoch die ersten Anwendungen, um die Blog-Erstellung zu vereinfachen. Eines dieser Software-Produkte war beispielsweise *blogger.com* (siehe 3.5 Wie erstellt man einen Blog?). Die damals sehr jungen ErfinderInnen dieser Seite, Meg Hourihan und Evan Williams, waren sich nicht bewusst, welche Blog-Lawine sie damit lostreten würden (vgl. Blood 2004). Es wäre schön, wenn man diese ‚Lawine‘ in Zahlen festhalten könnte, und viele AutorInnen versuchen dies auch in ihren Arbeiten zu tun. Nach dem Durchforsten vieler verschiedener Quellen zur Frage, wie viele Blogs es gibt, musste festgestellt werden, dass die Zahlen oft stark divergieren. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass einer Zählung eine klare Definition vorausgehen sollte, welche bei Blogs nicht einfach festzulegen ist. Abgesehen davon, dass eine große Anzahl an Blogs nicht mehr aktualisiert wird bzw. inaktiv ist, betiteln viele BloggerInnen ihre Blogs nicht mit *Blog* oder betreiben mehrere verschiedene Blogs. Dennoch kann aber festgehalten werden, dass die Anzahl der Blogs seit Beginn dieses Phänomens enorm angestiegen ist und in die Millionen geht.

3.2 Tagebuch vs. Blog

Ainetter versuchte in ihrem 2006 erschienenen Buch festzustellen, ob Weblogs mit Tagebüchern verglichen werden können bzw. inwiefern Weblogs Literatur sind. Anfänglich hatten Weblogs nicht wirklich einen Tagebuchcharakter, da sie eher Protokolle waren. Weblogs waren durch chronologische Aufzeichnungen von Links, kurzen Aufsätzen, eigenen Gedanken oder Kommentaren gekennzeichnet (vgl. Ainetter 2006: 18). Raab versucht die Begriffe Diary bzw. Tagebuch und Blog zu differenzieren. ‚Tagebuch‘ ist ihrer Ansicht nach ein sehr altmodischer Begriff, der mit Datum versehene Einträge bezeichnet. Diese Einträge können Berichte über das Tagesgeschehen, aber auch Geheimnisse enthalten. Dem gegenüber steht der moderne Blog, der eine Art öffentliches, manchmal auch gemeinschaftliches, Tagebuch ist. Blogs können von persönlichen Erfahrungen, aber auch von allgemeinen Themen handeln (vgl. Raab 2013). Dass Blogs als Online-Tagebuch bezeichnet werden, mag auf den ersten Blick passen, eine ethnographische Untersuchung von Gumbrecht/Nardi/Schiano (2004: 225) zeigt aber, dass diese Bezeichnung trügerisch ist. Im

Gegensatz zu jemandem, der ein Tagebuch schreibt, behalten BloggerInnen sehr wohl das Publikum, Gefühle und Feedback im Hintergrund, wenn sie ihre Blogs verfassen.

Je nachdem, wie man seinen eigenen Blog gestaltet, kann dieser Züge eines Tagebuchs enthalten. Viele Blogs haben den chronologischen Charakter eines Tagebuchs, behandeln jedoch Themen, die von allgemeinem Interesse sind. Das oft zu findende Wort Online-Tagebuch ist eigentlich sehr paradox. Richtige Geheimnisse, bzw. Dinge, die man früher nur seinem Tagebuch anvertraute, würde niemand in einem Blog veröffentlichen. Man könnte fast sagen, dass ein Blog dahingehend ein öffentliches Tagebuch ist, dass man den LeserInnen nur das preisgibt, was man auf irgendeine Art und Weise für die eigene Person als förderlich empfindet.

3.3 Homepage vs. Blog

Da in dieser Arbeit hinterfragt werden soll, ob DolmetscherInnen Blogs zu beruflichen Zwecken nutzen, müssen Blogs vor allem auch von Homepages abgegrenzt werden. Denkt man an die ersten Homepages zurück, also die ersten ‚persönlichen Seiten‘, so erinnert man sich an Unternehmen oder individuelle Personen, die sich im Internet präsentierten. Es handelte sich um statische Websites, die zum reinen Informationsbezug dienten.

In seinem Versuch, die Begriffe Homepage, Webseite, Website und Blog zu unterscheiden, kommt Faltings (vgl. 2012) zu der Entscheidung, Homepages als Startseite, also als erste Seite eines Internetauftritts, zu bezeichnen – Blogs sind für ihn durch kurze aktuelle Einträge gekennzeichnet. Des Weiteren werden Blogs auch von *Journalen* abgegrenzt, die meist aus längeren Texten bestehen (vgl. Fischer 2007: 17). Nichtsdestotrotz ist es im deutschen Sprachgebrauch üblich, unter dem Begriff ‚Homepage‘ die gesamte (statische) Webpräsenz, oder Website, eines Unternehmens oder einer Person zu verstehen. Folglich werden auch in dieser Arbeit die Begriffe Website und Homepage synonym verwendet, um den Internetauftritt von Personen oder Unternehmen (im Gegensatz zu Blogs) zu benennen. Ackland (vgl. 2013: 6) sieht zum Beispiel technisch gesehen keinen wirklichen Unterschied zwischen einer statischen Seite und einem Blog. Er ist der Meinung, dass lediglich die Art und Weise, wie man diese nutzt, ein Unterscheidungsmerkmal ist. Wie man bereits aus den Definitionen schließen kann, hat man bei einem Blog die Funktion, Beiträge zu kommentieren, was man bei Homepages nicht kann.

Denkt man an eine Homepage, wie zum Beispiel jene der BBC, so handelt es sich um eine Seite mit Verlinkungen zu vielen verschiedenen anderen Seiten. Die LeserInnen möchten in diesem Fall die neuesten Nachrichten sehen und springen wahrscheinlich von Startseite zu

Artikel, wieder zurück zur Startseite, zu einem neuen Artikel usw. Bei einem Blog ist die erste Seite, die Startseite die wichtigste. Es gibt Funktionen wie ein Archiv oder Blogrolls (siehe 3.6.1 Blogfunktionen), die es ermöglichen, andere Seiten zu besuchen – nichtsdestoweniger sind bei einem Blog die aktuellen Einträge auf der ersten Seite das, was für die BesucherInnen von Interesse ist.

Sabine Misoch (2004) erwähnt im Kapitel zum Thema Homepages in ihrem Buch *Identitäten im Internet. Selbstdarstellung auf privaten Homepages* kein einziges Mal das Wort ‚Blog‘. Dies könnte man darauf zurückführen, dass im Jahr 2004 Blogs noch ein eher neues Phänomen waren. Sie unterscheidet zwischen verschiedenen Arten von Homepages; *kommerziell-gewerbliche Homepages*, die von Unternehmen genutzt werden, um Dienstleistungen oder Produkte online zu präsentieren; *institutionsbezogene Homepages*, die zur Selbstdarstellung von Institutionen, wie zum Beispiel Universitäten dienen; *themenbezogene Homepages*, die vorwiegend Informationen zu einem bestimmten Thema zur Verfügung stellen, und *personenbezogene Homepages*, wo Institutionen oder Firmen verschiedene MitarbeiterInnen vorstellen. Ihre letzte Rubrik umfasst *private Homepages*, die sich laut Misoch von den vorher genannten Rubriken stark unterscheidet. Diese privaten Homepages dienen nicht zum Bereitstellen von Informationen oder einem kommerziellen Zweck. Solche Seiten dienen einzig und allein der Selbstdarstellung und im Mittelpunkt steht die eigene Person. Durch Fotos, Informationen zu Hobbys oder Lebensumfeld können sich die LeserInnen ein Bild von den VerfasserInnen machen. Obwohl Misoch hier auch die Hypertextualität dieser Homepages erwähnt, was es ermöglicht, Links online zu stellen, ist von Blogs noch keine Rede (Misoch 2004: 123ff).

Betrachtet man nochmals Acklands Definition (2013: 6), so handelt es sich bei Blogs um Seiten, die regelmäßige Kommentare zu bestimmten Themen bieten, oder als Online-Tagebuch dienen. Auch Misoch (2004: 122) spricht von „tägliche[n] Aktualisierungen (z.B.: Online-Tagebuch)“ und wie wichtig Aktualität als Qualitätsmerkmal einer Homepage ist.

Homepages könnte man als Merkmal der Web 1.0-Ära bezeichnen, in der, wie bereits erwähnt wurde, die BesucherInnen keinen Einfluss auf den Inhalt haben. Blogs sind Seiten, die zum Kommentieren und Mitmachen einladen und sind somit kennzeichnend für das Web 2.0. Nun haben sich aber bereits Blogarten herauskristallisiert, die diese Charakteristika von Homepages und Blogs in sich vereinen. Bei der Untersuchung von DolmetscherInnen-Blogs und deren beruflichen Nutzen soll auch auf solche Blogs geachtet werden. Findet man Websites, die nicht nur dazu dienen, sich selbst darzustellen, indem man persönliche Informationen, seinen Lebenslauf und Referenzen online stellt, sondern auch chronologische

Beiträge aufweisen, die zum Beispiel Erfahrungen über den eigenen Beruf oder berufsrelevante Themen enthalten, um dadurch vielleicht Aufträge oder Kunden für sich zu gewinnen?

3.4 Blogarten

Warum Menschen bloggen und welchen Zweck sie damit verfolgen, soll in einem separaten Kapitel behandelt werden, da dies Kernfragen dieser Arbeit sind. Nichtsdestotrotz soll hier vorgestellt werden, in welchen ‚Formen‘ Blogs auftreten können.

Ainetter (vgl. 2006: 24ff) unterscheidet Blogs nach formalen Kriterien (offene Weblogs, geschlossene Weblogs, zeitlich begrenzte Weblogs, zeitlich unbegrenzte Weblogs) und inhaltlichen Kriterien (Fachblogs, Fotoblogs, Metablogs, Werbeblogs, Journalistische Blogs, Öffentliche Blogs, Diaries). Eberwein (2008: 5f) nimmt hingegen eine genauere Differenzierung vor und unterscheidet Blogs nach ihren Erscheinungsformen (Blogs von Privatpersonen, von JournalistInnen oder Unternehmen), nach Medientypen (Blogs mit Links, Audiodateien, Videos, Fotos oder Texten) und nach Inhalt (Blogs zu den Themen Literatur, Humor, Wahlen, Comics, Essen, ...), wobei er für die letzte Kategorie Wikipedia als Quelle heranzieht.

Ganz kurz erwähnt Blood (vgl. 2002a: 8f) verschiedene Arten von Weblogs, ohne diese nach irgendwelchen Merkmalen zu unterscheiden. Sie listet beispielsweise Reiseblogs, Fotoblogs, Sexblogs, Businessblogs, Hochzeitsblogs, Geschichtsblogs, Humorblogs und US-Militärblogs auf, ohne diese weiter auszuführen. Dies kommt einer Unterscheidung nach inhaltlichen Kriterien gleich. Es gibt jedoch zahlreiche Überschneidungen und somit lassen sich diverse Blogarten auch nicht scharf voneinander abgrenzen.

3.4.1 Blogs zu (Self-)Marketing-Zwecken

Damit einzelne Personen oder Firmen auch im Internet präsent sind und dadurch Authentizität ausstrahlen und Expertenwissen vermitteln, sollten sie die sozialen Medien für sich nutzen (vgl. viermalvier 2015). Firmen haben Blogs für sich als wertvolles Werkzeug zur Image-Steigerung, zur Verbesserung der Online-Präsenz oder Kundeneinbindung entdeckt. Corporate Blogs werden dazu genutzt, Unternehmen gut darzustellen. Es werden neue Produkte, Entwicklungen oder der Berufsalltag beschrieben. Ein weiterer Punkt sind auch Trends und Neuigkeiten aus dem Fachgebiet oder der Branche (vgl. Fischer 2007: 81ff). Suchmaschinen wie Google reihen Seiten nach verschiedenen Kriterien – zum Beispiel wie aktuell, wie gut vernetzt Websites oder wie gewichtig verschiedene Links sind. Dadurch wird die Platzierung von Unternehmensseiten und deren Auffindbarkeit im Netz bestimmt (vgl.

Fischer 2007: 64). FreiberuflerInnen und kleine Unternehmen können Blogs nutzen, um Informationen mit ähnlich gesinnten InternetsurferInnen zu teilen. Respekt, den man sich sonst durch die Veröffentlichung von Büchern oder Artikeln verdiente, kann man sich somit auch mit Hilfe von Blogs verschaffen (vgl. Blood 2002a: 32).

3.5 Wie erstellt man einen Blog?

In Foren, Büchern, Artikeln und natürlich in Blogs selbst wird erklärt, wie man zur BloggerIn wird. Selbstverständlich hat sich seit Beginn des Weblogs auf diesem Gebiet sehr viel getan und Blogs haben ihren großen Anklang vor allem der Technik zur Erstellung eines Blogs zu verdanken.

Zusammenfassend lassen sich die Möglichkeiten zur Blog-Erstellung in drei große Gruppen einteilen. Es stehen fertige Blog-Dienste, verschiedenste Software, oder die manuelle Erstellung des Blogs zur Auswahl. Auf vielen Seiten jedoch (z.B.: Wallagher 2014, Schnick 2010 oder wikipediawikihow 2015) werden nur mehr zwei Formen der Bloggerstellung genannt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass sich fast niemand mehr die Arbeit antun möchte, einen Blog eigenhändig zu erstellen. Blood (2004) erzählt davon, dass im Jahr 1999 noch keine entsprechenden Werkzeuge zum Erstellen eines Blogs zur Verfügung standen und es nur einige ProgrammiererInnen gab, die sich die benötigte Software selbst erstellten. Der ‚Rest‘ habe sich die Blogs dann einfach manuell selbst zusammengebastelt.

Die zwei Möglichkeiten, auf die man heute meist zurückgreift, sind fertige Dienste oder die Verwendung einer Blog-Software. Die bekanntesten fertigen Dienste sind *wordpress.com*, *tumblr.com* und *blogger.com*. Hier hat man die Möglichkeit, ganz schnell und einfach einen Blog zu erstellen. So ein fertiger Dienst ist gratis und man hat verschiedene Designs zur Auswahl, um einen Blog zu gestalten. Ein Nachteil ist, dass man mit der Webadresse namentlich an den jeweiligen Dienst gebunden ist und man weniger Kontrolle über den Blog hat.

Möchte man aber mit dem Bloggen Geld verdienen, so sollte man sich mit einer Blog-Software unabhängig machen. Seiten wie *webhostinghub.com* oder *hostgator.com* stellen gegen eine Gebühr ‚Platz‘ im Internet zur Verfügung, um einen Blog zu erstellen. Für einen zu beruflichen Zwecken genutzten Blog wird diese Art der Blog-Erstellung empfohlen, da man hier die vollste Kontrolle über den Blog hat und diesen ganz individuell gestalten kann. Da man hierfür einige IT-Grundkenntnisse mitbringen sollte, schrecken private BloggerInnen davor meist zurück (vgl. Schnick 2010 oder Wallagher 2014).

3.6 Wie sieht ein Blog aus?

Nachdem erklärt wurde, seit wann es Blogs gibt, was sie überhaupt sind, welche Arten es gibt und wie man selbst zur BloggerIn werden kann, soll kurz erläutert werden, wie Blogs aufgebaut sind bzw. welche Funktionen sie zu einem solch beliebten Sozialen Medium mach(t)en.

3.6.1 Blogfunktionen

„In den wenigen Jahren seit Erscheinen der ersten Tools zur automatisierten Generierung von Weblogs bzw. Weblogeinträgen ist die Blogosphäre förmlich explodiert“ (Fischer 2007: 32) Fischer (vgl. 2007: 46) ist der Meinung, dass sich Technologien, wie die nachfolgenden Blog-Funktionen, durch Blogs verbreitet haben. Natürlich könnte man auch umgekehrt argumentieren und sagen, dass es genau diese Funktionen sind, die zum Durchbruch der Blogosphäre geführt haben.

Beiträge: Die Beiträge der BloggerInnen sind das Herzstück eines jeden Blogs und üblicherweise auf der Startseite zu finden. Sie sind kurz, mit einem Datum versehen und erscheinen in umgekehrt chronologischer Reihenfolge. Jeder dieser Beiträge hat eine URL, also eine eigene Adresse (vgl. Armborst 2006: 46). BloggerInnen können das Format dieser Einträge selbst wählen, je nachdem welche Blog-Erstellungsmöglichkeit man in Anspruch nimmt. Wesentlich bei diesen Beiträgen ist die Tatsache, dass man diese kommentieren kann. Meist gibt es unter den Beiträgen einen Hinweis darauf, dass man einen Kommentar hinterlassen kann.

Rubriken/Kategorien/Tags: Dies sind nur einige der verschiedenen Bezeichnungen, die BloggerInnen verwenden, um ihre Beiträge in Gruppen einzuteilen. Eine derartige Einteilung hilft SeitenbesucherInnen dann, sich auf dem Blog besser zurecht zu finden und jene Themen/Beiträge zu finden, für die man sich gerade interessiert. *Wordpress.com* erklärt anhand eines Beispiels, worin sich Tags von Kategorien unterscheiden. Möchte man zum Beispiel ein Vanillekipferl-Rezept auf seinem Essens-Blog online stellen, dann könnte man den Eintrag in Kategorien wie *Backen* oder *Süßes* geben. Da Tags detaillierte Gruppierungsmöglichkeiten darstellen, könnte man in diesem Fall Wörter wie *Vanille*, *Weihnachten*, *Kekse* usw. verwenden.

Kontakt/About: Sehr viele Blogs verfügen über die Möglichkeit, die BloggerInnen zu kontaktieren oder mehr über sie herauszufinden. In *About* finden sich oft Zweck des Blogs, Informationen zu den BloggerInnen, Kontaktdaten usw. Die Kontaktaufnahme kann durch verschiedene E-Mail Funktionen anonym bleiben, oder es werden Adress- und Telefondaten bekannt gegeben. Je nachdem, wie der Blog genutzt wird, gibt es hier große Unterschiede

(vgl. Ainetter 2006: 23). Für den Zweck dieser Arbeit ist diese Blogfunktion sehr wichtig, da DolmetscherInnen, die Blogs zu beruflichen Zwecken nutzen, nicht anonym bleiben können.

RSS-Feed: Es sind vor allem die RSS-Feeds, die zu einer Vergrößerung der Blogosphäre geführt haben (vgl. Schmidt 2011: 165). Blogs, aber auch Nachrichtenseiten wie beispielsweise *orf.at*, ermöglichen das Abonnement eines RSS-Feeds (*rss.orf.at*). Dadurch muss man eine Website bzw. einen Blog nicht immer wieder besuchen, um festzustellen, welche neuen Artikel, Beiträge, usw. online gestellt wurden. Ein RSS-Feed, zum Beispiel in Form eines dynamischen Lesezeichens, ist eine Auflistung der neuesten Beiträge in chronologischer Reihenfolge. Auf vielen Blogs kann man aber nach wie vor auch einfach seine E-Mail Adresse angeben, um per E-Mail Informationen zu Neuigkeiten in Form eines Newsletters zu erhalten.

Permalink: Ein Permalink ist untrennbar (außer man löscht den gesamten Eintrag) mit einem Eintrag verbunden. Der Permalink ermöglicht eine eindeutige Identifizierung eines Beitrags, selbst wenn dieser nicht länger auf der Blog-Hauptseite zu sehen ist. Durch den Permalink kann man den Beitrag verlinken oder direkt finden. Die Permalinks ermöglichen somit „die stabile Vernetzung der Blogosphäre“. (Fischer 2007: 43) Somit muss man nicht länger auf einen gesamten Blog verlinken, sondern kann spezifisch eine Idee oder einen Text mit einem Permalink versehen (vgl. Schmidt 2001: 165).

Archivfunktion: Ein Blog-Archiv ist eine praktische Form der Speicherung von Daten, die bei vielen Blog-Programmen automatisch geschieht. Links sind somit über eine lange Zeit hinweg leicht wiederzufinden (vgl. Fischer 2007: 43).

Blogroll: Mit Blogrolls bezeichnet man Linklisten, mit denen BloggerInnen auf andere interessante oder inspirierende Blogs hinweisen. Es geht hier nicht um die Verlinkung einzelner Blogbeiträge, sondern um den gesamten Blog, also die Startseite (vgl. Ainetter 2006: 22f). Blogrolls könnte man auch als eine Art „Leseempfehlung“ (Koller 2008: 21) oder Quellenverzeichnis bezeichnen, da dort oft jene Seiten zu finden sind, aus denen dann neue Beiträge auf dem eigenen Blog entstanden sind.

Trackback: Durch diese Funktion werden BloggerInnen automatisch benachrichtigt, wenn es zu einem ihrer Blogbeiträge Reaktionen oder Kommentare in anderen Blogs gibt (vgl. Schmidt 2001: 165).

3.7 Warum bloggen Menschen?

(...) when you publish a weblog you are sharing information. As you research and write, you will gain expertise in your subject. As you publish, you will accumulate a body of work, no matter how short the individual entries, and in this you create an online representation of your thinking. (Ueland 2002: 27)

Dies wäre eine Möglichkeit, die Beweggründe für das Bloggen auf knappe aber sehr aussagekräftige Art und Weise zusammenzufassen. Warum man sich dafür entscheidet, einen Blog zu starten, kann aber auf vielerlei Weise beschrieben werden.

Weblogs, einst bloße Filter im Web, vermehrten sich exponentiell und waren plötzlich, aufgrund der Anzahl und neuen Möglichkeiten, nicht mehr greifbar (vgl. Blood 2000). Blood spricht davon bereits im Jahr 2000, was erahnen lässt, dass die Blogosphäre heute noch deutlich weniger fassbar ist. Ebersbach et al. (vgl. ²2011: 64) erwähnt, dass die Bloganzahl im Frühjahr 1999 noch 23 betrug. Heute ist es nahezu unmöglich, die Inhalte der Blogosphäre zu beziffern.

Ganz allgemein könnte man sagen, dass der Austausch mit anderen Menschen eine sehr wichtige Rolle für die Identität des Menschen spielt – soziale Interaktion ist für die Identitätsbildung von Menschen unabdingbar. Ein unerlässlicher Bestandteil der sozialen Interaktion ist die Fähigkeit zur Selbstdarstellung (vgl. Brailovskaia 2013: 25f). Warum schreiben Menschen Bücher, machen Musik oder führen Gespräche mit anderen Menschen? Direkt oder indirekt hat jede Interaktion mit Selbstdarstellung zu tun. Jede Zeit gibt den Menschen andere Möglichkeiten diese auszuleben. Wie genau diese Selbstdarstellung stattfindet, kann anhand vieler Faktoren beobachtet werden. Durch das Internet ist es in unserer Zeit möglich, sich vor einer ungeahnt breiten Öffentlichkeit zu präsentieren und darzustellen. Im Falle der vorliegenden Arbeit handelt es sich um die Selbstdarstellung im modernen Medium Blog.

Um festzustellen, warum Menschen sich dazu entschließen einen Blog zu kreieren, gibt es verschiedene Einteilungskriterien. Man kann Blogs nach Inhalten, Medien, BetreiberInnen und beispielsweise dem Gerät, auf dem sie geschrieben wurden, unterscheiden (vgl. Ebersbach et al. ²2011: 65f). Man kann sich aber die Beweggründe für Blogs auch dahingehend ansehen, welchen Nutzen BloggerInnen aus den Blogs ziehen.

3.7.1 Einteilung nach Nutzen bzw. Zweck und Vorteilen von Blogs

Fischer (2007: 41) stellt nach dem Vergleich verschiedener Umfragen vier Hauptbeweggründe für das Betreiben eines Blogs zusammen. Er gibt diese in einer Reihenfolge an, aus der nicht klar hervorgeht, ob der erste Punkt für ihn auch den wichtigsten

Beweggrund darstellt. Den „persönlichen Ausdruckswillen“ nennt er in seiner Liste an erster Stelle. Mit diesem persönlichen Ausdruckswillen meint er, dass man Blogs nutzt, um der Kreativität freien Lauf zu lassen, um seine eigene Meinung zu präsentieren und wegen des Spaßes am Schreiben. Ein weiterer Punkt ist die „private Dokumentation“, wobei es darum geht, sich ein persönliches Archiv im Internet zu schaffen. Dieser Punkt ähnelt auch der Nutzung von Blogs als Online-Tagebücher. Als weiteren Beweggrund nennt er „Kontaktaufnahme und -pflege“ – hier geht es um den Austausch mit Freunden, der Familie oder Bekannten. Erst als letzten Punkt erwähnt er die „Bereitstellung von Informationen zur gemeinschaftlichen Nutzung“, um anderen Wissen zugänglich zu machen und Meinungen auszutauschen.

Die Gründe fürs Bloggen können aber auch im Hinblick auf die Vorteile von Blogs gegenüber Homepages betrachtet werden. Kommunikation findet auf Blogs einfach schneller statt als auf statischen Websites. Die starke Verlinkung innerhalb der Blogosphäre trägt dazu bei, dass sich Informationen daher viel schneller verbreiten. Außerdem spricht die Benutzerfreundlichkeit von Blogs, die mit Hilfe der bereits erwähnten Blog-Dienste sehr einfach erstellt werden können, für das Bloggen. Abgesehen davon, sind Weblogs (je nach Bloggerstellungsform) kostengünstig und ortsunabhängig (vgl. Picot/Fischer 2006: 16f). Hauptvorteil gegenüber Homepages ist hier die mögliche Verlinkung, die dazu führt, dass sich Neuigkeiten in Windeseile verbreiten können.

Bankhead (vgl. 2002: 60ff) schreibt, dass es am Anfang eines Blogs nicht vorrangig ist, den genauen Inhalt seines Blogs zu kennen. Wichtiger ist, dass man sich grob überlegt, für wen man schreibt bzw. nicht schreibt und welchem Zweck der Blog dienen soll. Blogs können demnach der Selbstdarstellung dienen, zum Aufrechterhalten von Kontakten verwendet werden, als Plattform für den Austausch von Informationen benutzt werden oder den Ruf verbessern. Vor allem der letzte Punkt ist für die vorliegende Arbeit interessant. Blogs können dazu dienen, den Ruf einzelner DolmetscherInnen positiv zu beeinflussen. Dadurch, dass sich DolmetscherInnen in ihren Blogs intensiv mit Themen beschäftigen, werden sie zu ExpertInnen auf ihrem Gebiet.

Blogs können in manchen Fällen auch als Einnahmequellen genutzt werden. Schafft man es, ausreichend Bekanntheit zu erlangen und genügend Blog-BesucherInnen zu haben, kann es sein, dass große Firmen, wie zum Beispiel Amazon, Werbung gegen Bezahlung auf den Blogs platzieren möchten. Jedoch gibt es verhältnismäßig wenige BloggerInnen, die viel Geld mit Werbeeinnahmen verdienen, und das Bloggen einem anderen Beruf vorzuziehen, scheint daher aus ökonomischer Sicht wenig sinnvoll (vgl. Armbrorst 2006: 68f).

Wright (vgl. 2006: 40), der sich in seinem Buch mit Blog-Marketing zur KundInnengewinnung beschäftigt, sieht in der Blogkommunikation mehrere Vorteile. Blogs bieten nicht nur Raum für „kostenlose Mundpropaganda“, sondern dienen auch dazu, Vertrauen bei Kunden zu erwecken. Des Weiteren kann man mit Blogs Wissen austauschen und dazugewinnen. Man bekommt Feedback und kann neue Märkte erschließen. Auch wenn es in Wrights Werk primär um Unternehmen geht, so scheint vor allem die Schaffung einer Vertrauensbasis für KundInnen für DolmetscherInnen ein nicht zu vernachlässigender Punkt zu sein.

3.7.2 Einteilung von Blogs nach Kategorien

Ebersbach (²2011: 65ff) findet unter anderem folgende Einteilungskriterien für Blogs:

nach Inhalten (Tagebücher, Zeitungsblogs, Watchblogs, Warblogs, Eventblogs, Hobbyblogs, Infoblogs), Watchblogs dienen beispielsweise dazu, den Inhalt von Websites oder Medien kritisch zu hinterfragen. Zeitungsblogs sind Blogs, die von verschiedenen Printmedien betrieben werden und Hobbyblogs gibt es bereits zu allen möglichen Themen, wie zum Beispiel Stricken und Backen.

nach Blog-BetreiberInnen (Corporate Blogs, Edublogs, Private Blogs) Während Corporate Blogs zur Unternehmenskommunikation genutzt werden, kommen Edublogs in Schulen zum Einsatz. Private Blogs, die oft auch anonym oder mit Pseudonym geführt werden, sind Plattformen, um seine eigene Meinung kundzutun.

nach Medien (Videoblogs, Audioblogs, Fotoblogs, Filter und Linksammlungen, Textblogs) Die Bezeichnungen für die jeweiligen Blogs sind meist selbsterklärend – die Blogs weisen als Hauptkommunikationsmittel Videodateien, Audiodateien oder zum Beispiel Fotos oder Texte auf. Viel wahrscheinlicher sind Mischformen aus unterschiedlichen Medien.

Pleil (2004) und Zerfaß/Boelter (2005) treffen eine ähnliche Unterteilung wie Ebersbach, fügen aber weitere Komponenten hinzu.

Private Blogs: Hier veröffentlichen Privatpersonen private Erlebnisse oder schreiben über Hobbys und Interessensgebiete, zu denen auch Moblogs (also Blogs, die direkt vom Handy aus veröffentlicht werden) gezählt werden. Zerfaß/Boelter (vgl. 2005: 23ff) sieht wenig Relevanz von privaten Blogs für Unternehmen, ist aber der Meinung, dass sie deshalb von großer Bedeutung sind, weil sie so einfach zu erstellen sind und es so viele von ihnen gibt. Obgleich private Blogs für Unternehmen wenig Bedeutung haben, so sind sie vielleicht für Einzelpersonen, oder freiberufliche DolmetscherInnen als Mischform zwischen Corporate und Private Blogs, von Bedeutung. Im Kapitel *Blogs für FreiberuflerInnen* werden diesbezüglich sogenannte Business-Blogs genauer betrachtet.

J-Blogs und Media Blogs: Dies sind Blogs von JournalistInnen, die zwar privat initiiert werden, sich aber mit fachlichen oder berufsrelevanten Themen befassen. Sind solche Blogs in die Website von klassischen Medien integriert, heißen sie Media Blogs. Laut Pleil handelt es sich hier um eine „neue journalistische Darstellungsform“ (Pleil 2004: 4).

Die letzte Gruppe von Blogs bezeichnet Pleil als PR-Blogs: Hier handelt es sich um Blogs von Unternehmen, prominenten Persönlichkeiten oder Organisationen, die gezielt, als Teil einer Kommunikationsstrategie eingesetzt werden. Diese Gruppe wird nochmals nach den Blog-BetreiberInnen unterteilt. Bei Watchblogs und Activists' Blogs gibt es keine kommerziellen Interessen, es sollen jedoch Unternehmen kritisch beobachtet oder Protestaktionen mit Hilfe von Blogs durchgeführt werden. Corporate Blogs sind für gewöhnlich Teil einer Unternehmens-Seite und dienen zur Kommunikation auf interner, aber auch auf externer Ebene. Mitarbeiter-Blogs oder CEO-Blogs, also Blogs von GeschäftsführerInnen, gewähren einen persönlichen Einblick in ein Unternehmen, in neue Produktstrategien oder firmeninterne Veränderungen (vgl. Hettler 2010: 181). Als letztes nennt Pleil Personality Blogs, wo PolitikerInnen, SchauspielerInnen oder Popstars bloggen. Amerikanische PolitikerInnen nutzen Blogs beispielsweise im Wahlkampf (vgl. Pleil 2004: 4ff).

Sieht man sich die Kategorien in Blogverzeichnissen an, findet man eine Vielzahl von selbsterklärenden Blog-Einteilungen. Hier ein Auszug von zwei Blogverzeichnissen: <http://www.blog-finden.de/> (am 15. Februar 2015): Finanz Blogs, Karriere Blogs, Mode Blogs, Städte Blogs, Musik Blogs, Wissen Blogs, Tagebuch Blogs, Entwickler Blogs, ... Und von <http://www.blogvz.eu/> (am 15. Februar 2015): Computerblogs, Firmenblogs, Fotoblogs, Freizeitblogs, Gourmetblogs, Hobbyblogs, Internetblogs, Kulturblogs, Literaturblogs,...

3.7.3 Blogs für FreiberuflerInnen

Durch die rasante Entwicklung des Internets und den damit verbundenen Veränderungen hat sich für (freiberufliche) DolmetscherInnen eine neue Bandbreite an Möglichkeiten für ihren beruflichen Werdegang entwickelt. Durch die Allgegenwärtigkeit des Internets und der dadurch entstandenen ständigen Online-Präsenz haben sich Firmenhomepages, Websites von Einzelpersonen und Businessnetzwerke wie LinkedIn oder Xing entwickelt. All diese Plattformen bieten Möglichkeiten für die verbesserte Vernetzung mit KollegInnen, Informationsbeschaffung, Werbung in eigener Sache oder für die Kundenakquise. Im Web 2.0 wird erwartet, dass jeder Mensch online gefunden werden kann und dass alle über irgendeine Form der Internet-Präsenz verfügen. Man kann sich online im Vorhinein von sehr vielen Menschen ein Bild machen, ehe man diese im realen Leben kennenlernt. JobanwärterInnen

googeln ihre zukünftigen ArbeitgeberInnen und versuchen herauszufinden, worauf Wert gelegt wird und ArbeitgeberInnen erkundigen sich im Internet über Personen, bevor sie diese einstellen. Diese veränderte Realität in der Berufswelt darf nicht ignoriert werden.

In der vorliegenden Arbeit sollen nicht ausschließlich Blogs von FreiberuflerInnen untersucht werden, nichtsdestoweniger lassen sich die Vorteile von Blogs für angestellte sowie auch für freiberufliche DolmetscherInnen gleichermaßen beobachten.

In einem Artikel stellt Wandiger (vgl. 2008) fest, warum vor allem das Bloggen für FreiberuflerInnen keine Zeitverschwendung ist, sondern sich positiv auf den Beruf auswirken kann. Lange Zeit wurde das Bloggen als Hobby abgetan, aber mehr und mehr BloggerInnen versuchen Blogs (sogenannte Business-Blogs) auch beruflich zu nutzen. Hat man sich einmal einen Namen gemacht, kann ein Blog auf potenzielle KundInnen positiv wirken und zu neuen Aufträgen führen. Abgesehen davon kann man einen Blog als Plattform für eigene Arbeiten nutzen und man verschafft gleichzeitig seinen LeserInnen einen „Blick hinter die Kulissen“. Durch die persönliche Schreibweise in einem Blog wirkt die Kommunikation im Gegensatz zu einer statischen Website lockerer und menschlicher. Auch Golms (2011: 57) weist im Zusammenhang mit Websites darauf hin, dass „das Marketing von Freiberuflern auf deren Person und Persönlichkeit“ beruht. Wright (2006) geht davon aus, dass Blogs ein Kommunikationsmittel sind, das so schnell nicht ersetzt werden wird. Er ist der Meinung, dass die Kommunikation mit Kunden mit Hilfe von Blogs Teil der zukünftigen Kommunikation sein wird (vgl. Wright 2006: 285).

Für DolmetscherInnen besonders von Vorteil ist die Tatsache, dass man ständig am Schreiben ist, was nicht nur beim Nachdenken hilfreich sein kann, sondern auch die Sprachkenntnisse trainiert und stärkt, wenn man den Blog beispielsweise in seinen Arbeitssprachen verfasst. Durch Blogs und deren Vernetzung ist man ständig im Web 2.0 unterwegs, was bedeutet, dass man immer auf dem neuesten Stand ist, sich einfach über neue Entwicklungen informieren kann und somit auch mit anderen (freiberuflichen) KollegInnen in ständigem Austausch steht. Laut Wandiger kann aber mit Blogs nicht direkt Geld verdient werden - vielmehr sind Blogs ein Marketing-Instrument, das dabei helfen soll, seine Online-Präsenz auszubauen und seinen Ruf zu stärken. Nur im Mix mit anderen Medien wie eigener Website, Business-Netzwerken, Facebook-Profilen usw. kann ein Blog seine volle Wirkung entfalten (vgl. Wandiger 2008).

Besonders wichtig ist, dass man nur über ein Thema bloggt, über das man viel zu berichten hat und gerne erzählt. Ist man nicht mit Herzblut dabei und betreibt einen Blog nur,

weil man eben muss, werden dies die LeserInnen schnell merken und das Interesse verlieren (vgl. Tice 2013).

FreiberuflerInnen können mehr Anerkennung erlangen, wenn sie zu einem bestimmten Thema ihr Wissen teilen. Dieses ‚Teilen‘ von Informationen führt dazu, dass man sich Respekt in seinem Berufsstand verschafft. Früher hatte man nur in Form von veröffentlichten Büchern, Artikeln oder durch Präsentationen bei Veranstaltungen die Möglichkeit, seine Gedanken oder sein Wissen weiterzugeben. Und dies war meist erst möglich, nachdem man bereits einen gewissen Bekanntheitsgrad erlangt hatte. Durch das Internet bzw. durch Blogs hat nun jeder und jede die Möglichkeit, ein breites Publikum anzusprechen (vgl. Ueland 2002: 32f).

Eck (vgl. 2007: 85ff) beschreibt in seinem Werk zum Thema Corporate Blogs (also Blogs, die zur internen oder externen Unternehmenskommunikation verwendet werden) einige Gründe, warum sich solche Blogs positiv auf ein Unternehmen auswirken können. Obwohl hier von Unternehmen die Rede ist, lassen sich die erwähnten Punkte auch auf die Tätigkeit von DolmetscherInnen ummünzen. „Pressekontakte“, „Recruitment“ und „interne Kommunikation“ sind für DolmetscherInnen weniger von Bedeutung. Aber die Tatsache, dass man sich durchs Bloggen als ExpertIn etablieren kann, ist auch für DolmetscherInnen von Bedeutung. Auch die Tatsache, dass Blogs dazu verwendet werden können, um Informationen zu archivieren, stellt ein interessantes Werkzeug für DolmetscherInnen dar. Durch die Permalink-Funktion bleiben Artikel bzw. Blog-Posts gespeichert und sind leicht aufzufinden. Aufgrund der durch Blogs vereinfachten Kommunikation werden Rückfragen an die AutorIn vereinfacht. Und, wie bereits angesprochen, kann ein gut geführter, interessanter Blog die Reputation beeinflussen und verbessern.

Auch Golms (vgl. 2011: 72f, 115 ff) weist auf Blogs als nützliches Marketinginstrument für DolmetscherInnen und ÜbersetzerInnen hin. Sie empfiehlt jenen, die gerne schreiben und im Netz bewandert sind, diese Methode auszuprobieren, um online ihre Kompetenz zu zeigen. Für verschiedene Definitionen des Begriffs Kompetenz siehe Steiner/Weiss (2012). Ein Blog kann für DolmetscherInnen und ÜbersetzerInnen verschiedene Funktionen darstellen. So kann er entweder dazu dienen, Neuigkeiten weiterzugeben, Wissen auszutauschen, Web-Links zu sammeln, Kontakte zu pflegen oder seine eigene Arbeit zu präsentieren. Der Blog kann in die eigene Website integriert werden, oder aber auch separat betrieben werden. Schreibt man ihn separat, sollte man ihn in jedem Fall mit der eigenen Homepage verlinken, damit mehr LeserInnen den Blog finden und der Marketing-Mix gegeben ist. Golms weist aber, wie auch andere, darauf hin, dass ein Blog

sehr zeitaufwändig ist und man einen Blog nur starten sollte, wenn man auch vorhat, ihn regelmäßig zu betreiben. Blogs, die wie Geisterstädte aussehen, weil entweder niemand mehr bloggt, oder keiner die Blogs liest und kommentiert, sollten in jedem Fall vermieden werden (vgl. Tice 2013).

Die von Wandiger angesprochenen Business-Blogs stellen eine Mischform aus Corporate Blogs und Private Blogs dar, da freiberuflich tätige Personen Persönliches für ihr Geschäft nutzen können.

Es ist anzunehmen, dass auch die Dolmetsch-Blogosphäre im Hinblick auf die Nutzung von Blogs sehr mannigfaltig ist. Verschiedene BloggerInnen verfolgen unterschiedliche Ziele und Zwecke, wahrscheinlich werden oft auch mehrere Beweggründe gleichzeitig hinter dem Bloggen stecken.

4 EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG

4.1 DolmetscherInnen im Web

DolmetscherInnen haben schon seit längerer Zeit das Internet für sich entdeckt. Man findet nicht nur zahlreiche von DolmetscherInnen betriebene Homepages, sondern auch Websites von Agenturen, Berufsverbänden oder DolmetscherInnen-Teams. Die AIIC hat zum Beispiel eine eigene Facebook-Seite namens *Interpreting the World*, die am 27. März um 10:00 von 13.362 Personen ‚geliked‘ wird. Auch die Homepage von Universitas, dem österreichischen Berufsverband für Dolmetschen und Übersetzen, ist ein wichtiger Anlaufpunkt für Verbandsmitglieder, zukünftige ÜbersetzerInnen und DolmetscherInnen oder Interessierte. Gleichmaßen haben auch Blogs im Dolmetschbereich Einzug gefunden. Freiberufliche TranslatorInnen, Agenturen und Berufsverbände haben Blogs für sich entdeckt. Die AIIC hat beispielsweise einen Blog auf ihrer Website integriert – hier bloggen DolmetscherInnen zu den verschiedensten Themen in regelmäßigen Abständen (<http://aiic.net/blog>). Eine Vielzahl von freiberuflichen oder fest angestellten DolmetscherInnen bloggt bereits und diese Blogs sollen den Mittelpunkt der empirischen Untersuchung darstellen.

4.2 Blogs im Bereich der Translation

Obwohl sich auch die Translationswissenschaft bereits mit dem Phänomen Blog beschäftigt, befindet sich der Forschungsstand zum Thema DolmetscherInnen und Weblogs noch im Anfangsstadium.

In ihrer Studie “A Window into the Profession” untersuchte Mcdonough Dolmaya (2011) 50 Blogs zum Thema Translation, die von DolmetscherInnen und ÜbersetzerInnen, Forschungsorganisationen, Übersetzungsbüros oder anderen Unternehmen geführt wurden. Um aufzuzeigen, welches Potenzial Blogs von TranslatorInnen als Forschungsobjekt bergen, wurde untersucht, wer diese Blogs verfasste und was die Blogs über die Menschen hinter den Blogs bzw. über deren Standpunkt und Verhalten aussagten. Sie untersuchte eine Stichprobe von 50 Blogs (bzw. 51 BloggerInnen), wovon 44 von einzelnen DolmetscherInnen und ÜbersetzerInnen und der Rest von Forschungsinstitutionen, Agenturen oder Unternehmen verfasst wurden. Aufgrund der Sprachkenntnisse von Mcdonough Dolmaya wurden nur Blogs, die in Englisch, Französisch oder Spanisch verfasst wurden, untersucht. Die Autorin gibt eine kurze, aber aufschlussreiche Zusammenfassung über die BloggerInnen selbst. Hier erfährt man neben Geschlecht und Wohnort der BloggerInnen, wie viele der untersuchten

Blogs Kontaktinfos, Namen, Links zu Webseiten, Infos zur Ausbildung oder Berufserfahrung, Sprachkenntnisse oder Fotos enthalten. Sie deutet an, dass die Blogs durch die Angabe von Name, Anschrift und anderen Informationen zur Person direkten Einfluss auf den Ruf der BloggerInnen haben werden (vgl. McDonough Dolmaya 2011: 81ff).

Die Inhalte der Blogs wurden anhand eines Kategoriensystems dargestellt, welches nach und nach bei der Untersuchung der Blogs erstellt wurde. Am häufigsten dienten die Blog-Beiträge dazu, Ratschläge zu berufsrelevanten Themen zu geben, Meinungen oder Gedanken mit den LeserInnen zu teilen oder translationsrelevante Neuigkeiten zu posten.

McDonough Dolmaya (vgl. 2011: 17) sieht Blogs als wertvolle Forschungsquelle und gibt in ihrer Arbeit zahlreiche Anregungen für Forschungsfragen und Untersuchungen, um mehr über die Arbeitsbedingungen von TranslatorInnen, den Übersetzungsprozess, den Einfluss von BloggerInnen und die Nutzung von Online-Netzwerken durch professionelle TranslatorInnen, AmateurInnen, StudentInnen oder Institutionen herauszufinden.

Feigl/Winkler (2014) beschäftigten sich in ihrer Seminararbeit mit der Selbstdarstellung von KonferenzdolmetscherInnen in sozialen Medien bzw. Blogs. Anhand einer vergleichenden Diskursanalyse von drei Teildiskursen (offizielle Social-Media-Auftritte, persönliche Blogs und Unterhaltungsseiten) zeigten sie auf, wie KonferenzdolmetscherInnen sich bzw. die gesamte Berufsgruppe in den sozialen Medien präsentierten. Als Basis für ihre Untersuchung verwendeten sie das Kategoriensystem von McDonough Dolmaya und fügten weitere notwendige Kategorien hinzu bzw. passten bestehende Kategorien an die neue Untersuchung an. Durch einen Vergleich der Teildiskurse wurden die Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten dieser herausgearbeitet.

Auch aus Dänemark gibt es eine sehr interessante Arbeit zum Thema Blogs. In Hinblick auf eine neue Forschungsperspektive macht Dam nicht das Produkt von DolmetscherInnen und ÜbersetzerInnen oder den Vorgang des Dolmetschens und Übersetzens zum Objekt ihrer Forschung, sondern die TranslatorInnen selbst. Mehrere Studien zur beruflichen Stellung von TranslatorInnen anhand der vier Parameter Einkommen, Fähigkeiten/Kompetenz, Sichtbarkeit/Ruhm und Macht/Einfluss stellen den Hintergrund ihrer Untersuchung von Blogs dar.

Dam (2013) untersuchte 20 Weblogs von 21 TranslatorInnen (ein Blog hat zwei Autorinnen) zum Thema Translation. Mit Hilfe von Beispielen aus den untersuchten Weblogs veranschaulichte sie, wie die vier oben genannten Parameter in den Blogs Erwähnung finden. Beispielsweise führte sie an, wie BloggerInnen über ihr Einkommen bloggen oder vor zu niedrigen Preisen waren.

Anhand der qualitativen Analyse der Blogs untersuchte sie, wie die, in diesem Fall freiberuflichen, TranslatorInnen Blogs nutzen, um ihren eigenen bzw. den Status des eigenen Berufsstandes zu verbessern. So stellt sie fest, dass TranslatorInnen durch Blogs sichtbarer werden und sich somit Gehör verschaffen können. Sie betreiben Networking, bilden Gemeinschaften und machen den Beruf sichtbar (vgl. Dam 2013: 32).

4.3 Beweggründe für die Untersuchung

Diese Masterarbeit behandelt die Nutzung von Blogs zu beruflichen Zwecken. Dieses Thema entwickelte sich aus mehreren Überlegungen, Ideen und Ansätzen und wurde von den vorhin erläuterten Arbeiten inspiriert. Blogs gewähren einen Einblick in das Leben, das Hobby, das Fachgebiet oder den Beruf anderer Menschen und bieten somit eine hervorragende Informationsquelle, die als Untersuchungsgegenstand für die verschiedensten Aspekte dienen kann. Auch in der Translationswissenschaft wird deutlich, dass Blogs eine hervorragende Quelle darstellen, berufsspezifische Aspekte zu untersuchen. Dass Blogs auch im Translationsbereich immer mehr an Bedeutung gewinnen, zeigt auch ein Artikel der AIIC, dem Internationalen Verband der Konferenzdolmetscher, welcher sich mit dem Thema Verantwortung in sozialen Medien beschäftigt. Auch die Generaldirektion Dolmetschen der Europäischen Union (SCIC 2013) führt Blogs als Hilfsmittel für Dolmetsch-StudentInnen auf Ihrer Homepage an.

Blogs bieten ein neues und sehr interessantes Forschungsgebiet, dessen Untersuchung unter anderem eine wichtige Quelle für die am Anfang ihrer Berufslaufbahn stehenden (freiberuflichen) DolmetscherInnen, aber auch für etablierte DolmetscherInnen, sein kann. Obgleich der Online-Inhalt aufgrund der Dynamik des Internets auch als „flüchtige Momentaufnahme“ (Welker/Wünsch 2010: 11) bezeichnet werden kann, kann die Untersuchung von Blogs trotzdem dazu dienlich sein, um auf die Verwendungen neuer Medien von DolmetscherInnen Rückschlüsse zu ziehen.

Bereits McDonough Dolmaya gab Anreiz zur Untersuchung von Blogs als Marketing-Tools von freiberuflichen DolmetscherInnen (vgl. 2011: 79). Wie viele der untersuchten Blogs sind also darauf ausgerichtet, nicht nur DolmetschkollegInnen anzusprechen, sondern auch für KundInnen/AuftraggeberInnen, als Informationsquelle zu dienen? Wie professionell sind solche Blogs gestaltet? Ziel dieser Arbeit ist festzustellen, wie viele der von DolmetscherInnen betriebenen Blogs eindeutig oder optional beruflich genutzt werden, bzw. wie professionell diese Blogs gestaltet sind.

Vor dem Hintergrund dieser Gedanken, ergaben sich folgende zwei Forschungsfragen für die vorliegende Arbeit:

1. Nutzen DolmetscherInnen Blogs zu beruflichen Zwecken?
2. Vermitteln Blogs von DolmetscherInnen Professionalität und Vertrauen?

4.3.1 Blogs mit beruflicher Absicht oder beruflichem Zweck

Was bedeutet eigentlich beruflicher Zweck im Hinblick auf die Fragestellung der vorliegenden Masterarbeit? Im Kapitel *Warum bloggen Menschen* wurden bereits die verschiedensten Beweggründe für das Bloggen beschrieben. Wer sich schon einmal in die Blogosphäre vorgewagt hat oder durch Zufall bei der Internetrecherche auf einen Blog gestoßen ist bzw. sich ein bisschen mit der Welt der Blogs beschäftigt hat, wird relativ schnell einen Eindruck darüber bekommen, worum es sich bei diesem Phänomen eigentlich handelt. Abgesehen von den bereits beschriebenen Blogfunktionen, welche in unterschiedlichstem Format auf Blogs auftauchen, bemerkt man relativ schnell den persönlichen Charakter eines Blogs. Bilder, kurze Einträge, ausführliche Erklärungen, spannende Erlebnisse, lustige Erfahrungen, neue Erkenntnisse, Beschwerden, Ideen, Neuigkeiten u.v.m. über die unterschiedlichsten Themen werden den Blog-BesucherInnen auf verschiedenste Art und Weise präsentiert. Das bloße Anpreisen von Produkten, welche die LeserInnen dann kaufen sollen, funktioniert auf Blogs jedoch nicht. Die Blog-Leserschaft verlangt nach aktuellen, relevanten Informationen und möchte nicht einfach mit Werbung zugepflastert werden (vgl. Jenner/Jenner 2010: 45). Dies bedeutet, dass man den KundInnen/ LeserInnen etwas bieten muss, das nicht primär mit dem Bewerben oder Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen einhergeht. BloggerInnen geben zum Beispiel Tipps im Hinblick auf neue Produkte, sie probieren Dinge aus, sie empfehlen indirekt etwas durch Erzählungen oder Erfahrungsberichte. Durch die ständige, aktuelle Auseinandersetzung mit einem oder mehreren bestimmten Themen werden BloggerInnen zu ExpertInnen auf ihrem Gebiet (vgl. Ueland 2002: 27ff, Bankhead 2002: 63). Das heißt, sie wollen in erster Linie informieren und nicht verkaufen und dadurch bildet sich eine Vertrauensbasis zwischen Leserschaft und BloggerIn.

Wer Blogs einfach nur dazu nutzt, Dienstleistungen oder Produkte anzupreisen, wird seine LeserInnen langweilen und vergraulen. Man muss also versuchen relevant, einzigartig, amüsant, sprachlich kreativ oder persönlich zu sein. Anstatt über Fakten, schreibt man über seine letzten Projekte oder über wichtige Aspekte des Berufs (vgl. Wolff/Panter 2012: 43ff).

Auch DolmetscherInnen könnten dieses Prinzip für sich nutzen. Oft gibt es Unwissen im Hinblick auf den Beruf, den Unterschied zwischen Dolmetschen und Übersetzen oder wie DolmetscherInnen ihr Honorar rechtfertigen. In Blogs können DolmetscherInnen solche Themen aufarbeiten, oft gestellte Fragen beantworten und interessante Aspekte des Berufes beschreiben.

Es soll festgestellt werden, ob DolmetscherInnen sich diese Funktion zu Nutze machen. Man schreibt über den Dolmetschberuf, erklärt sprachliche Besonderheiten, informiert über neue Errungenschaften in der Translationsforschung und nebenbei präsentieren die AutorInnen auch ihre Qualifikationen, ihre Sprachkombination und Möglichkeiten, um mit der DolmetscherIn in Kontakt zu treten. Als Homepages modern wurden, war es üblich, dass man sich eine eigene Homepage erstellte, wo sich KundInnen über die Leistungen, Preise, Referenzen usw. informieren konnten. Wright (vgl. 2006: 285) spricht davon, dass Blogs eigentlich nur (Unternehmens)websites sind, die eine zusätzliche Funktion für die Kommunikation bieten. Wie viele DolmetscherInnen gibt es also, die anstelle von Homepages Blogs für sich entdeckt haben und diese Form der Kommunikation nutzen, um vielleicht mehr Bekanntheit bei KundInnen zu erlangen, eine Vertrauensbasis zu schaffen oder um den KundInnen damit auf sehr persönliche Art und Weise Einblick in die Dolmetscharbeit zu geben. Es soll aufgezeigt werden, wie viele der untersuchten Blogs eine derartige berufliche Absicht erfüllen. Da aber natürlich auch Professionalität und Vertrauen zwischen DolmetscherInnen und KundInnen wichtig sind, sollen auch diese Aspekte genauer betrachtet werden.

4.4 Untersuchungskorpus

Das ständige Aufkommen neuer Weblogs, das Brachliegen und die Löschung von nicht mehr weitergeführten oder alten Weblogs lassen sich als typisch für die Menge aller Weblogs bezeichnen und unter dem Konzept der *Dynamik* zusammenfassen. (Erlhofer 2010: 145)

Aufgrund dieser Dynamik in der Blogosphäre ist eine Vollerhebung für eine Blog-Untersuchung praktisch unmöglich, oder nur mit einem nicht vertretbaren Zeitaufwand zu bewerkstelligen. Man müsste also in der Weblogforschung immer mit Stichproben arbeiten, die wiederum voraussetzen, dass man Kenntnis über die Grundgesamtheit hat. Wenn man aber die Grundgesamtheit als Menge aller DolmetscherInnen-Blogs definiert, kann man keine reliable Stichprobe untersuchen, da, streng genommen, eine Vollerhebung aller Blogs von DolmetscherInnen nicht möglich ist. Eine Option ist es also, die Grundgesamtheit anhand von expliziten Definitionen zu verkleinern und mit einer Erhebungsgesamtheit zu arbeiten (vgl.

Erlhofer 2010: 149ff). Aus diesem Grund wurde für die hier vorliegende Untersuchung eine Erhebungsgesamtheit anhand von vorher definierten Kriterien zusammengestellt.

4.4.1 Auswahlmöglichkeiten für die Erhebungsgesamtheit

Das Untersuchungskorpus für die vorliegende Arbeit besteht aus 42 Blogs. Die Auswahl dieser Blogs erfolgte am 7. Februar 2015 unter Berücksichtigung der nachfolgend erklärten Bedingungen.

Wie in anderen Arbeiten zum Thema Blogs bereits festgestellt wurde (z.B. Armborst 2006: 71), erweist es sich als schwierig, sämtliche BloggerInnen zu quantifizieren. Genauso schwierig ist es, sämtliche Blogs von DolmetscherInnen in der Blogosphäre ausfindig zu machen. Schon allein die Tatsache, dass Dolmetsch-Blogs vielleicht unter einem anderen Titel oder Thema zu finden sind, macht es schier unmöglich, eine vollständige Liste von Blogs zu erstellen. Dennoch können auch anhand einer Auswahl von Blogs Tendenzen und Trends im Dolmetschbereich sichtbar gemacht werden.

Ausgehend von verschiedenen Studien, die sich mit dem Thema Blogs beschäftigen, kristallisierten sich drei Möglichkeiten heraus, um das Untersuchungskorpus der Blogs zu erstellen.

1. Blogverzeichnisse

Eine Möglichkeit, sich der Blogosphäre quantitativ zu nähern, sind Blogverzeichnisse. Sie sind, wie der Name schon sagt, Verzeichnisse, in denen die unterschiedlichsten Blogs zu den unterschiedlichsten Themen aufgelistet sind. Dam (2013) nutzt zum Beispiel das Blogverzeichnis der American Translators Association (ATA) namens *Blog Trekker* (http://www.atanet.org/resources/blog_trekker.php), um dann aus der Liste Blogs für Ihre Untersuchung auszuwählen. Andere Blogverzeichnisse sind zum Beispiel *blogs.botw.org* oder *blogarama.com* oder die Blog-Suchmaschine von *Google*.

2. Blogrolls von anderen Blogs

Wie bereits in Kapitel 3.6.1 erklärt, handelt es sich bei Blogrolls um Linklisten, mit denen BloggerInnen auf andere interessante oder inspirierende Blogs hinweisen. McDonough Dolmaya (2011) zum Beispiel nennt zwei Quellen für die Zusammenstellung ihres Untersuchungskorpus. Die erste Gruppe generierte sie aus den hundert FinalistInnen der Lexophiles Top Language Blogs. Um das Untersuchungskorpus vielfältiger zu gestalten, nahm sie zusätzlich Blogs in die Liste auf, die in den Blogrolls von BloggerInnen aus der Lexophiles-Liste verlinkt wurden (vgl. McDonough Dolmaya 2011: 80).

Sogenannte Blogrolls sind auf sehr vielen Blogs zu finden und stellen eine interessante Quelle für weitere Dolmetsch-Blogs dar. Diese Listen findet man auf Blogs unter den Titeln

„Blogs on Interpreting“, „Blogs by interpreters“ (wie zum Beispiel auf dem Blog theinterpreterdiaries.com) oder einfach nur „Blogroll“.

Erlhof (2010: 157ff) beschreibt zwei Methoden, um eine Erhebungseinheit zu bestimmen: die *nominalistische* Methode, bei der die ForscherInnen selbst anhand von inhaltlichen Merkmalen bestimmen, welche Blogs Teil der Erhebungsgesamtheit werden; und die *realistische Methode*, wo Blogrolls verwendet werden, um beispielsweise Netzwerke zu analysieren. Durch diese Methode werden die ForscherInnen sozusagen davon befreit, selbst eine Auswahl zu treffen.

3. Suchmaschinen

Die dritte Möglichkeit besteht darin, sich wie herkömmliche InternetnutzerInnen zu verhalten und nach Blogs in Suchmaschinen wie zum Beispiel *Google* zu suchen. Je nach sprachlichen Kompetenzen könnte man dann nach folgenden Schlagwörtern suchen:

Blog Dolmetscher, Dolmetscher Online, Dolmetschen Weblog, blog interprète, blog interpreter, weblog interpreter, translation blogs, blog translator, blog interpreter, sign interpreter blog, Blog von Gerichtsdolmetschern, language blog, ...

4.4.1.1 Kriterien für die Auswahl des Untersuchungskorpus

Im Gegensatz zu anderen Untersuchungen, wo eine Vielzahl von Dolmetsch-/Übersetzerblogs unter anderem auch von Organisationen, Verbänden, Agenturen usw. verwendet wurden, sollte bei dieser Untersuchung eine homogenere Erhebungsgesamtheit zum Einsatz kommen.

Gerade bei der Untersuchung von Weblogs wird gerne vernachlässigt, genau zu beschreiben, wie das Untersuchungskorpus zustande gekommen ist bzw. welches Erhebungsverfahren verwendet wurde (vgl. Erlhofer 2010: 155). Um dem entgegenzuwirken, soll hier detailliert beschrieben werden, auf welcher Basis das Untersuchungskorpus der hier vorliegenden Studie gründet.

Wie bereits erläutert, können Blogs auf mehrere Arten ausgewählt werden. Man könnte nur Blogs aus einer bestimmten Liste wie zum Beispiel der Lexiophiles-Liste nehmen, oder die Blogs nach einem bestimmten Thema in Blog-Suchmaschinen eingrenzen. Schweitzer (vgl. 2010: 48f) versucht Wege zu beschreiben, wie sich das Untersuchungskorpus von politischen Websites eingrenzen lässt. So könnte man politische Websites zum Beispiel nach dem geografischen Geltungsbereich (ist die Seite national, international oder supranational orientiert), der zeitlichen Persistenz (ist die Seite dauerhaft präsent, oder zeitlich begrenzt) und der personellen Trägerschaft (Seite einer Institution? Seite einer einzelnen Person?) einteilen. Da die berufliche Absicht von DolmetscherInnen

Kernthema dieser Arbeit ist, stehen bei dieser Untersuchung die Blog-AutorInnen im Vordergrund.

Es gibt eine sehr große Anzahl von Blogs zum Thema Dolmetschen. Viele dieser Blogs werden von Organisationen, Agenturen bzw. größeren DolmetscherInnen-Teams betrieben. Für diese Untersuchung wurden ausschließlich Blogs von einzelnen oder maximal zwei Personen, im Gegensatz zu Organisationen, Verbänden oder Agenturen, verwendet. Die Mitgliedschaft in Verbänden war natürlich kein Ausschlusskriterium.

Es wurden nur jene Blogs in die Liste aufgenommen, in denen ausdrücklich erwähnt wird, dass die BloggerInnen (auch) als DolmetscherInnen (egal in welchem Bereich) arbeiten. Blogs von Personen, die sich nur für das Thema interessieren oder ausschließlich als LinguistInnen oder ÜbersetzerInnen arbeiten, sollten nicht untersucht werden. Auch Blogs von Dolmetsch-StudentInnen wurden nicht in die Liste aufgenommen. Demnach wurden nur Blogs von (auch) freiberuflich tätigen DolmetscherInnen Teil des Untersuchungskorpus.

Aus sprachlichen Gründen wurden nur deutsche, englische und französische Blogs in die Liste aufgenommen. Die Herkunft der AutorInnen war dabei nicht relevant. Sofern der Blog also in einer der drei Sprachen verfasst wurde, wurde er in das Korpus aufgenommen.

4.4.1.2 Blogs oder Homepages

Wie bereits vorab mehrmals angesprochen, werden Blogs bzw. Homepages auf sehr unterschiedliche, manchmal aber auch ähnliche Art und Weise definiert. Dieser große Definitionsspielraum reflektiert die enorme Vielfalt an Blogs, die im Internet zu finden ist. Die nachfolgende Tabelle basiert auf einer der vielen Definitionen zu den Unterschieden zwischen Websites und Blogs (vgl. An 2015)

Blog	Homepage/Website
eine umgekehrt chronologische Liste von Blogbeiträgen stellt die Startseite dar (diese sind mit Datum versehen)	Startseite verweist auf verschiedene Bereiche der Webpräsenz
man hat die Möglichkeit Kommentare zu hinterlassen	man kann Texte auf der Homepage nicht kommentieren
Funktionen wie RSS-Feed, Blogroll oder Archiv sind zu finden	Funktionen wie z.B. Gästebuch, Kontaktformulare, Feedback, FAQ
dynamische, interaktive Seite	statische Seite, die Informationen zur Verfügung stellt

Diese Tabelle soll eine ‚Basisdefinition‘ für die Untersuchung und vor allem für die Auswahl des Untersuchungskorpus darstellen. Aufgrund des sehr dynamischen Charakters des Web 2.0

und der Tatsache, dass man die Möglichkeit hat, auch ohne technische Kenntnisse Blogs zu kreieren, werden Blogs gerne in Verbindung mit anderen Medien verwendet. Es haben sich beispielsweise Hybridversionen aus Blogs und Homepages entwickelt. So gibt es Blogs, auf denen Kontaktformulare und FAQs zu finden sind, aber auch Homepages, auf denen Blogs integriert sind. Funktionen wie „About“/“Wer bin ich“/“Über mich“ sind sowohl auf Blogs als auch auf Homepages zu finden. Genau auf diese Besonderheiten in der Blogosphäre soll Rücksicht genommen werden.

Ziel der Untersuchung ist, etwas über den beruflichen Nutzen von Blogs für DolmetscherInnen herauszufinden. Nur weil ein Blog Teil einer Homepage ist, ist er deswegen nicht weniger ein Blog. Dies ist eine Form der Internetpräsenz, bei der es sich nicht primär um einen Blog handelt, sondern um eine Homepage mit integriertem Blog. Der Blog nimmt somit eine untergeordnete Rolle ein.

In das Untersuchungskorpus wurden deshalb Blogs, aber auch Blogs in Verbindung mit anderen Medien, wie zum Beispiel Homepages, aufgenommen. Diese unterschiedliche Verwendung von Blogs soll bei der Auswertung des Untersuchungskorpus in jedem Fall gesondert untersucht werden.

4.4.2 Auswahl der Blogs

Im Hinblick auf diese Auswahlbedingungen wurden die drei Optionen zur Blogauswahl versuchsweise angewandt.

Am 29. Jänner 2015 beinhaltete die Liste des Blog Trekkers der American Translators Association 168 Blogs zum Thema Translation. Nach gründlicher Untersuchung konnte festgestellt werden, dass unter den Blogs nicht nur Dolmetsch-Blogs, sondern auch sehr viele Übersetzung-Blogs zu finden sind. Des Weiteren gibt es auch Blogs von LinguistInnen, ForscherInnen, StudentInnen und Unternehmen. Auch Blogs, welche Lokalisierung, Globalisierung oder Projektmanagement zum Thema haben, sind Teil dieser Liste. Manche Seiten konnten nicht aufgerufen werden und für einige benötigte man einen eigenen Login. Des Weiteren gab es keine sprachliche Einschränkung bei der Liste von *atanet* (2015).

Andere Blogverzeichnisse wie zum Beispiel <http://blogs.botw.org/> weisen bei der Eingabe des Wortes *interpreter* am 30. Jänner 2015 eine Liste von 1280 Blogs auf. Diese Liste beinhaltete unter anderem viele Websites von Universitäten und Agenturen. Viele der Seiten sind Homepages und weisen keinerlei Blogmerkmale auf. Wie bei Suchmaschinen üblich bekommt man eine sehr breit gefächerte Liste an Ergebnissen. Blogs bzw. Homepages von Dolmetsch-Agenturen und einzelnen DolmetscherInnen, aber auch sehr viele Seiten, wo das Wort *interpretation* in einem ganz anderen Kontext vorkommt, sind in diesem

Verzeichnis zu finden. So sind unter den Suchergebnissen auch Diskussionsseiten zur Interpretation der Bibel oder Traumdeutungsseiten (*Interpretation of Dreams*) zu finden. Auch bei der Eingabe der deutschen bzw. französischen Begriffe *Dolmetscher* und *interprète* konnten keine brauchbaren Blogs gefunden werden. Auch beim Blogverzeichnis *blogorama.com* waren die Resultate sehr mannigfaltig, obwohl die Liste deutlich kleiner ausfiel als bei *blogs.botw.org* (zwölf Ergebnisse am 30. Jänner 2015). Diese Liste beinhaltete beispielsweise die Homepage eines *nature interpreter*, eine Homepage zur Programmierung von JavaScript, die Homepage eines griechischen Übersetzers und Dolmetschers und eine indonesische Dolmetsch-Seite. Die Auswahl durch Blog-Verzeichnisse fiel also erwartungsgemäß bunt gemischt aus.

Blogs werden je nach Dynamik und Häufigkeit der Verlinkungen in Suchmaschinen gereiht (vgl. Wolff/Panter 2012: 41). Je aktueller und interessanter der Blog für LeserInnen ist, desto bekannter und relevanter wird er auch. In einem Blogverzeichnis nach Blogs zu suchen, welches eine Vielzahl an Blogs unabhängig von Aktualität und Bekanntheit enthält, ginge eigentlich gegen dieses Reihungs-Prinzip von Blogs. Aufgrund dieser Tatsache wurde die Liste der Blogs primär mit Hilfe der Suchmaschine *Google* zusammengestellt. Um jedoch die größtmögliche Vollständigkeit der Erhebungsgesamtheit zu gewährleisten, soll eine Verbindung aus *realistischer* und *nominalistischer Methode* stattfinden. Alle auf *Google* gefundenen Blogs wurden nach den oben genannten Kriterien ausgewählt und zusätzlich mit Blogs (die ebenfalls den Kriterien entsprechen müssen) aus Blogrolls ergänzt. Zusätzlich wurde diese Liste dann durch Blogs aus dem Blog Trekker von *atanet* ergänzt. Ziel war es, eine möglichst große Erhebungsgesamtheit von bloggenden DolmetscherInnen zu erzielen. Obwohl mit größtmöglicher Sorgfalt nach den Blogs gesucht wurde, kann nicht ausgeschlossen werden, dass Blogs, welche die Kriterien erfüllen würden, zum Auswahlzeitpunkt nicht gefunden wurden.

Nach Eingabe von verschiedenen Suchbegriffen (Blog Dolmetscher, Dolmetscher Online, Dolmetschen Weblog, blog interprète, weblog interprète, blog interpreter, weblog interpreter, translation blogs, blog translator, community interpreter blog, Gerichtsdolmetscherblog, etc.) auf *Google* wurden jeweils die ersten vierzig Suchergebnisse angeklickt und untersucht. In den Blogrolls der für die Untersuchung geeigneten Blogs und im Blog Trekker von *atanet* wurden dann noch weitere Blogs gefunden, die unter den ersten 40 Suchergebnissen in der Suchmaschine nicht aufschienen.

Diese Suche ergab schließlich eine Liste von 42 deutsch-, englisch- und französischsprachigen Blogs oder in Homepages integrierten Blogs von (freiberuflichen)

DolmetscherInnen. Fünf dieser Blogs werden mit Sicherheit von jeweils zwei Personen betrieben. Bei einem Blog (*Boots in the Booth*) kann nicht mit Sicherheit gesagt werden, ob eine oder zwei Personen den Blog betreiben. Es handelt sich um eine Liste, die die verschiedensten Dolmetschbereiche repräsentiert. GebärdensprachdolmetscherInnen, GerichtsdolmetscherInnen und Konferenz-dolmetscherInnen sind in der Liste vertreten. Auch der Blog eines Berufseinsteigers ist Teil der Liste (*The Mute Button*).

4.5 Analysemethode

Für die vorliegende Arbeit war die Nutzung von Blogs zu beruflichen Zwecken das vorrangige Thema. Schmidt schlägt in seiner Arbeit zum Thema Bloggen drei Instrumente zur Analyse von Weblogs vor. Standardisierte Befragungen von Blog-AutorInnen und LeserInnen, Netzwerkanalysen und die Inhaltsanalyse von Weblogs. „Eine Inhaltsanalyse von Weblogs und den darauf veröffentlichten Texten kann nähere Aufschlüsse über Formen der online-gestützten Selbstdarstellung und des Identitätsmanagements geben“ (Schmidt 2005: 66). Da die Art und Weise, wie man sich im Internet präsentiert bzw. selbst darstellt, auf das Berufsleben großen Einfluss haben kann, wurde für die in dieser Arbeit zu untersuchenden Fragestellungen als Methode die Inhaltsanalyse am aussagekräftigsten empfunden.

Wie bereits Früh (2011) in seinem Werk auflistet, verfügt die Inhaltsanalyse über verschiedene Vorteile, die auch bei der Untersuchung von Weblogs von Nutzen sind. So braucht man bei der Inhaltsanalyse von Blogs die Blog-AutorInnen nicht zu kontaktieren und ist nicht von Versuchspersonen abhängig. Durch die Untersuchung verändert man das Untersuchungsobjekt nicht, man kann die Untersuchung beliebig wiederholen und nebenbei ist die Analyse auch noch kostengünstiger im Vergleich zu anderen Methoden zur Datenerhebung (vgl. Früh 2011: 41f).

Aufgrund der Multimedialität des World Wide Web, d.h. durch die mögliche Verwendung von Videos, Bildern, Audiodateien usw., ergeben sich jedoch besondere Herausforderungen bei der Inhaltsanalyse von Weblogs. Welker/Wünsch (2010) und die anderen AutorInnen ihres Sammelbandes widmen sich in ihrem Werk der Problematik und den Herausforderungen im Hinblick auf die Inhaltsanalyse von Online-Inhalten. Bei der Online-Inhaltsanalyse handelt es sich nicht um eine eigenständige Form der Inhaltsanalyse, aber Online-Inhalte weisen Besonderheiten auf, die berücksichtigt werden müssen. Online-Inhalte werden beispielsweise ständig verändert, gelöscht oder neu erstellt. Aufgrund der technischen Möglichkeiten und der damit verbundenen Verwendung von Audio-, Video- und

Bilddateien handelt es sich um sehr heterogene Inhalte. Online-Inhalte sind meist auch nicht linear, da durch verschiedene Verlinkungen ganze Netzwerke geschaffen werden (vgl. Welker/Wünsch 2010: 10f).

Welker/Wünsch bemerken in ihrem Werk zur Analyse von Online-Inhalten folgendes:

Die einfache Adaption des methodischen Inventars der klassischen Inhaltsanalyse setzt (...) voraus, dass der inhaltsanalytisch zu betrachtende Forschungsgegenstand eine konstante physische Repräsentation aufweist, sich klar und eindeutig von anderen Kommunikationsangeboten abgrenzen lässt und ferner einem einheitlichen sprachlichen oder visuellen Präsentationsmuster folgt, das der späteren Auswertung als Leitfunktion zugrunde gelegt werden kann. (Welker/Wünsch 2010: 12)

Die enorme Nutzungsvielfalt im Internet hat dazu geführt, dass „diese methodische Eindeutigkeit leider überwiegend vertrieben“ wurde (Welker/Wünsch 2010: 12). Durch die immense Verfügbarkeit von Inhalten im Internet kommt es vermehrt zu Ungenauigkeiten und Unübersichtlichkeit (vgl. Welker/Wünsch 2010: 12f). Vor allem durch die technischen Möglichkeiten werden beispielsweise auf Websites nicht nur Texte, sondern auch Videos, Bilddateien oder Audiodateien verwendet. Die bereits angesprochenen Definitionsprobleme mit dem Begriff Weblog verstärken das Risiko einer ungenauen Untersuchung. Um diesen Ungenauigkeiten entgegenzuwirken, sollen die Untersuchungskriterien so klar wie möglich definiert und eingegrenzt werden. Dies wird in den folgenden Kapiteln noch näher erläutert.

4.5.1 Qualitativ oder quantitativ

Früh (vgl. 2011: 67) lehnt die klare Trennung zwischen qualitativ und quantitativ ab. Im Folgenden werden die qualitative und quantitative Analyse teilweise separat dargestellt, jedoch ist eine „strikte Kontrastierung qualitativer und quantitativer Vorgehensweisen (...) theoretisch wie praktisch gegenstandslos“ (2011: 67). Um herauszufinden, ob bzw. wie DolmetscherInnen Blogs beruflich nutzen, werden die Vorgehensweisen kombiniert.

Die quantitative Inhaltsanalyse dient dazu, formale Merkmale zu Themen und AkteurInnen zu erfassen. Mit Hilfe dieser Analyse ist es möglich, eine große Menge an Informationsmaterial in möglichst kurzer Zeit zu untersuchen und auszuwerten. „Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen (...)“ (Früh ⁷2011: 27) Diese Methode erlaubt es anhand eines Kategoriensystems die Inhalte eines Texts in quantifizierbare Einheiten zu zerlegen (vgl. Welker/Wünsch 2010: 9).

4.6 Fragestellung 1

Nutzen DolmetscherInnen Blogs zu beruflichen Zwecken?

Bei der ersten Fragestellung handelt es sich um eine Fragestellung, die teilweise mit Hilfe eines quantitativen Verfahrens beantwortet werden soll. Das hierfür ausgewählte Verfahren, die Strukturanalyse, basiert auf der Untersuchung von Inhalten auf politischen Websites. Bei der Strukturanalyse steht der formale Aufbau der Website im Vordergrund. Diverse Merkmale einer Seite, die beispielsweise zeigen, wie sich BloggerInnen präsentieren, sollen empirisch erfasst und numerisch dargestellt werden (vgl. Schweitzer 2010: 67f). Die Strukturanalyse ermöglicht es somit durch den quantitativen Vergleich von Funktionskriterien, einen „Überblick über den formalen Gesamtaufbau eines Internetauftritts“ zu geben (Schweitzer 2010: 69). Die Erhebungsgesamtheit wird auf verschiedene Kriterien, die auf die berufliche Absicht des Blogs hindeuten, untersucht.

4.6.1 Untersuchung des beruflichen Zwecks

Die Blogs wurden auf bestimmte Kriterien untersucht, bei denen davon auszugehen ist, dass diese auf den Blogs zu finden sind, weil der Blog (unter anderem) einem beruflichen Zweck dienlich sein soll. Golms (vgl. 2011: 51) geht davon aus, dass eine Website heutzutage aus dem Leben selbstständiger DolmetscherInnen nicht wegzudenken ist. Eine eigene Website dient dazu, sich im Internet zu präsentieren und somit möglichen KundInnen zu zeigen, was man zu bieten hat. Websites sind also eine Möglichkeit, seine Online-Präsenz auszubauen.

In vorangehenden Kapiteln wurde festgestellt, dass Homepages, also statische Seiten, Teil des Web 1.0 sind, wo die Kommunikation eher einseitig gestaltet war. Firmen, Agenturen, Selbstständige stellen Informationen zur Verfügung, welche sich Interessierte durchlesen oder herunterladen können. Das Web 2.0 ist aber dadurch gekennzeichnet, wie es auch der Name „Mitmach-Web“ schon verdeutlicht, dass sich die UserInnen an der Kommunikation beteiligen können und wollen (vgl. Ebersbach et al. 2011: 29). Wenn man im Internet aktiv werden möchte, muss man sich an diese Entwicklungen anpassen und versuchen mit den neuesten Trends zu gehen. Quintieri (2012), die sich in ihrem Artikel mit bloggenden ÜbersetzerInnen beschäftigt, beschreibt Blogs als eine der „beliebtesten Online-Marketing-Aktivitäten“, um LeserInnen zu informieren, zu unterhalten, um Lösungen zu bieten oder Wissen zu vermitteln. Quintieri gibt Vorschläge für den Inhalt guter ÜbersetzerInnen-Blogs und wie man damit für KundInnen schreiben bzw. neue KundInnen ansprechen kann.

Blogs werden von Wright (vgl. 2006: 285) als eine Art weiterentwickelte Form von Homepages bezeichnet. Aufgrund der bereits beschriebenen Definitionsproblematik ist dies

nur eine Möglichkeit von vielen, Blogs zu beschreiben. Nichtsdestoweniger haben Blogs und Homepages dahingehend etwas gemein, dass beide dazu dienen, sich im Internet zu präsentieren. Homepages sollen hier also als Basis für das Analyseschema der Untersuchung zum beruflichen Zweck von Blogs dienen. Bei der ersten Fragestellung geht es um Informationen, die auf den Blogseiten gefunden werden können, und nicht auf Rückschlüsse, die eventuell aus Blog-Einträgen gezogen werden können.

Die Kriterien werden aus Homepages, also der Webpräsenz eines Unternehmens oder einer einzelnen Person, generiert. Golms (2011) widmet sich in einem Kapitel ihres Werkes über das Marketing für DolmetscherInnen und ÜbersetzerInnen diesem Thema. In Golms' Werk mit dem Untertitel *Wie Sie sich als Freiberufler optimal vermarkten und Kunden gewinnen* findet sich ein Kapitel über die Gestaltung des Inhalts von Websites (vgl. Golms 2011: 51ff). Sie beschreibt in dem Kapitel *Die eigene Website*, welche inhaltlichen Eigenschaften eine Website von freiberuflichen DolmetscherInnen erfüllen sollte, um auf dem Markt erfolgreich zu sein. Golms (vgl. 2011: 115f) widmet auch Blogs ein kleines Kapitel und sieht sie als weitere Möglichkeit für die Eigenwerbung, die man in die eigene Webseite integrieren kann.

Jene inhaltlichen Aspekte, die Golms (2011: 51ff) als „eine gute Basis“ für Websites von FreiberuflerInnen bezeichnet, wurden als Ausgangspunkte für den Kriterienkatalog verwendet. Als weitere Inspiration für die Ausarbeitung des Katalogs wurde Quintieris Artikel zum Thema Blog-Inhalte für ÜbersetzerInnen. (2012) herangezogen. Beide AutorInnen geben Aspekte an, die nachstehend in abgeänderter Form und anderer Reihenfolge angeführt sind. Sie wurden um weitere als notwendig empfundene Punkte und Erklärungen ergänzt.

4.6.2 Kriterienkatalog

Profil („Über mich/ „Zur Person“/ „About“)	<ul style="list-style-type: none"> ○ Foto ○ Hobbys, die zum Beruf passen ○ Mitgliedschaft in einem Berufsstand ○ Stärken ○ Technische Ausstattung
Qualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ausbildung ○ Auslandserfahrung ○ Erwerb von Fremdsprachen ○ Sprachkombination

Leistungen	<ul style="list-style-type: none"> ○ Angebot ○ Alleinstellungsmerkmal ○ Fachgebiete (bzw. Bereiche in denen man tätig ist)
Referenzen	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kunden ○ Berufserfahrung
Kontaktdaten	<ul style="list-style-type: none"> ○ Name ○ Telefonnummer ○ E-Mail ○ Impressum
Preise	<ul style="list-style-type: none"> ○ Preise z.B. in Form eines Stundensatzes ○ Preisspannen ○ Hinweis auf telefonische Vereinbarung
Philosophie/Credo	<ul style="list-style-type: none"> ○ wichtige Merkmale oder Einstellungen
FAQ	<ul style="list-style-type: none"> ○ Informationen zum Beruf ○ Definitionen
Absicht/Zweck des Blogs	<ul style="list-style-type: none"> ○ klare Definition des Blog-Zwecks, z.B.: <ul style="list-style-type: none"> - Information für StudentInnen - Austausch von Erfahrungen - berufliche Absicht
Stimmprobe	<ul style="list-style-type: none"> ○ Aufnahme einer Dolmetschung ○ Vorstellungsvideo ○ Video eines Dolmetscheinsatzes

Nach einer ersten Sichtung des Untersuchungskorpus wurden fünf Punkte ausgewählt, um die berufliche Absicht auf Blogs von DolmetscherInnen festzustellen. Des Weiteren wurde Punkt 1 hinzugefügt. Viele Blogs weisen kleine Texte, Erklärungen oder Rubriken auf, in denen der Zweck bzw. die Absicht des Blogs dargelegt wird. Man findet aber auch klare Hinweise darauf, dass Kunden angesprochen werden sollen. Sätze wie „Sie suchen einen Dolmetscher?“, „Brauchen Sie einen Dolmetscher?“, „Sie können mich engagieren“, weisen klar darauf hin, dass mit dem Blog (unter anderem) eine berufliche Absicht erfüllt werden soll. Es ist davon auszugehen, dass solche Blogs auch Kontaktdaten und Informationen zu Sprachkombination oder Referenzen enthalten.

Als das Internet noch in den Kinderschuhen steckte, waren Websites relativ einfach mit Hilfe der Inhaltsanalyse zu untersuchen (vgl. Welker/Wünsch 2010: 13). Aufgrund der Möglichkeit von Videos, Bildern, Grafiken und Audiodateien ist die Herausforderung hier, die untenstehenden Punkte nicht nur in Text- sondern zum Beispiel auch in Videoform zu berücksichtigen. Es werden nur Informationen gewertet, die auf dem Blog selbst durch Texte auf der Seite, in den Rubriken usw. ersichtlich sind. Informationen zur Person, die ausschließlich aus Blog-Einträgen hervorgehen, werden nicht gewertet, da diese für die LeserInnen nicht sofort ersichtlich wären.

<p>1. berufliche Absicht ist angegeben</p>	<p>Sätze, die den beruflichen Zweck definieren</p> <ul style="list-style-type: none"> - „Suchen Sie eine DolmetscherIn?“ - „Ich biete ... an“ - „Brauchen Sie eine DolmetscherIn ...?“ - ...
<p>2. Kontaktdaten</p>	<p>man hat die Möglichkeit mit der/dem AutorIn in Kontakt zu treten</p> <ul style="list-style-type: none"> - durch Name, E-Mail-Adresse, Telefonnummer, Adresse, Skype - durch ein Kontaktformular
<p>3. Leistungen/Angebot</p>	<p>Was kann die BloggerIn?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sprachkombination - Dialogdolmetschen, Gebärdendolmetschen, Konsekutivdolmetschen, Simultandolmetschen, ... - veröffentlichte Bücher, Artikel - andere Produkte/Leistungen
<p>4. Info zur Person</p>	<p>Was erfährt man neben den Leistungen noch von den DolmetscherInnen?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lebenslauf - Stärken - Hobbys - Berufserfahrung - Referenzen - Ausbildung - Mitgliedschaft in Berufsstand

5. Foto/Video	Video oder Foto, wo die BloggerIn zu erkennen ist
6. Preise	<ul style="list-style-type: none"> - Angabe von Preisen für Dolmetscheinsätze - Hinweis auf die telefonische/schriftliche Vereinbarung von Preisen

Da das Untersuchungskorpus aus zahlreichen Blogs, aber auch aus Blogs in Verbindung mit anderen Medien besteht, wurde das Korpus in zwei Gruppen geteilt, die anschließend getrennt voneinander auf die sechs oben angeführten Merkmale untersucht wurden.

<u>Gruppe A</u> Blogs	<u>Gruppe B</u> Blogs in Verbindung mit anderen Medien
<ul style="list-style-type: none"> - Blogs, die weder in eine andere Seite integriert sind, noch auf andere Seiten für mehr Informationen verlinken 	<ul style="list-style-type: none"> - Blogs, die in eine Homepage integriert sind - Blogs, die auf andere Medien wie Facebook, LinkedIn, Xing, Google+ oder eine eigene Website für weitere Informationen verlinken*

*Blogs, die nur auf Twitter verlinken, werden zur Gruppe A gezählt, da Twitter nur sehr begrenzte Informationen zulässt. Auch Blogs die lediglich einen „Like-Button“ für Facebook aufweisen, wurden zu Gruppe A gezählt.

4.6.3 Operationalisierung

Nach der Untersuchung von Gruppe A und Gruppe B auf die sechs oben angeführten Punkte wurden die Blogs in drei Kategorien eingeteilt.

<u>Kategorie 1</u> Absicht des Blogs ist beruflich	<u>Kategorie 2</u> berufliche Absicht des Blogs ist optional	<u>Kategorie 3</u> Absicht des Blogs ist nicht beruflich
Absicht ist klar definiert und der Kontakt mit LeserInnen/KundInnen ist möglich und gewollt	Absicht ist nicht klar definiert , aber die Kontaktaufnahme ist möglich	Absicht ist nicht definiert und die Kontaktaufnahme ist nicht/schwer möglich

Kategorie 1 in der Gruppe A bedeutet, dass die Absicht klar beruflich ist, da diese auch explizit auf dem Blog durch Schlagwörter oder Phrasen wie „Suchen Sie eine DolmetscherIn?“, „ Sie suchen Dolmetscher!“, „Ich biete an“,..., angeführt wird und die

Kontaktaufnahme mit den dolmetschenden BloggerInnen möglich ist. Die klare Definition des beruflichen Zwecks schließt natürlich nicht aus, dass der Blog noch anderen Zwecken, wie zum Beispiel als Informationsseite für andere Dolmetsch-Kolleginnen, dienen kann. In der Gruppe B können sämtliche Informationen wie zum Beispiel Kontaktdaten entweder auf verlinkten anderen Netzwerken aufgerufen werden oder auf der Website, in die der Blog integriert ist, gefunden werden.

Ist diese Absicht nicht klar definiert, fällt der Blog in die **Kategorie 2** – die optionale berufliche Absicht. Die Absicht der Blogs ist optional, wenn dieser eigentlich nicht darauf abzielt, einem beruflichen Zweck zu dienen (Beispiel: der Zweck eines Blogs wird klar damit angegeben, dass er nur nützliche Tipps für andere junge DolmetscherInnen geben soll). Da aber aus der Seite hervorgeht, dass man als DolmetscherIn tätig ist bzw. alle oder viele der Daten wie Name, Telefonnummer, Sprachkombination, auf dem Blog (Gruppe A) bzw. auf anderen Medien (Gruppe B) vorhanden sind, können Kunden sehr wohl mit der Blog-AutorIn in Kontakt treten. Der berufliche Zweck des Blogs ist auf der Seite also nicht klar zu finden, da aber KundInnen die Möglichkeit haben, die DolmetscherInnen zu kontaktieren, und da dadurch ein Auftrag zustande kommen kann, ist es zumindest indirekt/optional möglich, dass der Blog zu beruflichen Zwecken dient.

Bekommt man zu wenig bis gar keine Informationen über die BloggerInnen bzw. ist die Kontaktaufnahme mit den AutorInnen nur auf beschwerliche Art und Weise möglich, handelt es sich um Blogs der **Kategorie 3**. Da die Kontaktaufnahme seitens der BloggerInnen nicht gewünscht ist, ist davon auszugehen, dass der Blog einem anderen Zweck als dem beruflichen dient. Da es sich um Blogs handelt, hätte man natürlich (immer) durch die Kommentarfunktion die Möglichkeit, mit den AutorInnen in Kontakt zu treten, was aber für KundInnen eine sehr umständliche Möglichkeit wäre, die DolmetscherInnen zu kontaktieren.

4.6.4 Analyse

Es wurden beide Gruppen zuerst getrennt von einander analysiert, indem die verschiedenen Blogs auf den Kriterienkatalog untersucht und anschließend den drei Kategorien (Absicht des Blogs ist beruflich, berufliche Absicht des Blogs ist optional, Absicht des Blogs ist nicht beruflich) zugewiesen wurden.

Eine Auflistung der untersuchten Blogs befindet sich im Anhang. Um hier Bezug auf die Blogs zu nehmen, wird der Titel des Blogs angegeben oder, wenn keiner vorhanden ist, der Name der BloggerIn verwendet. Von den Startseiten bzw. von den für die Untersuchung relevanten Informationen, die aus den Blogs zitiert wurden, wurden jeweils Screenshots

angefertigt und gespeichert. Die Untersuchung der Blogs wurde Mitte Februar 2015 durchgeführt.

4.6.4.1 Gruppe A

Bei Gruppe A handelt es sich um jene Blogs, die weder in eine Homepage integriert sind, noch für mehr Informationen auf ein anderes Medium verweisen.

Neun der 42 untersuchten Blogs fallen in Gruppe A und weisen somit keine weiterführende Verbindung zu anderen Medien auf. Eine bloße Verlinkung auf Twitter oder ein Facebook Like-Button wurden nicht als Kombination mit anderen Medien gewertet, da diese zu unaufschlussreich sind.

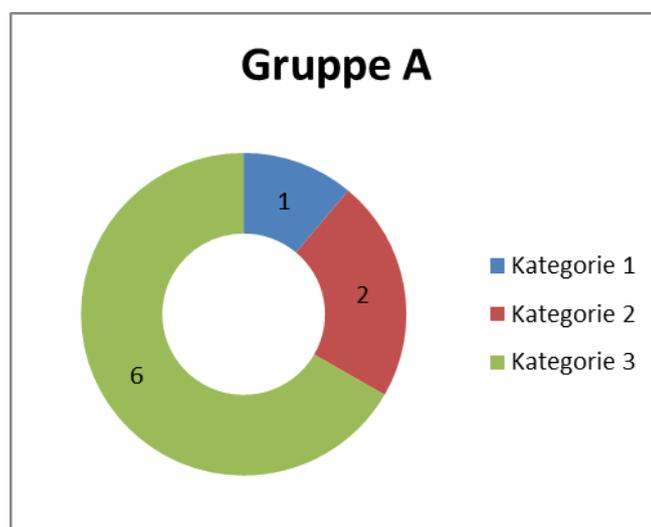


Abbildung 4 Darstellung Gruppe A mit Blog-Kategorie

4.6.4.1.1 Kategorie 1

<http://dolmetscher-berlin.blogspot.co.at/>

Einer der Blogs aus Gruppe A verfolgt klar berufliche Absichten. Auf dem deutschen Blog *Dolmetscher-Berlin* ist die berufliche Absicht auf der rechten Seite durch einen kleinen Text ausgedrückt: „SIE SUCHEN DOLMETSCHER ... in Berlin, Paris, München (...) Für Französisch <> Deutsch sind Sie hier richtig!“ Anhand von verschiedenen Rubriken (CAROLINE ELIAS, Bonjour!, Credo, Im Interview, Kunden, Kundenstimmen, Preise, Impressum) bekommt man ausführliche Informationen über die DolmetscherIn. Gleich auf der Startseite, die gleichzeitig die Blogbeiträge aufweist, findet man die Kontaktdaten, bekommt auf der rechten Seite einen Einblick in das Angebot der Dolmetscherin (in Textform) und sieht Fotos, die die DolmetscherIn bei verschiedenen Dolmetsch-Einsätzen zeigen. Es gibt weder eine Verlinkung auf Businessnetzwerke wie Xing oder LinkedIn, noch Verlinkungen auf andere soziale Netzwerke wie Twitter oder Facebook. Ein Blog der Kategorie 1 muss (und wird) natürlich nicht ausschließlich berufliche Absichten verfolgen.

Auf dem Blog Dolmetscher-Berlin schreibt die BloggerIn beispielsweise, dass der Blog Einblicke in das Leben einer DolmetscherIn geben soll.

4.6.4.1.2 Kategorie 2

Zwei der neun Blogs sind Teil jener Kategorie, bei der der berufliche Zweck nicht klar definiert ist, aber durch die Angabe von Kontaktdaten bzw. Informationen zur Person haben KundInnen die Möglichkeit, mit den bloggenden DolmetscherInnen in Kontakt zu treten.

<http://tiina-gva.blogspot.co.at/>

Die Autorin von *Le blog de Tiina* erwähnt in einem kleinen Text unter ihrem Foto auf der rechten Seite des Blogs, dass sie mit ihrem Blog Geschichten aus dem Privat- und Berufsleben mit den LeserInnen teilen möchte. In diesem kurzen Text erwähnt sie, dass sie in Finnland geboren und größtenteils in der Schweiz aufgewachsen ist und deshalb Konferenzdolmetscherin wurde. Man erfährt weder ihren Nachnamen, noch Genaueres über die Sprachkombination, kann sie aber anhand einer E-Mail-Adresse (die ihren Namen auch nicht enthält) kontaktieren.



Abbildung 5 Ausschnitt Startseite von *Le Blog de Tiina*

<http://translationandinterpretationinamerica.blogspot.co.at/>

Beim zweiten Blog der Kategorie 2 handelt es sich um den Blog *Translation and Interpretation in America* von Gladys Matthews. Wieder findet man in einem, diesmal deutlich längerem, Text auf der rechten Seite neben dem Blog Informationen zur Bloggerin. Der Text enthält ausführliche Angaben zur Leistung und Infos zur Person über Ausbildung und Karriere. Am Ende des Texts steht, dass Gerichtsdolmetschen, Jurilinguistik und das Unterrichten Themen des Blogs sind. Der Blog verfügt über keine Rubriken. Unter dem Text gibt es eine E-Mail-Adresse, um Kontakt mit der AutorIn aufzunehmen. Es gibt zwar einen Button, um die Seite auf Facebook und Twitter zu teilen, man wird aber nicht explizit auf eine weitere Seite verwiesen.

4.6.4.1.3 Kategorie 3

Sechs, also zwei Drittel der Blogs aus Gruppe A, fallen in Kategorie 3. Bis auf einen Blog, der zumindest den Vornamen angibt, werden alle sechs Blogs anonym betrieben. Dies erklärt auch, warum es keine Verlinkungen zu anderen Medien gibt. Man könnte zwar durch die Kommentar-Funktion bzw. manchmal durch ein Kontaktformular an die BloggerInnen

schreiben – da man jedoch keinen Namen oder sonstige Details über die DolmetscherInnen erfährt, werden diese als Blogs ohne berufliche Absicht gewertet.

<http://bootsinthebooth.blogspot.co.at/>

Der teilweise französische, teilweise englische Blog *Boots in the booth* besteht primär aus den Blogbeiträgen. Nur nach längerem Suchen findet man das Menü auf der rechten Seite, das sich durch Anklicken öffnen lässt. Hier steht in einem kleinen englischen Text folgendes: „*We are a team of interpreters... or maybe an interpreter, or maybe just people who want to make you BELIEVE they are interpreters*“. Die AutorInnen wollen also nicht preisgeben, wer sie sind. Im aktuellsten Beitrag ist zwar davon die Rede, dass die/der AutorIn es nicht länger leugnen kann, dass sie/er für eine europäische Institution arbeitet, aber dies könnte rein theoretisch auch ein Eintrag sein, um LeserInnen auf die falsche Fährte zu führen. In dem Text ist überdies angegeben, dass über „the general awesomeness“ des Alltagsleben von DolmetscherInnen gebloggt werden soll. Schon alleine aufgrund des Mangels an Informationen und Kontaktdaten der BloggerInnen, kann hier kein beruflicher Zweck verfolgt werden.

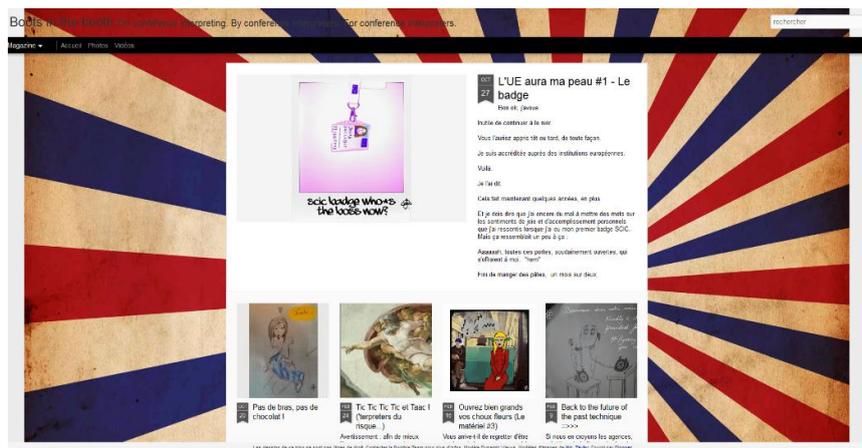


Abbildung 6 Startseite des Blogs *Boots in the booth*

<http://interpretationisnotgoodforyou.tumblr.com/>

Auch auf dem Blog *Interpreting is not good for you* sind keinerlei Kontaktdaten zu finden. Der Blog weist auch keinerlei Texte zu der/dem BloggerIn auf, sondern besteht aus Bildern bzw. kurzen Filmausschnitten mit humorvollen Kommentaren zum Dolmetschalltag.

<http://unprofessionaltranslation.blogspot.co.at/>

Aus dem *View complete profile*-Button des Blogs *Unprofessional Translation* geht zwar hervor, dass es sich um einen pensionierten, zertifizierten Konferenzdolmetscher handelt und man bekommt einen kleinen Einblick in die Ausbildung des Dolmetschers, aber genauere Informationen zur Person bzw. ein Name sind nicht zu finden. Man hat aber die Möglichkeit über den *View complete profile*-Button, eine E-Mail-Adresse (ohne Hinweis auf den Namen)

aufzurufen. Rechts in einer Spalte steht, dass es in diesem Blog um Natural Translators, Native Translation und Language Brokering geht.

Zu diesem Blog ist anzumerken, dass unter Fachkreisen bekannt ist, dass es sich hier um den Blog von Brian Harris, der den Begriff „natural translation“ prägte, handelt. Sucht man auf dem Blog gezielt nach dem Namen des Autors, findet man auch Beiträge, die darauf hinweisen, dass er der Autor ist. Dennoch wird dieser Blog für diese Untersuchung als anonymer Blog gewertet, da jemand der Brian Harris nicht kennt, aus den Blog-Informationen auf der Startseite nicht erfährt, wer der Autor ist.

<https://interpreter.wordpress.com/>

Der Blog *The Court Interpreter* verfügt ebenfalls über eine *About*-Seite – diesmal auf der linken Seite des Blogs. Hier erfährt man, dass der Blog von einem/einer GerichtsdolmetscherIn betrieben wird. In dem Text erfährt man ein paar Informationen zur Sprachkombination und zu den Leistungen. Jedoch ist alles sehr allgemein gehalten. Der/Die BloggerIn schreibt explizit, dass sie/er nicht mehr Informationen preisgeben möchte, um anonym zu bleiben. Des Weiteren schreibt sie/er auch, dass Namen und Orte von Dolmetscheinsätzen verändert werden und nichts veröffentlicht wird, was privat zwischen AnwältInnen und KlientInnen besprochen wird. Nichtsdestoweniger dient der Blog dazu, über die Arbeit zu schreiben und zu einem besseren Verständnis für die Arbeit von GerichtsdolmetscherInnen beizutragen („This blog is about the kind of work I do and the stories I can’t avoid. I started this blog so the work of court interpreters across the country is better understood and appreciated” (<https://interpreter.wordpress.com/about-me/>, zuletzt besucht am 15. Februar 2015).

<http://wordstodeeds.com/>

Wie bei vielen anderen Blogs gibt es auch beim Blog *From Words to Deeds* eine Rubrik namens *About me*. Dieser ist jedoch nur zu finden, wenn man hinunter an das Seitenende scrollt. Der Text ist sehr persönlich geschrieben – die/der BloggerIn sagt von sich selbst, dass er/sie LinguistIn ist, aber seit 20 Jahren als DolmetscherIn und ÜbersetzerIn tätig ist. Des Weiteren gibt es noch Informationen zur Ausbildung und über die Familie („...I have an elderly mum to look after (...)“ <http://wordstodeeds.com/about/>, zuletzt besucht am 15. Februar 2015). Die Informationen werden aber so präsentiert, dass man nicht wirklich Aussagekräftiges über die/den AutorIn herausfindet. Man weiß weder, ob es sich um einen Mann oder eine Frau handelt, noch erfährt man einen Namen. Man hätte aber die Möglichkeit via eines Kontaktformulars Kontakt mit dem/der AutorIn aufzunehmen. Mit dem Blog

möchte der/die BloggerIn eine Brücke zwischen Translation und Rechtsberufen schlagen. Auf der linken Seite gibt es die Verlinkung zum Twitter-Account WordstoDeeds.

<https://mutebuttonblog.wordpress.com/>

Beim Blog *The Mute Button* geht es um Freelancing, Erfahrungen des Autors und Dolmetschen allgemein. Diese Informationen findet man in der Rubrik *About* direkt über dem Blog. Hier erfährt man auch, dass der Autor Andreas heißt, ‚gerade‘ sein Dolmetschstudium abgeschlossen hat (der aktuellste Blog-Eintrag ist vom 8. Oktober 2012) und auch an seiner ehemaligen Universität unterrichtet. Der Blog verfügt weder über ein Kontaktformular, noch über eine E-Mail-Adresse, mit der man den Blogger kontaktieren könnte. Man hätte lediglich die Möglichkeit, einen Kommentar zu einem Blogeintrag zu hinterlassen.

4.6.4.2 Gruppe B

Bei Gruppe B handelt es sich um jene Blogs, die entweder in eine Homepage integriert sind, oder für mehr Informationen auf andere Medien verlinken. Es war notwendig diese Blogs gesondert von Gruppe A (jene ohne Verlinkung bzw. Verbindung zu einer Homepage) zu untersuchen. Durch die Verlinkung auf Websites oder Business-Netzwerke ergeben sich viele verschiedene Möglichkeiten für die bloggenden DolmetscherInnen. Sie können beispielsweise den Blog im Prinzip weitgehend anonym gestalten und mit einem Verweis auf die eigene Homepage dann alle Informationen preisgeben.

Die Gruppe B enthält 32 Blogs, kein Blog daraus fällt in Kategorie 3. Alle Blogs der Gruppe B verfolgen also klar berufliche, oder optional berufliche Zwecke.

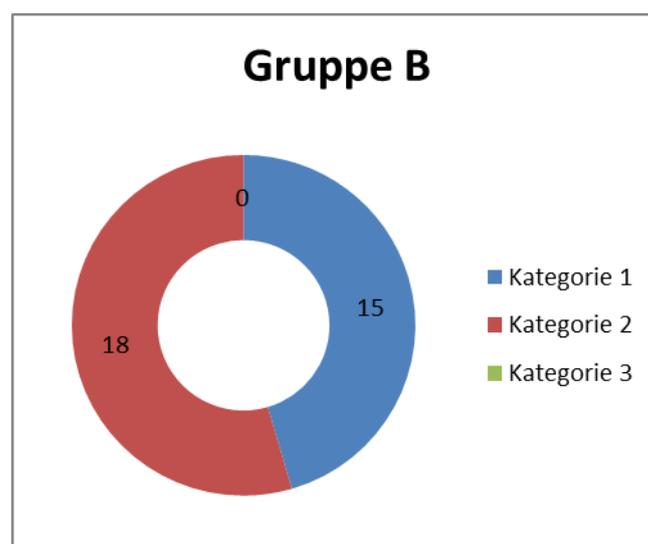


Abbildung 7 Darstellung Gruppe B mit Blog-Kategorie

4.6.4.2.1 Kategorie 1

15 der 33 Blogs aus Gruppe B verfügen über eine klar berufliche Absicht und fallen somit in Kategorie 1. Neun dieser Blogs sind Teil einer Homepage.

<http://www.andreamithinterpreting.com/>

Auf der Website *American Sign Language Interpreter* ist auf dem Startbild oben der volle Name und ein Bild der Dolmetscherin zu sehen. Darunter steht: „Need a cleared ASL interpreter now? Don't panic! Page Andrea Now!“ (<http://www.andreamithinterpreting.com/>, zuletzt besucht am 15. Februar 2015). Im Menü auf der rechten Seite bekommt man Informationen zum Angebot (Sprachkombination und Tätigkeitsfelder), zur Person (Ausbildung und Erfahrung) und auch Auskünfte zu Preisen. Der Blog ist in der Menüleiste oben auf der Startseite unter *Blogs&Publications* zu finden und nimmt somit eine untergeordnete Rolle ein.

<http://www.birtepriebes.nl/>

Birte Priebes Homepage ist auf Niederländisch, Deutsch und Englisch abzurufen. Die Startseite ist auf Niederländisch und verfügt über ein Foto der Autorin. In der Rubrik *Kontakt* steht, dass man Frau Priebes auch engagieren kann. Dazu gibt es einen Link zur Seite www.conferenceinterpreters.com, einer Agentur für DolmetscherInnen, wo man auch Preisanfragen hinschicken kann. Genauere Information zu Frau Priebes bekommt man auf dieser Seite jedoch nicht. Diese finden sich auf der Homepage in Textform. Man erfährt hier die Sprachkombination und etwas über die Arbeitserfahrung. Des Weiteren kann man die AutorIn via E-Mail-Adresse oder Telefonnummer auch ohne Kontaktaufnahme mit der Agentur kontaktieren. Der Blog ist auf der linken Seite als Teil des Menüs zu finden. In einem kleinen Text auf der rechten Seite wird darauf hingewiesen, dass sich der Blog mit der deutschen Sprache und ihren Spuren in anderen Sprachen beschäftigt.

<http://www.sprachgewaltig.de/>

Gleich auf der Startseite der Website *Huber&Martins* wird das Angebot der beiden AutorInnen dargelegt. Unter anderem finden sich hier Sätze wie „Sie benötigen einen professionellen Dolmetscher ...“ „Sie suchen einen Sprachspezialisten ...“, usw. (<http://www.sprachgewaltig.de/>, zuletzt besucht am 15. Februar 2015). Frau Gabriela Huber Martins ist Diplom-Übersetzerin, Herr Paulo Gago Martins ist Diplom-Dolmetscher und Übersetzer. Im oberen Teil der Seite gibt es die Rubriken, *Home, Ihre Vorteile, Über uns, Referenzen, Sprachen, Übersetzen, Dolmetschen, Lektorat, Preise, Kontakt, Anfahrt, Impressum, AGB, Links* und *Blog*. Der Blog ist also nur ein Teil des Menüs und steht an

letzter Stelle. Er wird auch nicht gesondert erwähnt. Des Weiteren gibt es noch Links zu [qype²](#), Google+ und Facebook.

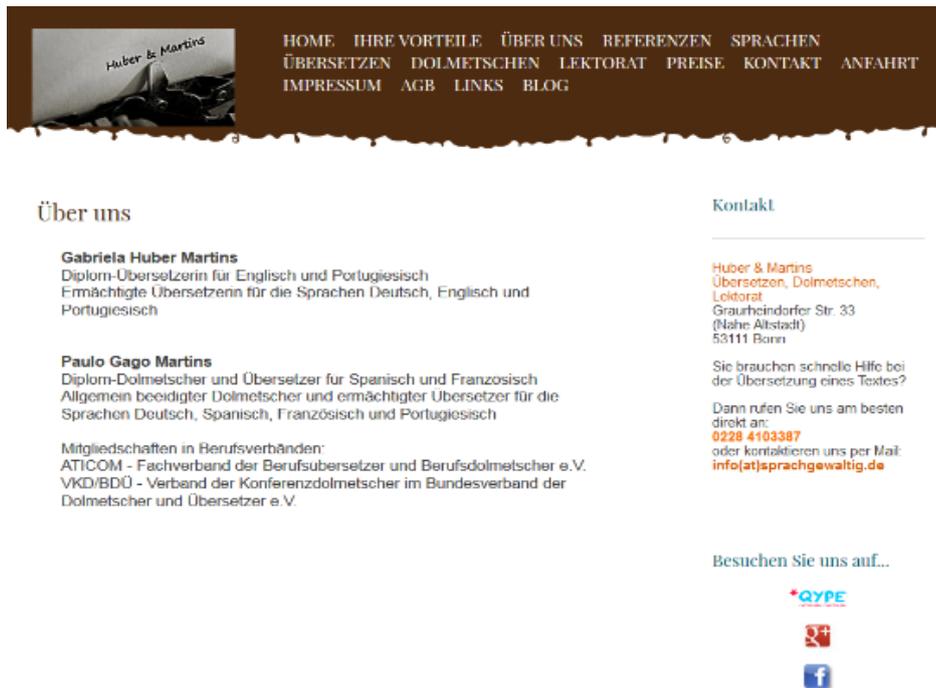


Abbildung 8 Über uns-Seite von *Huber&Martins*

<http://www.englisch-dolmetschen.de/index.htm>

Die Homepage von Tanja Barbian hat als Titel *Barbian Dolmetschen – Ihre Dolmetscher in Berlin*. Auf der Startseite kann man sich über die Leistungen, Tätigkeitsschwerpunkte und Mitgliedschaften kurz informieren. Es gibt aber noch eine Rubrik namens *Profil*, welche genauere Informationen zu diesen Themen bietet. Der Kontakt ist nur über die E-Mail-Adresse der Konferenzdolmetscherin möglich. Klickt man jedoch auf den Namen der Bloggerin, wird man auf die Homepage der AIIC verwiesen, wo auch die vollständige Adresse zu finden ist. In den Rubriken steht der Blog an letzter Stelle und es wird nicht erwähnt, wozu er dient.

<http://www.certifiedspanishinterpreter.com/index.html>

Auch auf der Startseite von *Esther M. Hermida – Interpreting Services* wird der berufliche Zweck des Blogs deutlich. In einem kurzen Text schreibt sie „It is my sincere wish to help you in your search for a certified interpreter (...)” (<http://www.certifiedspanishinterpreter.com/index.html>, zuletzt besucht am 15. Februar 2015). In der Rubrik *About me* kann man neben einem Foto der Autorin über die Leistungen (Sprachkombination) der Dolmetscherin nachlesen. Weitere detaillierte Infos zur Person bekommt man in der Rubrik *CV Highlights* und *FAQs and helpful tips*. Die Kontaktaufnahme

² [qype.com](#) war eine Seite für standortbezogene Bewertungen die von [yelp.at](#) im Jahr 2013 übernommen wurde

ist via Telefon, E-Mail oder Kontaktformular gewährleistet. Der Blog ist die sechste von sechs Kategorien. Rechts neben den Blogbeiträgen gibt es nochmals eine kurze Zusammenfassung über Esther M. Hermida und die Information, dass sie über „tidbits“ (Leckerbissen) und Anekdoten zu ihren Tätigkeitsfeldern schreibt.

<http://www.dolmetscher.eu/>

Auch bei der Website *Konferenzberatung* von Anna Mantel ist die Rubrik *Blog* die letzte in der Menüleiste am Kopf der Seite. Auf der Startseite steht ebenfalls ein Text, der unter anderem diesen Satz aufweist: „Sie planen eine internationale Tagung in Deutschland oder in Europa – setzen Sie auf eine professionelle Konferenzberatung!“ Auf dieser Seite stehen auch die Kontaktdaten zur Verfügung – es gibt aber auch die Möglichkeit, über ein Kontaktformular Kontakt mit der DolmetscherIn aufzunehmen. In den anderen Rubriken erfährt man noch über verschiedene Dolmetschetechniken und die technische Ausstattung für Dolmetschaufträge. Da sich diese Seite überwiegend mit Konferenzberatung beschäftigt, gibt es noch eine Verlinkung zur Website von Frau Mantel, wo der Fokus auf Anna Mantel als Konferenzdolmetscherin liegt. Jedoch ist nur bei der Seite *Konferenzberatung* ein Blog enthalten. Auf den Blog wird weder gesondert hingewiesen, noch finden sich Gründe für das Schreiben des Blogs.

<http://nadinehegmanns.com/en/>

Die Startseite von *Nadine Hegmanns* kann in drei Sprachen abgerufen werden und verfügt über ein großes Foto der AutorIn – rechts daneben steht „Looking for professional language services?“ Darunter ist anhand von drei Kategorien das Angebot der Autorin ersichtlich – Interpreting, Translating, Proofreading. Weitere Informationen zu Ausbildung und Berufserfahrung bekommt man in einer der vier Rubriken und zwar *References* oben rechts auf der Seite. Für Preisanfragen bzw. Kontaktaufnahme gibt es die Rubrik *Contact* mit Name, Telefonnummer und E-Mail-Adresse. Der Blog ist die dritte Rubrik rechts oben auf der Seite. Laut Frau Hegmann geht es in ihrem Blog um Tipps für die Arbeit mit DolmetscherInnen und ÜbersetzerInnen, Kuriositäten aus dem Web, Schnappschüsse aus dem Arbeitsalltag und andere für sie interessante Dinge.

<http://transling.eu/>

Die Seite *transling* ist ähnlich wie die Seite von *Nadine Hegmanns* aufgebaut. Auf der Startseite hat man drei Kategorien – Dolmetschen, Übersetzen, interkulturelle Kommunikation – aus denen das Angebot hervorgeht. Hier steht zum Beispiel bei der Kategorie Dolmetschen: „Suchen Sie einen Dolmetscher für Ihre Konferenz, Werksführung oder Ihr Geschäftsgespräch?“ (<http://transling.eu/>, zuletzt besucht am 15. Februar 2015) Auf

der Startseite unten ist auch ein Hinweis auf den neuesten Eintrag im Blog, der die sechste von sieben Rubriken darstellt. In den restlichen Rubriken bekommt man Informationen zu Sprachkombination, Ausbildung, Referenzen, Fachgebieten, Mitgliedschaften und Preisen für Aufträge. Die Kontaktaufnahme ist durch die Angabe von E-Mail-Adresse, Telefonnummer, Skype-Name und Kontaktformular möglich. Die AutorIn erwähnt den Zweck des Blogs nicht explizit, jedoch gibt es innerhalb des Blogs folgende Kategorien, denen die Einträge zugewiesen werden: *Dolmetschen*, *Lapidarium*, *Polen*, *Polnisches ABC*, *Übersetzen*. Die Seite ist sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch und Polnisch aufzurufen.

http://www.wieser-kessler.de/dolmetscher_uebersetzer_home.html

Wie bei der Seite von *Huber&Martins*, wird auch die Seite *Wieser&Keßler* von zwei Personen, hier einer Übersetzerin und einer Dolmetscherin, betrieben. In der Menüspalte auf der linken Seite findet man Infos zum Dolmetschen, Übersetzen und zur Konferenzberatung. Des Weiteren werden die Sprachkombinationen, Ausbildung, und Tätigkeitsschwerpunkte der AutorInnen vorgestellt. Der Blog hat eine untergeordnete Rolle und wird nicht gesondert präsentiert.

Vier der fünfzehn Blogs aus Gruppe B, Kategorie 1 sind Blogs, die auf andere soziale Medien bzw. Homepages oder Seiten von Agenturen verlinken.

<http://danielgreene.com/>

Der englische Blog von *Daniel Greene* umfasst Themen wie Sprache, Dolmetschen, Bildung, Unterhaltung, Kommunikation, Fotografie, Reisen und Lifestyle. Die Startseite beinhaltet einen Text in dem steht „I am available for hire as an interpreter and educator“. In diesem kurzen Text bekommt man auch Infos zur Leistung und Informationen zu Familie und Hobbys des Autors. Unter der Rubrik *About Me* findet man ausführlichere Infos über Daniel Greene und eine Verlinkung auf LinkedIn. Neben den Kontaktdaten gibt es die Unterrubrik *FAQs* zu seiner Person, die neben einem Video des Autors, in dem er in Gebärdensprache erklärt, wie er Dolmetscher wurde, noch viele andere häufig gestellte Fragen zu seiner Person beantwortet. Des Weiteren finden sich in der Rubrik *About Me* noch Projekte, Publikationen, Daniel Greenes Lebenslauf und Referenzen.

<https://interpretelsf.wordpress.com/>

Auf dem französischen Blog *des signes et des mots* findet sich Folgendes in der Rubrik *L'Auteur: Vous recherchez un interprète en langue de signes française (LSF)? Contactez-moi.* (<https://interpretelsf.wordpress.com/about/>, zuletzt besucht am 15. Februar 2015) (Sie suchen einen Dolmetscher für die französische Gebärdensprache? Kontaktieren Sie mich.) In dieser

Rubrik findet man neben Foto, E-Mail-Adresse und Telefonnummer kurze, auf einen Satz beschränkte, Informationen zu Ausbildung und der Mitgliedschaft in Berufsverbänden. Die Startseite beinhaltet den Blog und in einer Spalte auf der rechten Seite steht unter einem Bild des Autors sein Name, Stéphan Barrère, und dass er als Gebärdensprachdolmetscher tätig ist. Des Weiteren ist auf der rechten Seite ein Link zur *ilsf*-Seite, der Seite der zwei Gebärdensprachdolmetscher Stéphan Barrere und Alexandre Bernard. Hier wird Auskunft über die Leistungen und Autoren gegeben und auf ein Kontaktformular verlinkt.

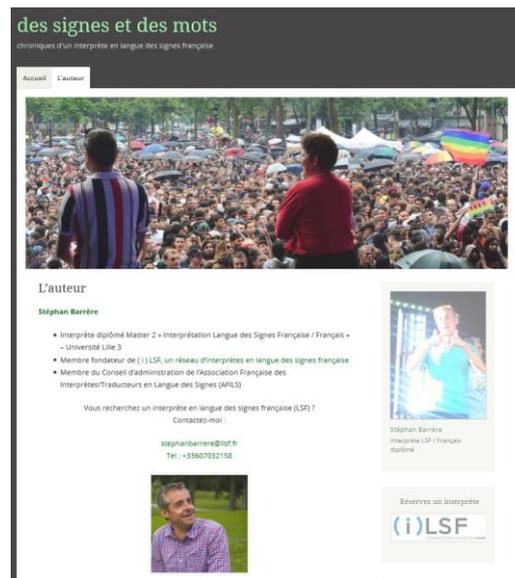


Abbildung 9 Seite des Blogs *des signes et des mots*

<http://ihre-dolmetscherin.blogspot.co.at/>

In der rechten Spalte neben dem Blog mit dem Titel *Dolmetscher und Übersetzer* ist ein kurzer Text der mit den Worten „Ich bin Ihre Dolmetscherin für Polnisch und Russisch.“ Beginnt (<http://ihre-dolmetscherin.blogspot.co.at/>, zuletzt besucht am 15. Februar 2015). Laut Autorin Katja Eitelhuber richtet sich der Blog an FreelancerInnen und an KundInnen. Sie ist die einzige, die explizit erwähnt, dass sich der Blog auch an KundInnen richtet. Des Weiteren gibt es in der rechten Spalte Fotos der AutorIn mit kleinen Texten zu ihren Qualifikationen und es wird auf einen Lebenslauf (mit Infos zu Sprachkombination, Ausbildung und Mitgliedschaften) verlinkt. In dieser Spalte gibt es einen Link, der auf die Homepage der Bloggerin verweist. Hier hat man noch ausführlichere Infos zu *Dolmetschservice*, *Übersetzungsleistungen*, *Honorar*, usw. aber keine Rubrik, die den Blog als Inhalt hätte.

<http://interpretersoapbox.com/en/>

Im Blog *Interpretersoapbox* geht es um alle Dinge rund um das Dolmetschen und Sprachen. In der Rubrik *About* bekommt man Infos über den Blog und zur Autorin, die als Konferenzdolmetscherin tätig ist. In einem kurzen Text erklärt sie neben ihrem Foto ihre

Sprachkombinationen und gibt Infos zu ihrer Berufserfahrung. In einer eigenen Rubrik namens *Need an interpreter?* wird nochmals kurz das Angebot präsentiert und die Telefonnummer und E-Mail-Adresse für eine kostenlose Beratung zur Verfügung gestellt. Des Weiteren gibt es einen Link zu der Seite *CIG – Conference Interpreters Group*, einer Seite, die Beratung und Dolmetschdienste zur Verfügung stellt.

Die Blogs *sprachlounge* und der Blog *Serena Comoglio* sind jeweils als eigenständiger Blog zu finden, aber auch Teil einer Homepage.

<http://sprachlounge.net/>

Gleich unter dem Titel des Blogs *sprachlounge* steht, dass es sich hier um einen „Blog über Sprache, Dolmetschen & Übersetzen“ handelt. Geht man auf die Seite *sprachlounge.net* so findet man sich auf einem Blog mit wenigen Informationen zur Autorin. Lediglich ein kurzer Text über ihren Beruf als Dolmetscherin und Übersetzerin und Sprachkombination ist in der Rubrik *Über mich* zu finden. Hier wird man jedoch auf Xing, LinkedIn und die Seite *www.sprachendienste-koller.at* verlinkt. Dies ist die Homepage der Autorin Cornelia Koller. Rechts steht der Satz „Ihre Partnerin für erfolgreiche interkulturelle Kommunikation!“ Foto, Angebot/Leistung und Referenzen sind hier zu finden. Auch die Kontaktaufnahme ist via E-Mail, Telefon oder Kontaktformular möglich. Auf dieser Homepage ist der Blog *sprachlounge.net* nur ein Unterpunkt und nur via Verlinkung zu erreichen. Sie weist hier auch darauf hin, dass der Blog dazu dient, über Sprache bzw. interessante Themen aus den Bereichen Dolmetschen und Übersetzen zu schreiben.

<http://www.comoglio.com/dolmetscher-blog/>

Auch der Blog von *Serena Comoglio* ist ein eigener Blog, auf dem man neben den Blogbeiträgen auch Informationen zu Dolmetscharten und Terminologie findet, jedoch nur wenige Informationen zur Autorin. Auf der rechten Seite des Blogs ist der Satz „Sie benötigen einen Dolmetscher für Deutsch und Italienisch (...)?“ zu finden. Hier wird man dann auf die Homepage von Frau Comoglio weitergeleitet. Auf dieser Seite findet man das Leistungsangebot, Infos zu Fachgebieten und die Preise. Der Kontakt ist via E-Mail, Telefon oder Skype möglich. Auch Verlinkungen zu Xing und LinkedIn sind auf dieser Seite zu finden. Auf der Homepage nimmt der Blog eine untergeordnete Rolle ein und verlinkt auf die Blog-Seite der Autorin.

4.6.4.2.2 Kategorie 2

Die restlichen 18 Blogs der Gruppe B sind Blogs, in denen der berufliche Zweck nicht explizit erwähnt wird. Durch die Angabe von Kontaktdaten bzw. der Verlinkung zu Business-

Netzwerken und Websites mit weiteren Informationen zu den Leistungen der DolmetscherInnen, kann aber ein Auftrag zustande kommen. Da der berufliche Zweck der Blogs keine Erwähnung auf diesen Blogs findet, soll, sofern angegeben, auf den Zweck der Blogs eingegangen werden.

Von diesen 18 Blogs sind zwei Blogs in eine Homepage integriert.

<http://interpretings.net/>

Der Blog *interpretings.net* von Elisabeth Tiselius ist als eigenständiger Blog aufzurufen. Jedoch wird auf die Homepage von Frau Tiselius verlinkt, wo der Blog dann wiederum nur eine Rubrik ist. Der Blog hingegen verfügt auf der linken Seite über kurz gehaltene Informationen zur Autorin, die als Konferenzdolmetscherin und Lehrende arbeitet und einen Hinweis darauf, dass es in diesem Blog um das Dolmetschen, Übersetzen, um die Dolmetschforschung und Themen, die Elisabeth Tiselius ihren Dolmetsch-StudentInnen bespricht, geht. Die Kontaktaufnahme mit der Bloggerin ist nur über die Verlinkung auf die schwedische Homepage möglich.

<http://ewandro.com/>

Die Website *The invisible speaker* von Ewandro Magalhães verfügt über sämtliche Informationen über den Autor. In der Rubrik *Home* gibt es zahlreiche Unterrubriken wie *About*, in der man Allgemeines über den Werdegang, die Sprachkombination und Tätigkeitsfelder von Herrn Magalhães lesen kann. In den Unterrubriken *Writer*, *Speaker*, *Trainer*, *Interpreter* und *Translator* findet man dann detaillierte Informationen zum Berufsleben des Autors. In der Rubrik *Contact* weist der Autor darauf hin, dass er sich über Feedback und Vorschläge zur Website und deren Inhalt freuen würde. Die Kontaktaufnahme ist via Telefon, E-Mail oder Skype möglich. Es gibt auch zahlreiche Verlinkungen zu sozialen Medien wie Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn etc. Neben der Rubrik *Home* gibt es noch eine weitere Rubrik für den *Blog*, dessen Zweck nicht ausdrücklich erwähnt wird. Obgleich die Homepage sehr ausführliche Informationen zum Blog-Autor enthält, ist keine explizite berufliche Absicht zu erkennen. Durch die mögliche Kontaktaufnahme ist aber das Zustandekommen eines Auftrags möglich und die berufliche Absicht somit optional.

Vierzehn Blogs der Kategorie 2 sind Blogs, die nicht Teil einer Homepage sind, aber auf andere soziale Netzwerke oder eine Homepage für weiterführende Informationen verlinken.

<http://2interpreters.tumblr.com/>

Im Blog *2interpreters* der Konferenzdolmetscher Matthias Haldimann und Jérôme Mermod werden laut Autoren Aspekte ihrer Masterarbeiten diskutiert, Dolmetsch-Erfahrungen

ausgetauscht und aktuelle Themen aus der Dolmetsch-Blogging-Gemeinschaft besprochen. Ganz kurz wird auf die Sprachkombination bzw. die Masterarbeitsthemen der beiden Autoren eingegangen. Kontaktdaten, Telefonnummer und E-Mail-Adresse sind nur von Herrn Mermod auf der Seite zu finden. Beide Dolmetscher verlinken aber auf die Business-Netzwerke LinkedIn und Xing für mehr Informationen.

<http://lourdesderioja.com/>

Der Blog *A Word In Your Ear* der AIIC Konferenzdolmetscherin Lourdes de Rioja sticht dadurch hervor, dass alle Blogeinträge von eigens gedrehten Videos begleitet werden. Die Texte zusammen mit den Videos sollen Einblicke in den Dolmetschberuf geben. In der Rubrik *About* erfährt man nicht nur die Sprachkombination der Autorin, sondern auch Infos zur Ausbildung, Berufserfahrung und Mitgliedschaft in der AIIC. In einem Interview (in Form eines Videos) erzählt sie über ihre Leidenschaft des Filmens. Durch Verlinkungen zu LinkedIn und Google+ kann man Kontakt mit der Dolmetscherin aufnehmen.

<http://www.pommesbuddha.com/language/de/>

Im Blog *Die Weisheiten des Pommes-Buddha* geht es um „Kuriositäten der britischen und deutschen Kultur und Sprache“. Der Blog richtet sich laut Autorin Sarah King an SchülerInnen mit Fremdsprachenfaible, SprachexpertInnen, WeltenbummlerInnen, WirtschaftsstudentInnen und LiebhaberInnen des rheinischen Brauchtums. Jeder Eintrag ist auch in Form eines Podcasts auf der Seite zu finden. Auf dem Blog selbst erfährt man nur, dass die Autorin freiberufliche Dolmetscherin und Übersetzerin für Englisch und Deutsch ist. Auch auf die Bereiche in denen sie arbeitet, wird kurz eingegangen. In der Rubrik *Impressum* erfährt man die Adresse, aber keine Telefonnummer oder E-Mail-Adresse der Autorin. Durch die Verlinkung auf Xing, Facebook, Twitter sowie eine Website von Sarah King und zwei weiteren TranslatorInnen bekommt man ausführliche Infos zu Werdegang und Qualifikation von Sarah King. Auf den Blog wird auf dieser Seite nicht hingewiesen.

<http://blog.sprachmanagement.net/>

In der Rubrik *Über diesen Blog* erfahren die LeserInnen, dass der Blog *Dolmetscher wissen alles* als Inspirations- und Informationsquelle für die tägliche Wissensarbeit von DolmetscherInnen und dolmetschaffinen Menschen dient. Auf der linken Seite des Blogs erfährt man, wie die Bloggerin heißt und in welchen Sprachen sie als Konferenzdolmetscherin tätig ist, auch eine Telefonnummer ist angegeben. Für weitere Informationen verweist sie auf ein YouTube-Vorstellungsvideo und auf ihre Homepage www.sprachenmanagement.net. Auf der Homepage, die den Blog nicht enthält, erfährt man dann detaillierte Infos zu Leistung, Berufserfahrung und Ausbildung.

<http://fromourlips.blogspot.co.at/>

Die Autorin Nataly Kelly lädt die LeserInnen ihres Blogs *From Our Lips to Your Ears* dazu ein, sich über Dolmetsch-Geschichten und die Bedeutung der Arbeit von DolmetscherInnen auf ihrem Blog zu informieren. Im kurzen Text zum Zweck des Blogs auf der rechten Seite gibt es keine weiteren Informationen zur Autorin. Auch die Kontaktaufnahme ist nicht direkt möglich. Durch Klicken auf ihren Namen wird man aber auf die Website www.natalykelly.com weitergeleitet. Hier sieht man ein Bild der Autorin und erfährt über Angebot, Erfahrung und Ausbildung der Bloggerin.

<http://interpretingenpointe.blogspot.com.es/>

Nerea Fernández schreibt in ihrem Blog *Interpreting en Pointe* nicht nur übers Dolmetschen, sondern auch übers Ballett-Tanzen. Neben der Rubrik *Home*, die die Blog-Einträge enthält, gibt es auch noch eine *About*-Rubrik. Hier erfährt man etwas über



Abbildung 10 Startseite des Blogs *Interpreting en Pointe*

Sprachkombination, Ausbildung und Hobbys der freiberuflichen Dolmetscherin. Neben Facebook und Twitter verweist die Bloggerin auch noch auf ihren Youtube-Kanal, wo man weitere Informationen über die Autorin bekommt. Zur Kontaktaufnahme ist eine E-Mail-Adresse angegeben.

<http://www.adrechsel.de/>

Alexander Drechsel schreibt über „occasional ramblings about #1NT“. #1NT ist der Hashtag für die Dolmetsch- und Übersetzungsindustrie. Der Titel reflektiert bereits den Inhalt des Blogs – es geht laut Autor nicht nur um persönliche Gedanken und Links zum Thema Dolmetschen und Sprache, sondern auch allgemein um Technologie. Man erfährt auf dem Blog in der Rubrik *About* lediglich, dass Alexander Drechsel Konferenzdolmetscher einer großen europäischen Institution ist. Kontaktaufnahme ist nur durch ein Formular möglich. Für weitere Informationen gibt es im rechten oberen Eck des Blogs eine kleine Verlinkung auf LinkedIn.

<https://www.magnavoceie.com/>

Der Blog *Magna Voce Interpreter Education* von Catalina Natalini und Maria Perez-Chambres enthält in der Rubrik *About* ausschließlich Informationen, die nicht berufsbezogen

sind. So schreibt Catalina Natalini beispielsweise, dass sie während des Autofahrens gerne singt und Maria Perez-Chambres, dass sie davon träumt, einen Imbisswagen zu besitzen. Obwohl es Information zum Angebot der beiden Dolmetscherinnen gibt, verweisen beide auf LinkedIn für mehr Informationen.

<https://mariacristinadelavegamusings.wordpress.com/>

Der Untertitel des Blogs *MARIACRISTINADELAVEGAMUSINGS* von María Cristina de la Vega lautet: “Language news and reflections on the industry and life”. Auch dieser Blog verfügt, wie die meisten Blogs dieser Kategorie, über zwei Rubriken. *Home*, die Rubrik, die die Blogeinträge enthält, und *About* mit Informationen zur Blog-Autorin. Hier kann man etwas über die Sprachkombination, Referenzen, Mitgliedschaften und Ausbildung lesen. Auf dem Blog kann man durch ein Formular Kontakt zur Dolmetscherin aufnehmen. Für ein detailliertes Profil verweist die Autorin auf LinkedIn.

<http://poemsintranslation.blogspot.co.at>

A.Z. Foreman, Autor des Blogs *poems found in translations* schreibt in der Rubrik *About*, dass er Übersetzer und Dolmetscher ist. Man erfährt des Weiteren kurz etwas zur Ausbildung des Bloggers und bekommt eine E-Mail-Adresse zur Kontaktaufnahme. Seinen Blog widmet er der Poesie in der Translation. A.Z. Foreman verweist auf Facebook und Google+ für mehr Informationen.

<http://sprachenquilt.com/>

Der Blog *Sprachenquilt* „richtet sich an professionelle Dolmetscher, Übersetzer, Sprachlehrer, Sprachstudenten und alle, die Sprachen lieben und immer wieder die Grenzen ihrer Wörterbücher ausreizen.“ Schwerpunkte des Blogs sind Grammatik, Rechtschreibung und Wörterbücher. In der Rubrik *Über Sprachenquilt* erfährt man des Weiteren, dass die Autorin Cordula Werle heißt und Konferenzdolmetscherin für Deutsch, Englisch, Französisch, Polnisch und Schwedisch ist. Neben einer E-Mail-Adresse verweist sie auf LinkedIn für mehr Informationen.

<http://thatinterpreter.com/about/>

Der Untertitel des Blogs *That Interpreter* lautet „Adventures in Health Care Interpreting“. Die Rubrik *About That Interpreter* gibt Aufschluss über die Ausbildung, Sprachkombination und Tätigkeitsfelder der Autorin. Der Name Liz Essary ist nur durch den Namen ihres Twitter-Accounts ersichtlich. Neben der möglichen Kontaktaufnahme durch ein Formular verlinkt die Bloggerin auf Facebook und auf eine weitere Seite, in der sie Informationen zu ihren Workshops gibt.

<http://theinterpreterdiaries.com/>

Der Blog *The Interpreter Diaries* verfügt über vier Rubriken: *Home*, *About The Author*, *About This Blog* und *One Diary, Many Voices*. Wie bei anderen Blogs stellt die Rubrik *Home*, also die Startseite, die Blogeinträge dar. *About the Author* gibt Aufschluss darüber, dass die Autorin Michelle Hof Konferenzdolmetscherin und Trainerin ist. Man erfährt über ihre Sprachkombination und ihren beruflichen Werdegang. Zur Kontaktaufnahme verweist sie einerseits auf ihre E-Mail-Adresse und andererseits auf LinkedIn und Google+. Auch Verlinkungen zu Facebook und Twitter sind angeführt. In *About This Blog* kann man detailliert lesen, worum es bei dem Blog geht – zusammengefasst soll der Blog Dolmetsch-StudentInnen, AbsolventInnen, angehenden DolmetscherInnen und Neugierigen Antworten auf dolmetschrelevante Fragen bieten.

<https://theinterpretingreport.wordpress.com/>

Der Gebärdensprachdolmetscher Austin Kocher versucht mit seinem Blog *The Interpreting Report* eine Brücke zwischen Gesellschaftstheorien und der alltäglichen Praxis des Gebärdensprachdolmetschens zu schlagen. Es gibt die Möglichkeit, einen Kommentar auf der Seite zu hinterlassen – Telefonnummer oder E-Mail-Adresse sind nicht zu finden. Aber es gibt Links zu Facebook, Twitter, Google + und LinkedIn.

Die letzten beiden Blogs sind als eigenständige Blogs zu finden, aber auf der Homepage gibt es jeweils auch eine Verlinkung zum Blog.

<http://translationtimes.blogspot.co.at/>

In der rechten Spalte des Blogs *Translation Times* der Zwillinge Judy und Dagmar Jenner erfährt man Infos zu Angebot, Sprachkombination und Ausbildung. Des Weiteren erfährt man hier, dass der Blog dazu dient, nützliche Tipps für die Führung eines Unternehmens in den Bereichen Dolmetschen und Übersetzen zur Verfügung zu stellen. Es wird hier auch auf die Website des gemeinsamen Unternehmens *Twin Translation* verlinkt. Auf dieser Seite bekommt man detaillierte Auskunft über Angebot, Preise, Referenzen und Kontaktdaten. Hier wird neben Twitter auch auf den Blog verlinkt.

<https://rpstranslations.wordpress.com/>

Auch im Blog *The Professional Interpreter* des Dolmetschers Tony Rosado wird man in der Rubrik *Welcome* auf die Homepage *rpstranslations.com* weiterverlinkt. Diese Seite verfügt über sämtliche Informationen zu Angebot, Ausbildung und Berufserfahrung des Autors. Auf der Startseite der Website wird man auf den eigenständigen Blog *The Professional Interpreter* verlinkt. Auf diesem sieht man ein Foto des Bloggers und erfährt in einem kurzen Text, dass Tony Rosado Dolmetscher für Englisch und Spanisch ist und in dem Blog über Themen

berichtet, die für professionelle DolmetscherInnen von Bedeutung sind. Es gibt neben der Verlinkung auf die Website auch Verlinkungen zu Twitter, Facebook, LinkedIn und Google+. Des Weiteren hat man auf dem Blog die Möglichkeit, den Blogger via E-Mail zu kontaktieren.

4.6.5 Schlussfolgerungen und Vergleich

	Gruppe A (9 Blogs) keine Verbindung zu anderen sozialen Netzwerken oder einer Homepage	Gruppe B (33 Blogs) Blog ist Teil einer Homepage oder in Verbindung mit anderen sozialen Netzwerken
Kategorie 1	Blog mit beruflicher Absicht (1 Blog)	berufliche Absicht ist angegeben (15 Blogs)
Kategorie 2	Blog ohne explizite berufliche Absicht, aber mit ausreichend Kontaktinformationen (2 Blogs)	berufliche Absicht ist nicht angegeben, aber es gibt ausreichend Kontaktinformationen (18 Blogs)
Kategorie 3	- Blog ohne berufliche Absicht - wenig bis gar keine Kontaktmöglichkeiten (6 Blogs)	- berufliche Absicht ist nicht angegeben - wenig bis gar keine Kontaktmöglichkeiten (keine Blogs)

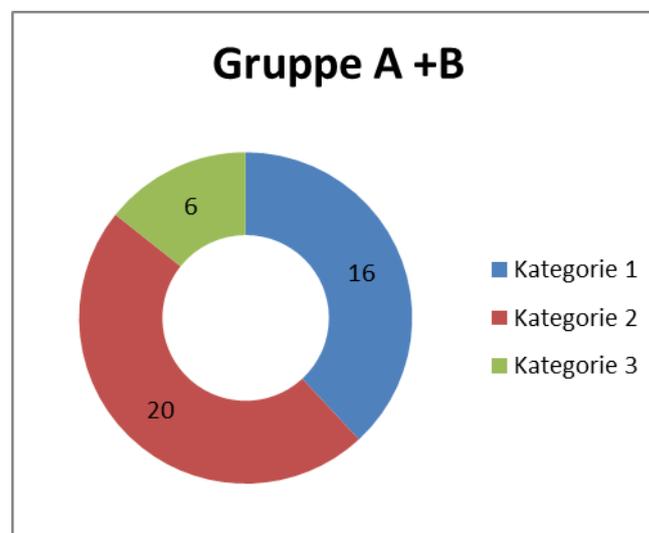


Abbildung 11 Darstellung Gruppe A und B

Sechzehn der untersuchten Blogs, also rund 38% der Erhebungsgesamtheit, verfolgen explizit berufliche Zwecke. Zwanzig Blogs, rund 48%, weisen keine eindeutige berufliche Absicht auf und sind somit optional beruflich. 14% verfolgen definitiv keine berufliche Absicht.

4.6.5.1 Kategorie 1

Ob die Blogs nun eigenständige Blogs sind, in eine Homepage integriert sind oder Informationen in Verbindung mit anderen Medien bereitstellen, ist klar ersichtlich, dass diese Internetauftritte dazu dienen, einen beruflichen Zweck zu verfolgen. 16 der 42 untersuchten Blogs weisen solch einen beruflichen Zweck explizit im jeweiligen Internetauftritt auf. Der Blog *Dolmetscher-Berlin* aus Gruppe A weist sämtliche erforderlichen Informationen wie berufliche Absicht, Kontaktdaten, Informationen zur Person und Foto auf. Der Blog verfügt zusätzlich über sehr ausführliche Preisinformationen. Es kann davon ausgegangen werden, dass es hier keine Verlinkung zu einer Website bzw. einem Business-Netzwerk gibt, da der Blog alle notwendigen Informationen zur Verfügung stellt. Wenn man seine Internetpräsenz auf sämtliche soziale Netzwerke ausweitet, eine Homepage hat und einen Blog betreibt, erfordert dies einen gewissen zeitlichen Aufwand, um die verschiedenen Seiten zu verwalten. Möglicherweise wird dieser zeitliche Aufwand dadurch umgangen, indem man alle Möglichkeiten der Internetpräsenz in einem Blog vereint.

Die Blogs B1 (Gruppe B, Kategorie 1) sind entweder in Homepages integriert, verlinken zur eigenen Website oder zu einer Agentur-Seite oder sind sowohl eigenständige Blogs als auch Teil einer Homepage. Der Großteil der B1-Blogs umfasst Blogs, die Teil einer Homepage sind. Alle Homepages weisen explizit eine berufliche Absicht auf und präsentieren die DolmetscherInnen bzw. deren Angebot in unterschiedlichen Formen. Die Blogs sind jeweils im Auswahlménü der Homepage integriert. Sie werden in diesem Fall also als Werkzeug verwendet, um die Internetpräsenz zu erweitern. Wie bereits erwähnt, spricht Wright (2006: 285) davon, dass Blogs eine erweiterte Funktion für Websites darstellen. Man hat somit mehr Möglichkeiten, die KundInnen in die Kommunikation einzubinden und Gedanken, Erfahrungen, Ideen, Geschichten,... mit den LeserInnen zu teilen. Natürlich kann es auch sein, dass die Unterhaltung einer weiteren Internetpräsenz durch die Einbindung des Blogs in die eigene Homepage erspart wird. KundInnen bekommen somit die Informationen zu den DolmetscherInnen und den Blog auf derselben Seite und müssen nicht weiternavigieren.

4.6.5.2 Kategorie 2

A2-Blogs gibt es nur zwei im gesamten Untersuchungskorpus. Beide Blogs dienen laut eigenen Angaben dazu, private bzw. berufliche Dinge zu teilen. Auf beiden Blogs *Translation and Interpretation in America* und *Le Blog de Tiina* gibt es zwar einen *Share to Facebook/Twitter*-Button, jedoch gibt es kein Profil auf den jeweiligen sozialen Netzwerk-

Seiten (oder zumindest nicht unter den Blog-Namen). Einerseits könnte es sein, dass die Autorinnen mit anderen sozialen Netzwerken nicht vertraut sind, andererseits kann es auch sein, dass sie dessen Benutzung aus persönlichen Gründen ablehnen. Aber es ist auch möglich, dass die Autorinnen soziale Netzwerk-Seiten unter anderem Namen betreiben oder eine Homepage haben, diese jedoch nicht auf dem Blog verlinkt haben.

Die größte Gruppe dieser Untersuchung machen die B2-Blogs aus. Die meisten dieser Blogs, die oft einen anderen Zweck als den beruflichen angeben, verlinken für mehr Informationen auf die Business-Netzwerke LinkedIn oder Xing. Die anderen verweisen auf eine Homepage, um mehr Informationen zu den DolmetscherInnen zu geben. Da es einige BloggerInnen gibt, die angeben, dass sie zum Beispiel bei europäischen Institutionen angestellt sind (z.B. *The Interpreter Diaries* – freiberufliche Dolmetscherin für europäische Institutionen, *Sprachenquilt* – Dolmetscherin beim europäischen Parlament, *Alexander Drechsel* - Konferenzdolmetscher einer europäischen Institution, ...) kann beispielsweise davon ausgegangen werden, dass hier keine berufliche Absicht ‚notwendig‘ ist. Auch bei den anderen (freiberuflichen) BloggerInnen besteht die Möglichkeit, dass diese beruflich ausgelastet sind und keine direkte Kundenakquise beabsichtigen. Die Blogs verfügen meist über kleine Texte, in denen angegeben ist, wozu der Blog dienen soll. Es geht zum Beispiel darum, Dolmetsch-Geschichten zu teilen, Einblicke in den Beruf zu geben oder dolmetschrelevante Informationen zu diskutieren. Die Blogs sind in diesen Fällen nicht direkt dafür gedacht, eine berufliche Absicht zu verfolgen, sondern sollen eine Plattform für andere Themen bieten und zum Austausch dienen. Man könnte auch sagen, dass der Blog aus intrinsischer Motivation entsteht, während die Verlinkung dann zur beruflichen Seite weiterleitet.

Man beabsichtigt nicht anonym zu bleiben und stellt sehr wohl Informationen zur Person zur Verfügung. Der Blog kann also auch dazu dienen, indirekt bzw. optional eine berufliche Absicht zu verfolgen, da KundInnen sich ein Bild über die DolmetscherInnen machen können. Wie in einem vorangehenden Kapitel bereits erwähnt, sollten Blogs nicht dazu verwendet werden, Dienstleistungen direkt anzupreisen, sondern man sollte sich auf qualitativ hochwertigen Inhalt konzentrieren, der für die LeserInnen von Interesse oder Relevanz ist (vgl. Jenner/Jenner 2010: 45). Nur weil ein Blog die berufliche Absicht also nicht explizit angibt, muss dies nicht heißen, dass nicht indirekt ein beruflicher Gedanke hinter dem Blog steckt.

4.6.5.3 Kategorie 3

Im ganzen Untersuchungskorpus gibt es lediglich sechs Blogs der Kategorie 3 und diese sind ausschließlich in Gruppe A zu finden. A3-Blogs stellen eine sehr interessante Gruppe von Blogs da, die grundlegende Unterschiede zu den anderen Blogs aufweist. All diese Blogs werden bis auf einen, in dem ein Vorname zu finden ist, anonym betrieben. Man findet keine Fotos, Namen oder Adressangaben. Auch die Kontaktaufnahme scheint nicht wirklich gewünscht zu sein, da dies nur via Kommentar-Funktion bei Blogs oder anhand eines Formulars möglich ist. Dies erklärt auch, warum keine B-Blogs in dieser Kategorie zu finden sind. Durch die Verlinkung auf Websites oder andere soziale Netzwerke würde die Wahrung der Anonymität schwierig bis unmöglich werden, außer natürlich man baute sich, aus welchen Gründen auch immer, eine anonyme Präsenz in allen Medien auf.

Der Grund für die Informationsbescheidenheit bei *The Mute Button* ist vielleicht darauf zurückzuführen, dass es sich um einen erst kürzlich ins Berufsleben eingestiegenen Dolmetscher handelt, der in der Berufswelt noch nicht Fuß gefasst hat. Es könnte aber auch sein, dass der Autor Anonymität im World Wide Web bevorzugt. Auch bei *Unprofessional Translation* gibt es keinen klaren Grund für die Anonymität. Vor allem deshalb, weil in Fachkreisen bekannt ist, dass Brian Harris diesen Blog schreibt. Vielleicht ist hier keine bestimmte Absicht hinter der Anonymität, da KollegInnen, die den Blog besuchen ohnehin wissen, wer der Verfasser ist. Zwei der Blogs (*The Court Interpreter* und *From Words to Deeds*) werden von GerichtsdolmetscherInnen bzw. DolmetscherInnen im Rechtsbereich betrieben. Obwohl nur beim Blog *The Court Interpreter* explizit erwähnt wird, dass nur wenig Informationen zur Verfügung gestellt werden, damit der/die AutorIn nicht erkannt wird, kann davon ausgegangen werden, dass speziell im Rechtsbereich versucht wird, größtmögliche Anonymität zu wahren. Der Satz „This blog is about the kind of work I do and the stories I can’t avoid.“ untermauert die Vermutung, dass es sich bei diesen Blogs um eine Art Ventil handelt. Es geht hier um Erfahrungen, die man gerne mit jemandem teilen möchte, aus berufsethischen bzw. rechtlichen Gründen aber nicht darf. Durch die Anonymität des Blogs schafft man sich also einen Ort, wo man berufsbedingte Aspekte mit Menschen teilen und vielleicht Rat zu seinem Job einholen kann. Die letzten beiden Blogs (*interpretationisnotgoodforyou* und *Boots in the booth*) dienen zur Unterhaltung bzw. zum Dampfablassen. Die Blog-Beiträge von *Boots in the Booth* sind teilweise in gesprochener Sprache bzw. umgangssprachlich geschrieben („Ok, j’admets. C’est bon. J’avoue. L’une des raisons principales pour lesquelles j’écris sur ce blog est le fait que ça me permet de râler tres fort. (...)“) In einem ihrer Einträge schreibt die/der BloggerIn, dass sie den Blog nutzt,

um sich Dinge über die RednerInnen, GesprächsteilnehmerInnen und eben Leute, die reden, oder es zumindest versuchen, von der Seele zu reden. Für diese/n BloggerIn/nen dient der Blog also als Ventil und als Ausgleich zum Berufsalltag. Auf diesem Blog bekommt man auf der rechten Seite in einem Menü auf humorvolle Art und Weise erklärt, wozu der Blog dient. Als AutorInnen sind zwei BloggerInnen angegeben, wobei für keine von beiden eindeutige Hinweise auf die Personen zu finden sind.

Der Blog *interpretationisnotgoodforyou* kommt ganz ohne Erklärungen aus. Er besteht aus monatlich oder mehrmals monatlich aktualisierten Blogbeiträgen, die aus einem Film-/Serien- oder Videoausschnitt bestehen, die von humorvollen Kommentaren zum Dolmetschalltag begleitet werden.

Aufgrund der Tatsache, dass all diese Schlussfolgerungen auf Mutmaßungen, Ideen, Annahmen und Vermutungen von möglichen Absichten basieren, könnte man in weiterführenden Studien die bloggenden DolmetscherInnen via Fragebogen oder Interview nach den Beweggründen ihrer Blogs fragen.

4.7 Fragestellung 2

Vermitteln Blogs von DolmetscherInnen Professionalität und Vertrauen?

Im vorangehenden Teil der vorliegenden Arbeit wurde untersucht, wie viele Blogs einem beruflichen Zweck dienen. Im Folgenden soll untersucht werden, ob die jeweiligen Internetauftritte der DolmetscherInnen Professionalität vermitteln.

4.7.1 Professionalität und Vertrauenswürdigkeit von Blogs

Da viele der Blogs über Namen, Adresse und andere Informationen verfügen, können die Blogs direkte Auswirkungen auf das Berufsleben der BloggerInnen haben. Bestehende oder zukünftige KundInnen, AuftraggeberInnen, die breite Öffentlichkeit und KollegInnen sind potenzielle LeserInnen der Blogs und können sich so eine Meinung über die BloggerInnen bilden (vgl. McDonough Dolmaya 2014: 83f). Nicht nur für AuftraggeberInnen bzw. KundInnen sondern auch für DolmetschkollegInnen ist es wichtig, dass sie den bloggenden DolmetscherInnen vertrauen können. Diese Vertrauensbasis kann sich nicht nur auf der persönlichen Ebene, zum Beispiel durch ein Gespräch im realen Leben aufbauen, sondern eben auch im virtuellen Leben. Nichtsdestoweniger kann dieses Vertrauen durch einen Blog oder andere Formen der Internet-Präsenz nicht nur gefördert, sondern auch beschädigt werden. Auf Basis verschiedener Internetseiten, die Tipps für einen professionellen und vertrauenswürdigen Internetauftritt geben, wurde eine Auswahl getroffen, um einige Blogs dieser Erhebungsgesamtheit zu untersuchen (vgl. Bulygo 2012 / Feldmann 2014, URK/ Path

2010 / Weibe 2014). Es wurden noch für DolmetscherInnen relevante Kriterien aus dem AIIC Berufscodex, in dem Normen im Hinblick auf Verschwiegenheit, Integrität und Professionalität enthalten sind, (vgl. AIIC-Berufsethik 2015/ Golms 2011: 51ff) hinzugefügt.

Ob Websites vertrauenswürdig sind, lässt sich auch mit dem Phänomen *social proof* bezeichnen. Man bekommt mehr LeserInnen, weil andere InternetsurferInnen von einer bestimmten Seite überzeugt sind. Es geht hier auch wieder um die bereits angesprochene Weisheit der Vielen, der im Internet viel Vertrauen entgegengebracht wird. Um dieses Vertrauen zu steigern, gibt es bei Blogs verschiedene Möglichkeiten. Zum Beispiel ziehen viele Follower/LeserInnen neue LeserInnen an. Dieses Vertrauen wird durch Referenzen, Berichte, Ratings oder die Platzierung in Blog-Bestenlisten verstärkt. Auch die Verlinkung auf andere soziale Medien kann für LeserInnen vertrauenserweckend sein (vgl. Feldmann 2014).

Für diesen Teil der Arbeit wurden auch die Blogbeiträge in die Untersuchung mit einbezogen. Bei den Blogbeiträgen wurde das Hauptaugenmerk auf den Punkt *Berufsethik* gelegt, weil genau dieser Aspekt für zukünftige KundInnen oder AuftraggeberInnen und KollegInnen ein ausschlaggebendes Zeichen der Professionalität und Vertrauenswürdigkeit sein kann.

Die Blogs sollen nicht auf sämtliche Kriterien der untenstehenden Liste untersucht werden. Die Liste dient jedoch als Basis für Dinge, nach denen Ausschau gehalten werden soll. Es wird auch nicht jeder Blogbeitrag/Blog auf jedes Kriterium untersucht, bis man ausschließen kann, dass es gefunden wurde. Ziel ist es, den Gesamteindruck, den der Blog vermittelt, mit Hilfe dieser Kriterien zu beschreiben.

4.7.2 Kriterienkatalog

Design – „erster Eindruck“	<ul style="list-style-type: none"> - persönliche Fotos und keine Werbefotos - keine pop-up-Werbung, oder generell zu viel Werbung auf der Seite - keine zu grellen Farben, harmonisierende Farben - einheitliches Design der Seite - keine Rechtschreib-/Grammatikfehler - angemessene Sprache
Aktualität	<ul style="list-style-type: none"> - regelmäßige, neue Blog-Einträge
Berufsethik	<ul style="list-style-type: none"> - strenge Geheimhaltung vertraulicher Informationen aus Einsätzen (keine Namen, Veranstaltungsbezeichnungen) - Abstand von Haltungen, die dem Berufsstand schaden könnten - Unterlassung von Äußerungen, die KollegInnen schaden

	könnten
Ruf	<ul style="list-style-type: none"> - Referenzen: Angabe von Personen oder Firmen (am besten mit deren Zustimmung) - Kundenstimmen - Berufserfahrung - Mitgliedschaften - Artikel in Magazinen, Zeitungen, Zeitschriften - Bücher - Verlinkungen auf andere soziale Netzwerke - Anzahl der Follower
Impressum/ Haftungshinweis/ Disclaimer	<ul style="list-style-type: none"> - bürgerlicher Name - vollständige Anschrift - Telefonnummer - Faxnummer - E-Mail-Adresse - UID-Nummer - Betreiber distanziert sich von den Inhalten externer Links
Urheberrechte	<ul style="list-style-type: none"> - Texte von anderen AutorInnen beinhalten eine Quellenangabe - Bilder sind mit einer Quellenangabe versehen

4.7.3 Analyse

Es wäre naheliegend, hier nur Blogs zu untersuchen, die einen klar definierten beruflichen Zweck verfolgen. Aufgrund der Tatsache, dass aber auch Blogs der Kategorie 2 indirekt diesen Zweck verfolgen könnten, wurden auch diese in die Untersuchung miteinbezogen. Um die Unterschiede zu verdeutlichen, sollten auch A3-Blogs auf Professionalität und Vertrauenswürdigkeit untersucht werden.

Es wurden verschiedene Blogs aus unterschiedlichen Gruppen und Kategorien nach dem Zufallsprinzip herausgegriffen, um die oben genannten Kategorien zu untersuchen. Da es vor allem um den ersten Eindruck des Blogs bzw. der Homepage mit Blog geht, sollten jene Beiträge untersucht werden, die auf dem Blog aktuell aufscheinen.

Es handelt sich um eine qualitative Analyse. Die individuelle Interpretation der Blogs und deren Inhalte im Hinblick auf die obenstehenden Kategorien muss also berücksichtigt werden. Die Ergebnisse können nicht generalisiert und auf sämtliche Dolmetsch-Blogs übertragen werden, jedoch bieten sie einen Einblick in die Blogosphäre und ermöglichen die Beobachtung von Trends in der professionellen Gestaltung der Online-Präsenz von DolmetscherInnen in Form von Blogs.

Von Gruppe A werden bei Kategorie 1 und 2 alle drei Blogs genauer betrachtet. Bei der Kategorie 3 werden zwei Blogs herausgegriffen.

4.7.3.1 Gruppe A

4.7.3.1.1 Kategorie 1

<http://dolmetscher-berlin.blogspot.co.at/>

Der Blog *Dolmetscher-Berlin* von Caroline Elias fällt dadurch auf, dass man gleich auf der Startseite sämtliche Informationen über die Autorin erhält. Man bekommt ständig wechselnde Bilder von Dolmetsch-Aufträgen, sieht sofort Name, E-Mail-Adresse und Telefonnummer und bekommt auch gleich einen Überblick über das Angebot. Das Design ist sehr übersichtlich und gut lesbar gestaltet. Die Rubrik *Impressum* verfügt nicht nur über eine vollständige Adresse der Dolmetscherin, sondern auch über einen Hinweis, dass die Autorin Urheberin der Fotos und Texte ist (ist es nicht so, vermerkt sie dies gleich innerhalb des Blog-Beitrages bzw. unter dem jeweiligen Foto) und über einen Haftungshinweis, in dem angegeben ist, dass die Autorin keine Haftung für den Inhalt von verlinkten Seiten übernimmt. In den Rubriken *Kundenstimmen* bzw. *Kunden* werden KundInnen mit Sätzen über Caroline Elias' Arbeit zitiert bzw. allgemein Firmen, Ministerien, Botschaften und Personen angegeben. Durch ein auf der Seite veröffentlichtes Interview mit der Autorin (von den VeranstalterInnen von Expolingua, der Berliner Sprachmesse) sowie der Rubrik *Credo* erfährt man noch mehr über die Person Caroline Elias und ihre Einstellung zum Dolmetschberuf. Die Rubrik *Bonjour!* enthält einen Hinweis darauf, dass Erfahrungen aus Dolmetscheinsätzen nur „unter Wahrung dienstlicher Geheimnisse“ Erwähnung finden, bzw. in anonymisierter Weise Teil der Blog-Einträge sind (<http://dolmetscher-berlin.blogspot.co.at/p/bonjour.html>).



Abbildung 12 Startseite des Blogs *Dolmetscher-Berlin*

In der Rubrik *Preise* erklärt die Bloggerin sehr ausführlich, wie sich die Preispolitik für Aufträge gestaltet. Diese Erklärungen machen die - oft als zu hoch angesehenen - Preise für KundInnen nachvollziehbar. Die Blog-Beiträge werden sehr oft, manchmal fast täglich, aktualisiert – die letzten Beiträge sind beispielsweise vom 17./16./6./5./4./3./2. und 1. Februar. Jeder einzelne Blog-Eintrag ist zusätzlich mit einem kurzen Satz/Text versehen, der den LeserInnen Infos zum Blog oder der Autorin gibt. Zum Beispiel: *„Hallo und willkommen auf den Seiten des digitalen Arbeitstagebuchs einer Dolmetscherin mit den Fachgebieten Politik, Wirtschaft, Kultur und Kino. Derzeit bin ich mit einem Bein auf der Berlinale und habe auch noch Kapazitäten frei.“* (<http://dolmetscher-berlin.blogspot.co.at/2015/02/berlinalegeflustereilig.html>) Oder: *„Willkommen auf den Seiten des ersten deutschen Blogs aus dem Inneren der Dolmetscherkabine. In Berlin herrscht winterliche Ruhe.“* (<http://dolmetscher-berlin.blogspot.co.at/2015/02/january-red-dot-child.html>) Die aktuellsten Beiträge beschäftigen sich vorrangig mit dem Thema Berlinale, da Caroline Elias dort als Dolmetscherin tätig ist. Ein Beitrag handelt beispielweise davon, dass sie vorab ihre Arbeitsfilme sehen darf, und dass sie hofft, dass ihr der Computer während der streng kalkulierten Sichtungszeiten nicht abstürzt. Im selben Beitrag spricht sie auch offen von Gehaltsverhandlungen, erwähnt aber keine Namen oder sonstige Infos, die auf den/die KundIn schließen lassen könnten. Ein weiterer sehr ausführlicher Blog-Beitrag befasst sich mit der steigenden Zahl von Flüchtlingen, die in Europa ankommen und der damit verbundenen großen Nachfrage an DolmetscherInnen. Da hier sehr oft Laien-DolmetscherInnen zum Einsatz kommen, schreibt sie über die Problematik von unprofessionellen DolmetscherInnen und der Gefährdung des Berufsstandes. Die Hauptschwerpunkte, Kino, Kultur und Medien spiegeln sich auch in den verschiedenen Blog-Texten wieder.

Obleich man ankreiden könnte, dass trotz Vorsicht und Anonymisierung von KundInnen/AuftraggeberInnen eventuelle Rückschlüsse auf diese gezogen werden könnten, macht der Blog von Caroline Elias einen höchst professionellen und vertrauenswürdigen Eindruck. Wenn man sich ansieht, was professionelle Websites aufweisen sollten, so wird auf dieser Seite jeder Punkt erfüllt (vgl. z.B. Golms 2011: 51ff). Es wird keine Frage offen gelassen und der Blog verfügt über sämtliche Informationen über die bloggende Dolmetscherin. Durch die Fotos von Dolmetsch-Einsätzen, die Kundenrezensionen und kurzweiligen Einblicke in Frau Elias Berufsleben durch die Blog-Beiträge erhält man nicht nur den Eindruck, dass sie sehr professionell arbeitet, sondern man bekommt auch eine sehr gute Vorstellung vom Alltag der Dolmetscherin.

4.7.3.1.2 Kategorie 2

<http://tiina-gva.blogspot.co.at/>

Sieht man sich im Vergleich dazu den französischen A2-Blog *Le Blog de Tiina* an, so bekommt man einen ganz anderen Eindruck. Der Blog enthält zwar ein persönliches Foto, aber bis auf den Vornamen verfügt der Blog über keinerlei Kontaktdaten. Aus einer kleinen Anzeige geht hervor, dass der Blog 1248 mal aufgerufen wurde. In den Blog-Beiträgen gibt es viele verschiedene Fotos, die teilweise ‚selbstgeknipst‘ aussehen, jedoch fehlt ein Quellenhinweis. Es handelt sich hierbei um einen Blog, der nur optional einen beruflichen Zweck verfolgt und eigentlich dazu dient, berufliche und private Geschichten zu veröffentlichen. Es kann also davon ausgegangen werden, dass die Autorin hier auch indirekt keine berufliche Absicht bezweckt. Der letzte Eintrag ist vom November 2014, davor gibt es monatlich (außer im August) einen Eintrag. In ihren vergleichsweise sehr langen Texten geht es um Süßigkeiten und deren mögliche Namens-/Symbolproblematik (Negerkuss, Schwedenbombe, Julius Meinl Kaffee...), um Politik und beispielsweise den Dolmetschberuf im Vergleich mit dem Beruf von OpernsängerInnen. In den aktuellsten Beiträgen geht es also, wie die Autorin selbst angibt, um persönliche oder berufsbezogene Geschichten. Es wird weder über Dolmetscheinsätze, noch über KundInnen erzählt. Es handelt sich hier zwar über einen scheinbar vertrauenswürdigen Blog, aber durch den Informationsmangel ist es fraglich, ob sich KundInnen ohne Vorkenntnisse von der Autorin angesprochen fühlen würden.

<http://translationandinterpretationinamerica.blogspot.co.at/>

Auch der andere A2-Blog von Gladys Matthews, *Translation and Interpretation in America*, verfügt über keine vollständige Angabe von Kontaktdaten. Auch für die Bilder in den Blog-Beiträgen gibt es keine Quellenangabe. Nichtsdestoweniger ist aber der Text über die Autorin ergiebiger und bietet mehr Informationen zur Dolmetscherin. 14077 Personen haben die Blog-Seite bereits besucht. In ihrem aktuellsten Beitrag vom 9. Jänner 2015 schreibt sie, dass die Aktualisierung des Blogs eine anspruchsvollere Aufgabe ist, als sie sich vorgestellt hätte. Dieser Gedanke trifft wahrscheinlich auch auf andere BloggerInnen zu, die sich den Aufwand eines Blogs vielleicht anders vorgestellt haben. Ihre letzten fünf Einträge sind von Jänner, Oktober, August, Juli 2014 und August 2013. Einen sehr langen Beitrag widmet sie einer neuen Datenbank, die einen Überblick über die Entlohnung von GerichtsdolmetscherInnen in den Vereinigten Staaten geben soll. Ein weiterer Blog-Beitrag beinhaltet die Danksagung an einen Kollegen, der die Übersetzungs- und Dolmetscharbeit niederlegt. Interessant ist, dass Gladys Matthews in einem Beitrag auf Liz Essary, eine gute Freundin und Kollegin, verweist. Ihr Blog *That Interpreter* ist ebenfalls Teil dieser Untersuchung. Die Verlinkung spiegelt die

Bedeutung von/vom Netzwerken in der Blogosphäre wider. Nur wenn Blogs Teil eines Kommunikationsnetzes sind, können sie ihre Funktionen entfalten. Das Kommunikationsnetz entsteht wiederum durch die Verlinkungen von Einträgen oder Weblogs selbst. Dies führt auch dazu, dass kleine Impulse in der Blogosphäre eine große Wirkung haben können. Fischer (2007: 30) bezeichnet dies als „Schneeball-Prinzip“.

Einen anderen Beitrag widmet die Bloggerin dem Interesse für den Bereich Mediation – Gladys Matthews schreibt hier, dass der Grund für ihre Abwesenheit in ihrem Blog auch damit zu tun hat, dass sie ihr Werdegang in Richtung Mediatorin vom Schreiben abhält. Obwohl auch auf diesem Blog wichtige Infos wie Telefonnummer, Anschrift oder Kundenstimmen fehlen, wird das vertrauenswürdige Auftreten des Blogs bzw. der Bloggerin nicht gemindert. Man hat das Gefühl, dass es sich hier um eine etablierte Dolmetscherin handelt, die berufsrelevante Themen mit den LeserInnen teilen möchte.

4.7.3.1.3 *Kategorie 3*

Noch weniger Information erhält man auf A3-Blogs – was keine Überraschung ist, da diese weitgehend anonym betrieben werden. Da es hier sinnfrei wäre, nach vollständiger Adresse und Telefonnummer zu suchen, soll hier ein besonderes Augenmerk auf die Berufsethik in einigen der A3-Blogs gerichtet werden.

<https://interpreter.wordpress.com/>

Der „aktuellste“ Eintrag (vom 24. Februar 2011) von *The Court Interpreter* beinhaltet einen Verweis auf Twitter, da die/der AutorIn anscheinend den Blog auf Eis gelegt hat und nun lieber twittert. Nichtsdestoweniger ist der Inhalt der wenigen vorhandenen Beiträge sehr aufschlussreich. Im Jahr 2009 schreibt er/sie in einem Blog-Eintrag, dass nahezu alle vorangegangenen Blog-Posts gelöscht wurden. Die/der BloggerIn gibt an, dass die Einträge zu unreif und angreifend waren und sie/er nur mehr informative Beiträge schreiben möchte, „without compromising myself professionally“ (Eintrag vom 28. Juli 2009). Da die Posts gelöscht wurden, kann auf diese nicht mehr zugegriffen werden. Aufgrund der Tatsache, dass es sich hier um eine/n GerichtsdolmetscherIn handelt, ist es möglich, dass sie/er vielleicht zu viele Details aus dem Berufsleben preisgegeben hat, nicht diskret genug geschrieben hat oder sich vielleicht andere DolmetschkollegInnen auf irgendeine Art und Weise durch die Offenheit der BloggerIn gestört fühlten. Vielleicht sah man den Berufsstand und die Verschwiegenheitspflicht von GerichtsdolmetscherInnen in Gefahr? Dies sind natürlich nur Mutmaßungen, aber es reflektiert die schon früher in dieser Untersuchung aufgestellte Vermutung, dass sich vor allem anonym bloggende DolmetscherInnen in einem Graubereich im Hinblick auf Vertraulichkeit befinden.

<http://bootsinthebooth.blogspot.co.at/>

Der erste Eindruck von *Boots in the Booth* ist eher chaotisch. Der Blog ist sehr bunt gestaltet, man kann aufgrund der Farbwahl nicht alles auf Anhieb lesen und es sind viele bunte Bilder (Zeichnungen, Grafiken, ...) zu sehen. Der letzte Beitrag wurde ebenfalls schon vor etwas längerer Zeit verfasst – am 27. Oktober 2013. Es sind zwar Bilder/Videos ohne Quellenhinweis zu finden, aber der Großteil der Bilder sieht selbst gemacht aus und verfügt über eine kleine Signatur am rechten unteren Bildrand. Jener Satz, der darauf hinweist, dass bezüglich Originalwerke dieser Seite alle Rechte vorbehalten sind, lässt darauf schließen, dass eine/e der Blog-AutorInnen die Bilder selbst verfasst. Auf diesem Blog findet man sogar eine Rubrik namens *Disclaimer*, merkt jedoch recht schnell, dass bereits hier der Humor und nicht Seriosität oberste Priorität hat. Hier ein kurzer Auszug (siehe Blog, rechte Seite, Disclaimer, zuletzt besucht am 18. Februar 2015): (...) nous certifions par la présente que : - aucun Pégase n'a été blessé au cours de la conception de ce blog ; - aucun orateur n'a été kidnappé (...) - nous adorons notre job et ne l'échangerions pour rien au monde, sauf à part peut-être la paix dans le monde et/ou une nuit avec Nathalie Portman et/ou Johnny Depp, faut négocier ; (...) Zusammengefasst wurde also kein Pegasos für die Entwicklung des Blogs verletzt, keine RednerInnen entführt und die AutorInnen würden ihren Beruf für nichts in der Welt eintauschen, außer vielleicht gegen den Weltfrieden und/oder eine Nacht mit Nathalie Portman und/oder Johnny Depp, je nachdem. In diesem Stil sind auch die weiteren Blog-Posts verfasst.

Einer der Beiträge handelt beispielsweise auf humorvolle Art und Weise von Versprechern, die den BloggerInnen passiert sind (Titel des Blog-Posts ist: "Fuck" instead of "Luck") In einem anderen geht es um Stress und persönliche Methoden der BloggerIn, wie mit Stress umgegangen werden kann. Ein weiterer Post mit dem Titel „Organisa-quoi?“ handelt von Erfahrungen mit OrganisatorInnen und RednerInnen. Er beschäftigt sich unter anderem mit der Tatsache, dass DolmetscherInnen oft angekreidet wird, dass sie nicht alle Sprachen fließend sprechen können bzw. damit, dass sich manche RednerInnen einfach nicht in ihrer Muttersprache ausdrücken oder glauben, dass sie andere Sprachen fließend sprechen können (Auszug aus dem Eintrag: „Si, si si, habla espagnol ! Accentas pourritos, si, mais habla espagnol, como un professional ! Tengo la camisa negra, me gusta !“) Auch kurze Planänderungen, von denen die DolmetscherInnen als letztes erfahren, sind Inhalt dieses Blogs.

In den Posts wird teilweise geflücht, man beschwert sich über RednerInnen oder OrganisatorInnen und in den Texten wird vorrangig gesprochene Sprache verwendet. Um

etwas zu verdeutlichen werden GROSSBUCHSTABEN verwendet, es wird viel mit direkter Rede, Fragezeichen und ‚...‘ gearbeitet, was ermöglicht, dass man sich gut in die BloggerIn hineinversetzen kann. Der Blog verfolgt definitiv keine beruflichen Absichten, was auch bedeutet, dass Kriterien wie Aktualität der Blog-Einträge, Kontaktdaten, Referenzen, angemessene Sprache und das Unterlassen von berufsschädigenden Aussagen eine eher untergeordnete Rolle, oder wie hier, gar keine Rolle, einnehmen müssen. Es muss aber auch dazugesagt werden, dass die BloggerInnen keinerlei Namen von Veranstaltungen, OrganisatorInnen oder RednerInnen erwähnen.

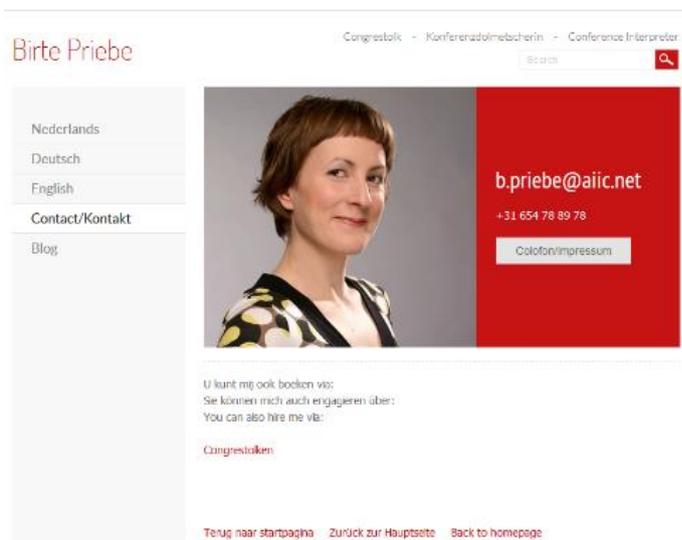
Bei der Untersuchung von Professionalität bzw. Vertrauenswürdigkeit von Blogs der Gruppe B ist davon auszugehen, dass diese aufgrund der Einbettung in Homepages bzw. der Verbindung mit anderen Medien mehr vertrauenserweckende Kriterien aufweisen. Es sollen hier jeweils fünf A1-Blogs und fünf A2-Blogs näher betrachtet werden.

4.7.3.2 Gruppe B

4.7.3.2.1 Kategorie 1

<http://www.birtepriebe.nl/>

Wie bereits erwähnt, handelt es sich bei *Birte Priebe's* Blog, um einen Blog der Teil einer Homepage ist. Die ganze Website ist sehr übersichtlich und verfügt über ein klares Design



ohne viel Schnickschnack. Man hat links neben einem Foto der Dolmetscherin die Möglichkeit, die Seite auf Niederländisch, Deutsch oder Englisch aufzurufen. Die Tatsache, dass die Seite in einigen der Arbeitssprachen der Dolmetscherin aufzurufen ist, macht anfangs gleich einen sehr guten Eindruck, da somit KundInnen verschiedener Sprachen

angesprochen werden. Auch die Erwähnung von Mitgliedschaften, Arbeitserfahrung in Ministerien und europäischen Institutionen und von verschiedenen Auslandsaufenthalten trägt dazu bei, dass man sich ein gutes Bild über die Autorin machen kann. Auch unten eingebundene Zitate von Auftraggebern vermitteln Professionalität. Des Weiteren verfügt die Seite über Verlinkungen

zu der Homepage einer Agentur, Facebook und Twitter und über ein Impressum, das zwar keine Postadresse aufweist, aber zumindest die UID-Nummer der Betreiberin enthält. Die Blog-Posts werden im Abstand von einer Woche gepostet und enthalten immer den Titel „Word of the Week“ und einen kleinen Text, der das jeweilige Wort näher erklärt. Die Beiträge befassen sich also nicht mit AuftraggeberInnen oder Erfahrungen aus dem Dolmetschberuf, sondern handeln von deutschen Wörtern, die in anderen Sprachen (manchmal in abgeänderter Form) verwendet werden. Ein Beitrag befasst sich mit dem Wort „Einzelgänger“ und wie dieses im Niederländischen verwendet wird, ein anderer Post behandelt das Wort „Wurstel“ und dessen Verwendung in Italien und ein weiterer Blog beschäftigt sich mit dem Begriff „leitmotiv“ im Englischen. Die ganze Seite, die auch einen beruflichen Zweck verfolgt, wirkt sehr vertrauenswürdig und professionell. Der Blog nimmt zwar hier eine untergeordnete Rolle ein, ist aber ein kurzweiliges Attribut der Homepage. Man hat das Gefühl dadurch ein bisschen mit der Autorin verbunden zu sein, da die Homepage durch die ständig aktualisierten Posts lebendiger erscheint.

<http://danielgreene.com/>

Der B1-Blog von *Daniel Greene* verfügt über ein sehr klares, nicht überladenes Design. Die Seite ist weiß, die Schrift ist schwarz. Man sieht ein Profilfoto des Autors, seinen Namen und erfährt auf einen Blick, worum es in diesem Blog geht.

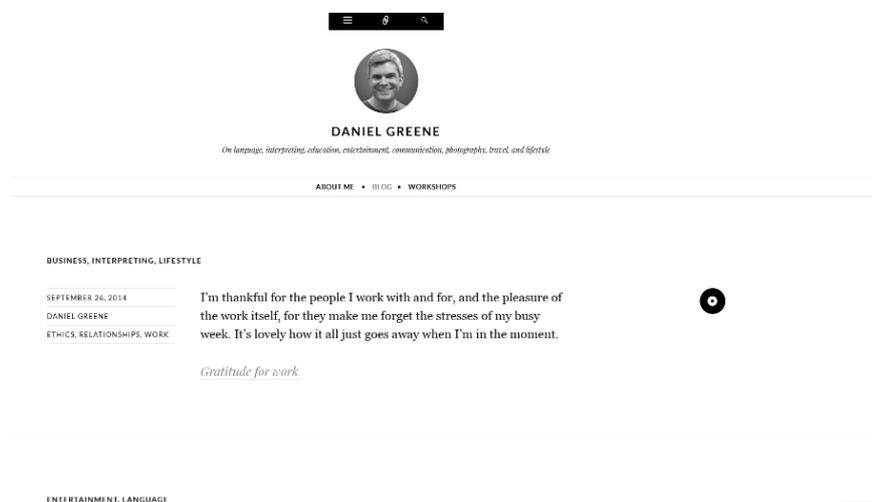


Abbildung 14 Startseite des Blogs *Daniel Greene*

Klickt man sich durch die verschiedenen Menü-Punkte, merkt man, dass die Seite sehr persönlich gestaltet ist. Man erfährt sehr viel darüber, warum Daniel Greene ASL-Dolmetscher wurde, wie sein Werdegang verlief und generell über den Beruf als freiberuflicher Dolmetscher. Das Video, in dem er in Gebärdensprache erklärt, wie er Gebärdensprachdolmetscher wurde, unterstreicht die persönliche Note des Blogs. Die

Blogbeiträge wurden seit September 2014 nicht mehr aktualisiert. Für August und September 2014 gibt es zwar fünf Beiträge, aber danach gibt es keine neuen Beiträge. In einem Beitrag geht es beispielsweise um ein kontroverses Video, in dem zwei Personen ein Lied in Gebärdensprache darstellen. Er äußert sich dazu und schreibt, dass er sich davon, im Vergleich zu anderen GebärdensprachdolmetscherInnen, nicht angegriffen fühlt. Ein weiterer Beitrag handelt von einem Ausflug nach Nashville mit seinem Partner, wo er sich für das noch gültige Park-Ticket bedankt, das ihm eine Dame schenkte. In einem anderen Beitrag präsentiert Daniel Greene ein Diagramm (das er auch seinen SchülerInnen präsentiert hat), das Fähigkeiten enthält, die man benötigt, um ASL (American Sign Language) zu lernen. In den aktuellsten Beiträgen sind also keine Verletzungen der Berufsethik zu erkennen. Die Themen sind sehr allgemein oder auf Daniel Greene selbst bezogen – er schreibt nicht über Dolmetschaufträge. In der Rubrik *Testimonials* werden verschiedene Personen zitiert, die einen Satz oder (teilweise sehr ausführliche) Texte über Daniel Greene und seine Arbeit verfassten. Des Weiteren gibt es noch eine Liste von Publikationen, wie zum Beispiel seine Masterarbeit und weitere Texte, die er verfasst und veröffentlicht hat. Eine weitere Rubrik gibt Aufschluss über Lehrprojekte/Präsentationen (mit Fotos „in Action“), die Daniel Greene veranstaltete. Die Projekte sind in Dolmetschprojekte, Lehrprojekte, Forschungsprojekte und Fotografieprojekte gegliedert.

Obwohl die Beiträge nicht aktualisiert sind, wirkt die Seite professionell und vertrauenswürdig. Es gibt keine vollständige Adresse, sondern nur Telefonnummer und E-Mail-Adresse, aber durch die vielen Referenzen und Fotos, die auch teilweise während Präsentationen gemacht wurden, kann man sich einen sehr guten Eindruck über Daniel Greene verschaffen.

<http://www.englisch-dolmetschen.de/index.htm>

Die Online-Präsenz von *Tanja Barbian* wirkt auf den ersten Blick im Gegensatz zu anderen Blogs eher karg. Der Untertitel „Ihre Dolmetscher in Berlin“ ist fraglich, da es scheint als würde die Seite nur von einer Person betrieben. Die Seite enthält jedoch Bilder und ein sehr vollständiges Impressum mit Adresse und UID-Nummer sowie eine Auflistung von Mitgliedschaften in Berufsverbänden, ein ausführliches Dokument zum Haftungsausschluss sowie einen weiteren Button mit den AGBs. Klickt man auf den Namen der Autorin, gelangt man auf ihr Profil auf der AIIC-Website. Die Autorin gibt an, dass es aufgrund des Schutzes von Kunden keine persönlichen Informationen auf der Seite gibt. Auf Anfrage werden jedoch AnsprechpartnerInnen gerne bekanntgegeben. Diese Seite weist jedoch eine sehr interessante - aber fragliche - Möglichkeit auf, Referenzen zu präsentieren. Wenn man auf die

Ländernamen bzw. Personennamen klickt, öffnen sich teilweise sehr unscharfe Bilder von fotografierten Referenzschreibern, in denen manchmal Informationen mit Tipp-Ex überstrichen wurden. Einen ganz anderen Eindruck erweckt ein Foto der Autorin beim Dolmetschen für Helmut Kohl.

Der letzte Blog-Beitrag stammt vom 9. Februar 2015 und enthält ein Foto, das aus dem Flugzeug geschossen wurde, da sich die Dolmetscherin auf dem Weg zu einem Kunden auf Mallorca befand. Die drei Einträge davor enthalten keine Texte der Autorin, sondern lediglich Verlinkungen zu anderen Seiten. Überhaupt fällt auf, dass die Einträge nach November 2014 sehr kurz gehalten sind oder auf andere Texte verlinken. Der Blog scheint also auf dieser Seite nicht oberste Priorität zu haben, trotzdem wird er mit kurzen Lebenszeichen aktuell gehalten.

<http://nadinehegmanns.com/en/>

Wie bei der Seite von Birte Priebe hat man auch auf *Nadine Hegmanns* Seite die Möglichkeit, diese in verschiedenen Sprachen (Deutsch, Englisch, Französisch) aufzurufen. Gleich auf den ersten Blick macht diese Seite einen höchst professionellen Eindruck. Die Farben sind sehr dezent, aber gut aufeinander abgestimmt. Gleich auf der Startseite sieht man sehr professionell wirkende Bilder, darunter auch eines der Dolmetscherin. Unter der Startseite findet man Menüpunkte für die sehr ausführlichen AGBs und das Impressum. Dieses enthält nicht nur die Büroadresse und UID-Nummer der Dolmetscherin, sondern auch einen Haftungshinweis. Des Weiteren findet man hier Quellenhinweise für das Design der Website sowie für die Portrait- und Dolmetschfotos. Neben der Angabe von Auslandsaufenthalten, Mitgliedschaften und von der Autorin gehaltenen Vorträgen gibt es auch eine Liste von Referenzen, für Aufträge, bei denen Nadine Hegmanns tätig war. Hier stellt sie auch ein „Kurzprofil zum Ausdrucken“ zur Verfügung. Klickt man auf den Blog, der einen Teil der Homepage ausmacht, so sieht man verschiedene bunte Bilder zum Anklicken, um den jeweiligen Beitrag zu lesen. In den Beiträgen, die wieder das Design der Homepage widerspiegeln, geht es um Begriffe aus der deutschen Sprache („Ei machen“), um Themen wie Stricken oder Häkeln (zum Beispiel, dass die Autorin ihre Häkelnadeln nicht mit ins Flugzeug nehmen durfte), die Farbe von Dolmetschkabinen, Kommaregeln im Englischen (mit einem Hinweis auf ein interessantes Buch zum Thema) und einen Gruß zum neuen Jahr mit einem Foto der Dolmetscherin beim Feiern. Obwohl solche Fotos unter anderen Umständen auch unprofessionell wirken könnten, vermitteln sie hier einfach den Eindruck, dass es auch ein Leben neben dem Beruf gibt, wodurch man die Dolmetscherin ein bisschen persönlicher kennenlernt. Ein Beitrag handelt zwar von einem ihrer Lieblings-

Dolmetschtaufträge in der Anlage eines Abfallwirtschaftsbetriebs, es wird jedoch nur ein kurzweiliger Einblick in den Einsatz gegeben und es werden keine Namen oder berufsstandschädigenden Dinge erwähnt.

Die Seite von Nadine Hegmanns ist ein hervorragendes Beispiel, dass eine Kombination aus professioneller Homepage einer Dolmetscherin und einem Blog mit persönlichem Touch sehr viel Vertrauen vermitteln kann.

Im Gegensatz zum sehr ruhigen Design von Nadine Hegmanns, wirkt der Blog *Interpretersoapbox* von Monika Kokoszycska mit den Farben pink und beige lebendig, aber auch ein bisschen unübersichtlicher.

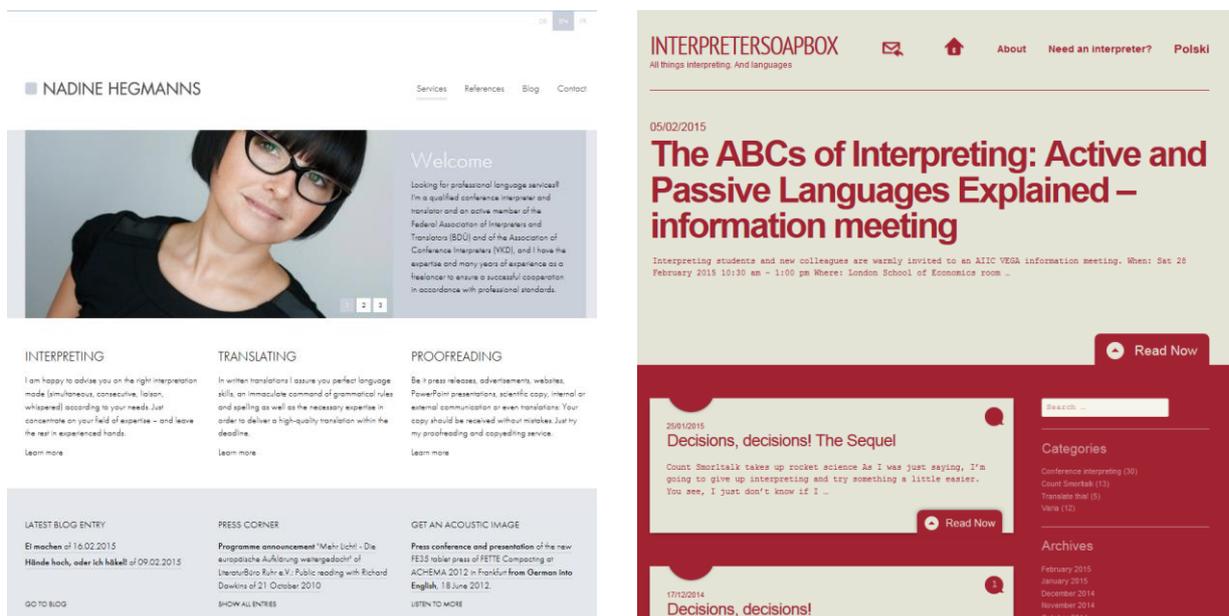


Abbildung 15 Startseiten von Nadine Hegmanns und Interpretersoapbox

<http://interpretersoapbox.com/en/>

Bei *Interpretersoapbox* handelt es sich jedoch auch nicht um einen Blog, der Teil einer Homepage ist, sondern der in Verbindung mit anderen Medien steht. Die berufliche Absicht ist zwar klar angegeben, aber ist sozusagen Teil des Blogs, während die Seite von Nadine Hegmanns klar zu beruflichen Zwecken verwendet wird, aber auch einen Blog enthält. Auf dem Blog von Monika Kokoszycska gibt es weder Haftungshinweise noch AGBs oder ein Impressum. Man findet keine Adresse sondern nur die Telefonnummer und E-Mail-Adresse der Bloggerin. Die Autorin verlinkt aber auf CIG, die Seite eines Konferenzdolmetscher-Teams, wo man die Dolmetscherin buchen kann. Der Blog verfügt zwar über keine Referenzen, aber man erfährt neben einem kleinen Bild Näheres über die Berufserfahrung und die Ausbildung der Dolmetscherin. Die Bilder in den Blogbeiträgen verfügen immer über Quellenhinweise, was schon fast eine Ausnahme darstellt.

Der letzte Blog-Post stammt vom 25. Jänner, die anderen wurden in eher regelmäßigen Abständen, aber längeren Intervallen gepostet. Einige der Einträge stammen von einem *Count Smorltalk*, der als Dolmetscher in der englischen Kabine arbeitet, aber anonym bleiben möchte. Die Frage, ob es sich dabei um die Bloggerin selbst handelt, die sich hinter diesem Namen verbirgt, oder um einen externen Blogger, bleibt offen. In einem Beitrag von Count Smorltalk geht es um den Stress im Dolmetsch-Alltag, der sich erst im Laufe der Jahre entwickelte. In einem anderen Beitrag richtet sich Audra (es wird nicht näher geklärt, wie sie in Verbindung mit der Blog-Autorin steht) an die LeserInnen und bittet um Rat im Hinblick auf die Entscheidung, ob sie neben Übersetzen und Gerichtsdolmetschen auch noch als Konferenzdolmetscherin tätig werden sollte. Ein anderer Beitrag scheint von der Blog-Inhaberin selbst zu sein – hier geht es um 14 Dinge, die BritInnen sagen, die für EuropäerInnen überraschend sein könnten. In einem weiteren Beitrag von Aleksanda Nowakowska geht es um ein AIIC-Event in London, wo Siegfried Ramler (ein Dolmetscher, der bei den Nürnberger Prozessen tätig war) zu Gast war. Wie die Autorin selbst sagt, schreibt sie den Blog mit Hilfe von FreundInnen und KollegInnen. Trotz der Tatsache, dass die Seite auf den ersten Blick eher verspielt wirkt, geben die Blog-Beiträge sehr gute Einblicke in das Berufsleben eines Dolmetschers.

4.7.3.2.2 Kategorie 2

<http://lourdesderioja.com/>

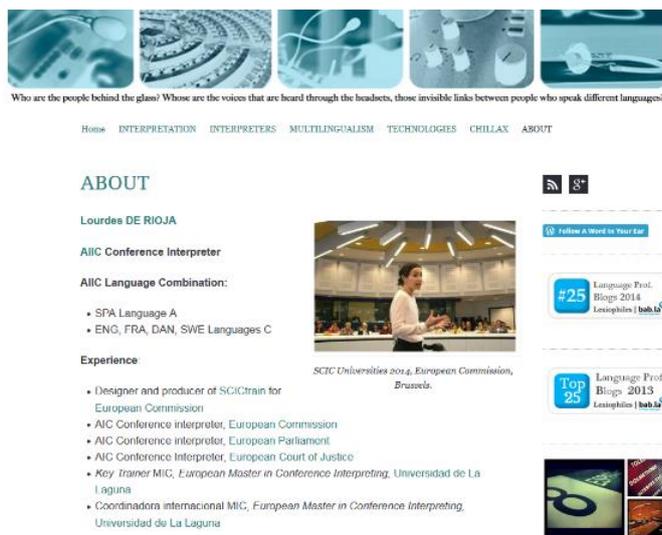


Abbildung 16 About-Seite von *A Word In Your Ear*

Der Blog *A Word In Your Ear* landete im Jahr 2014 auf Platz 25 der 100 besten Language Professionals Blogs von Lexiophiles (was zur Steigerung des *social proof* beiträgt). In einem bereits angesprochenen Video lernt man die Bloggerin persönlich kennen. Ein Bild, in dem sie in der Mitte eines Konferenzsaals in der Europäischen Kommission steht, vermittelt Professionalität. Verlinkungen zu

LinkedIn, Facebook, Twitter, Google+ und Tumblr zeigen, dass die Autorin durchgehend online präsent ist. Dass gleich unter dem Namen in der Rubrik *About* „AIIC Conference Interpreter“ steht, oder dass unter Berufserfahrung zahlreiche EU-Institutionen genannt werden, schafft eine gewisse Vertrauensbasis. Die Blog-Autorin Lourdes de Rioja dreht die

Videos, die sie auf ihrem Blog postet, selbst. Es gibt zwar keinen Hinweis darauf, dass alle Videos ausschließlich von ihr selbst sind, es kann aber aufgrund der Leidenschaft der Autorin für Videos und des Zwecks des Blogs, in dem es darum geht, durch Videos den Dolmetschberuf begreiflicher zu machen, davon ausgegangen werden, dass sie Urheberin aller Videos ist. Auf dem Blog gibt es fünf Video-Kategorien (*Interpretation, Interpreters, Multilingualism, Technologies, Chillax*) mit Videos zu den unterschiedlichsten Themen, die jedoch ohne Datum gepostet wurden. Lediglich die Videos auf der Startseite verfügen über einen Hinweis zum Datum. Die letzten fünf Beiträge erschienen eher unregelmäßig, was aber auch daraus resultieren könnte, dass neue Videos in den anderen Rubriken gepostet wurden. In einem englischen Video-Beitrag spricht Richard Fleming darüber, wie wichtig Konsekutivdolmetschen ist, in einem spanischen Video wird erklärt, wie man sich auf Sitzungen vorbereitet, in einem weiteren Video werden ein englischer und ein spanischer Dolmetscher zu WISE – dem Workshop on Interpreting Skills in Brüssel und Valencia – interviewt. Unter allen Videos ist entweder eine Zusammenfassung der gestellten Fragen, oder eine Art Transkript mit dem Text aus dem Video zu finden.

In der Rubrik *Technology* findet sich auch ein Video mit Alexander Drechsel (sein Blog ist ebenfalls Teil der Untersuchung), der über die Nutzung eines iPads für die Arbeit eines Dolmetschers spricht. Wie auch schon im Blog von Glady Matthews ist die Vernetzung bzw. die Erwähnung von KollegInnen auf dem eigenen Blog ein wichtiger Aspekt, der die Vertrauenswürdigkeit erhöht.

Es gibt keine explizite berufliche Absicht, die in diesem Blog zu finden wäre. Und, obwohl es keine eindeutigen Quellenhinweise gibt, oder ein Impressum/einen Haftungsausschluss, wirkt dieser Blog durch die Platzierung in der Lexiophiles-Liste, die vielen Informationen und Bilder von der Bloggerin und die Videos/Interviews mit bekannten Namen im Dolmetschbereich sehr professionell.

<http://www.pommesbuddha.com/language/de/>

Schon allein der Name des Blogs *Die Weisheiten des Pommes-Buddha* macht zwar sehr neugierig, verrät jedoch, dass es sich hier um einen wahrscheinlich humorvollen Blog handelt. In der Rubrik *Wer schreibt hier?* erfährt man zwar nur wenig über die Autorin, aber durch die Verlinkung auf andere Medien wie ihre Webseite, Xing, Facebook und Twitter, die jeweils mit Fotos und Informationen versehen sind, scheint die Seite gleich viel vertrauenswürdiger. Hier ist die berufliche Homepage vom Blog, in dem es über die deutsche und britische Sprache geht, klar getrennt. Es gibt jedoch ein Impressum auf dem Blog, das die Adresse der Bloggerin sowie einen Haftungshinweis enthält. Hier geht es, wie bei anderen Blogs auch, vor

allem darum, dass man sich vom Inhalt verlinkter Websites distanziert. Die Bilder verfügen über keine Quellenangabe, jedoch steht im Impressum, dass Sarah King die „Inhaberin aller Urheberrechte“ ist (<http://www.pommesbuddha.com/language/de/>, Impressum, zuletzt besucht am 19. Februar 2015). Die englischen und deutschen Beiträge werden regelmäßig, in circa einwöchigen Abständen, aktualisiert. In den aktuellsten Beiträgen geht es beispielsweise um den Pancake Day bzw. Karneval, in einem anderen Beitrag geht es um den grammatikalischen Hintergrund des Sagers „Ich bin ein Berliner“ von John F. Kennedy, ein anderer Beitrag handelt vom Humor bei den Deutschen und ein weiterer erzählt von der britischen Serie „One Man and His Dog“. Es handelt sich also nicht um dolmetschrelevante Themen, wo Erfahrungen ausgetauscht werden oder gar über den Beruf hergezogen wird, sondern bei diesem Blog geht es, wie der Untertitel sagt, um „Kuriositäten der britischen und deutschen Kultur und Sprache“.

Auch dieser Blog verfolgt zwar keine direkte berufliche Absicht, aber durch die Verknüpfung mit zahlreichen anderen sozialen Medien, durch interessante Texte in Deutsch und Englisch sowie von der Bloggerin selbst aufgenommenen Podcasts kann man sich über die Person Sarah King und ihre Sprachkenntnisse zumindest einen guten Eindruck verschaffen.



Abbildung 17 Startseite *Die Weisheiten des Pommes-Buddha*

<https://www.magnavoceie.com/>

Der Blog *Magna Voce Interpreter Education* wirkt im Vergleich zu anderen Blogs eher verlassen. Die Startseite heißt zwar Blog, beinhaltet aber nur einen einzigen Eintrag vom 2. April 2014 in dem darauf hingewiesen wird, dass sich die Seite noch ‚im Bau‘ befindet. Es wäre wahrscheinlich besser gewesen, man hätte anstelle eines Blogs einfach eine Startseite mit diesem Text in die Website integriert, da damit die Erwartung der LeserInnen an einen Blog nicht enttäuscht würden. Die Rubrik *Team* enthält zwar Fotos der beiden Autorinnen, aber, wie bereits erwähnt, nur berufsferne Informationen. Für berufsrelevante Infos wird auf LinkedIn verwiesen. Die beiden Bloggerinnen bieten Workshops im Dolmetschbereich an, (Notizentechnik, Polizei Jargon, Stegreifübersetzung,...) deren Kurzbeschreibungen von Kompetenz und viel Erfahrung zeugen. Durch die Rubrik *Kudos* bekommt man zahlreiche

Kundenstimmen, die deutlich mehr Professionalität ausstrahlen als die Startseite. Diesen Blog muss man also erst gründlich durchforsten, um die nötige Professionalität zu finden.

<http://blog.sprachmanagement.net/>

Der Blog *Dolmetscher wissen alles* von Dr. Anja Rütten verfügt zwar lediglich über eine Telefonnummer der Autorin, aber mit Hilfe der Verlinkung auf die professionelle Homepage hat man dann Zugriff auf die vollständige Anschrift der Dolmetscherin. Diese Homepage verfügt des Weiteren über ein sehr ausführliches Impressum (mit UID-Nummer, Adresse und Haftungshinweis) und AGBs, was auf dem Blog beispielsweise nicht zu finden ist. Die neuesten Blog-Posts sind in zweiwöchigem bis einmonatigem Abstand veröffentlicht worden, sie sind teilweise einsprachig, aber teilweise auch in Deutsch und Englisch verfasst. Auch hier gibt es unter den aktuellsten Blogs keine, die sich direkt mit KundInnen/AuftraggeberInnen oder Berufserfahrungen auseinandersetzen. Ein Eintrag befasst sich beispielsweise mit der Nutzung von Smartphones oder Tablets zur Unterzeichnung von Verträgen und deren Rechtmäßigkeit, andere handeln von nützlichen Apps zur Organisation von Dokumenten oder von Terminologiedatenbanken. In einem anderen Beitrag geht es um einen Crashkurs zum Thema „Improved Reading für DolmetscherInnen“ (hier wird auch auf die Kursseite verlinkt) und in einem besonders interessanten Beitrag vom 29. Dezember 2014 geht es um Rützens Mitwirken in einer Doktorarbeit als Probandin, für die sie sich während des Simultandolmetschens in eine MRT-Röhre legte, damit aufgezeichnet werden konnte, was während des Dolmetschens in ihrem Gehirn passiert.

Die sehr berufsnahen Posts und nützlichen Beiträge für KollegInnen, zusammen mit der Verlinkung auf Homepage, Facebook, Twitter, Xing und LinkedIn sowie ein Vorstellungsvideo der Dolmetscherin, wo sie auch bei Einsätzen gezeigt wird und davon spricht, wie sie sich zum Beispiel auf Aufträge vorbereitet, schaffen eine sehr gute Vertrauensbasis.

<http://2interpreters.tumblr.com/>

Ganz anders gestaltet sich beispielsweise der Blog *2interpreters*. Man erfährt zwar in einem kurzen Text, dass hier zwei Schweizer Konferenzdolmetscher über ihre Masterarbeit diskutieren und Berufserfahrung austauschen, aber sonst ist der Blog eher spärlich ausgestattet. Erst wenn man auf den jeweiligen Namen des Dolmetschers klickt, wird man auf LinkedIn und Xing weitergeleitet, wo man deutlich mehr Infos zu den Personen bekommt. Nichtsdestoweniger wirkt der Blog verglichen mit anderen Blogs auf den ersten Blick nicht so vertrauenserweckend, weil die Informationen sehr kurz gehalten wurden. Natürlich kann es sein, dass die Autoren einen eher puristischen, nicht zu überladenen Blog bevorzugten und

durch die Angabe von Business-Netzwerken ohnehin weiterführende Infos zur Verfügung stellen.

Fängt man jedoch an, die Blog-Beiträge zu lesen, hat man das Gefühl, die Autoren besser kennenzulernen und gewinnt somit mehr Vertrauen. Die Posts befassen sich beispielsweise mit maschineller Übersetzung, enthalten Weihnachtsgrüße oder humorvolle und interessante Videos zum Thema Dolmetschen, aber auch einen sehr persönlichen Eintrag von einem der beiden Blogger (M. Haldimann), wo es darum geht, wie man als berufstätiger Dolmetscher Kinder erzieht. Alexander Drechsel hat diesen Beitrag beispielsweise kommentiert, was ein weiteres Mal die Vernetzung von DolmetscherInnen im WWW verdeutlicht. Es ist fast schade, dass der aktuellste Blog-Eintrag vom 3. September 2013 stammt, was vermuten lässt, dass die Autoren keine Zeit mehr für den Blog haben und/oder der Blog eingestellt wurde. Bei anderen Blogs wird seitens der AutorInnen oft um Verständnis bei den LeserInnen gebeten oder sie entschuldigen sich für eine längere Abwesenheit im Vor- oder Nachhinein.

4.7.4 Schlussfolgerungen und Vergleich

Die ausgewählten Blogs geben einen Einblick in die Professionalität bzw. Vertrauenswürdigkeit von Blogs. Es ging hier vor allem darum, welchen ersten Eindruck die jeweiligen Blogs bzw. die Blogs als Teil von Homepages machen. Ganz allgemein konnte festgestellt werden, dass egal zu welchem Zweck die untersuchten Blogs betrieben werden, sie großteils sehr professionell mit Dienstgeheimnissen oder Kundennamen umgingen. Wie bereits erwähnt, befindet man sich dennoch in einem Graubereich, wenn man nicht ausreichend allgemein über Ereignisse schreibt bzw. nur die Namen bzw. Orte ändert. Dies wird anhand des Blogs *The Court Interpreter* verdeutlicht, auf dem, aus welchen Gründen auch immer, sämtliche früheren Beiträge gelöscht wurden, damit sich der/die AutorIn beruflich nicht schadet.

Obwohl es Blogs schon länger gibt, lässt dieses Medium noch einige Fragen offen. Die in schriftlichen Arbeiten sonst sehr wichtige Angabe von Quellen wird im Internet scheinbar nicht immer ernst genommen. Obgleich viele BloggerInnen Angaben zu der Herkunft von Bildern und Texten machen, gibt es doch einige, die hier keine speziellen Angaben zur Verfügung stellen. Trotzdem weisen sehr viele Blogs ein Impressum, Haftungshinweise und/oder AGBs auf, was von Professionalität zeugt. Auch Picot/Fischer (vgl. 2006: 17) sprechen dieses Thema im Hinblick auf Nachteile von Weblogs an. Es ist normal geworden, fremde Websites zu zitieren, um eigene Texte auszuschnücken. Auch wenn die Verlinkung angegeben ist, befürchten beispielsweise Unternehmen eine

Urheberrechtsverletzung an ihren Texten. Weblogs haben die Veröffentlichung von fremdem Material noch einfacher gemacht und die Hemmschwelle, geistiges Eigentum anderer zu verwenden, ist im Internet deutlich gesunken.

Die schon mehrmals angesprochene Vielfalt von Blogs konnte auch durch die hier vorliegenden Untersuchungen nochmals untermauert werden. Manche Blogs wirken hochprofessionell und dadurch ein bisschen unpersönlich. Manchmal nimmt der Blog eine eher zu vernachlässigende Stellung ein, einige nutzen die Blogs, um Dampf abzulassen, und andere schaffen es, die persönliche Wirkung von Blogs in berufliche Homepages zu integrieren.

Bei jenen B1-Blogs, die Teil von Homepages mit klar beruflichem Zweck sind, scheint der Blog ein Werkzeug zu sein, das der sonst statischen Homepage Leben einhaucht. Diese Seiten dienen dazu, einen beruflichen Zweck zu verfolgen und sind deshalb auch sehr vollständig gestaltet. Die Seite ist somit nicht länger statisch und einseitig, sondern LeserInnen werden dazu eingeladen, ihre Meinung kundzutun und lernen gleichzeitig die DolmetscherInnen bzw. ihre Hobbys/Vorlieben/Interessensgebiete besser kennen. Blogs in Homepages vermitteln somit das Gefühl, dass man sich an jemanden wenden kann, wenn man etwas genauer wissen möchte.

Bei manch anderen Seiten mit integriertem Blog wirken die Einträge eher lieblos und sind sehr kurz oder beinhalten nur einen Link auf eine andere Internetseite. Hier bekommt man fast das Gefühl, dass man heutzutage einen Blog haben muss und diesen eben einfach in die Homepage integriert, damit dort ein Blog ist, ohne viel Zeit dafür zu opfern.

Da Blogs sehr zeitaufwändig sind, sollte man sich für das Bloggen ein Thema suchen, für das man großes Interesse hat bzw. das einem Spaß macht. Wer sich dazu zwingen muss, an einem Blog zu schreiben, wird entweder nicht lange durchhalten oder Texte schreiben, die gezwungen erscheinen (vgl. Scott 2012: 375). Beides führt dazu, dass die LeserInnen sehr schnell die Lust und das Interesse am Lesen des Blogs verlieren. Es wirkt auch nicht sehr professionell, wenn man es mit einer scheinbar verlassen Seite zu tun hat. Die Verbindung wird plötzlich getrennt und die LeserInnen werden oft gar nicht informiert, warum dies der Fall ist.

Blogs der Kategorie 2, also jene Blogs, bei denen ein Auftrag rein theoretisch zustande kommen könnte, verfügen oft über ein sehr professionelles Auftreten, obwohl eben der berufliche Zweck nicht explizit verfolgt wird. Blogs, wie *A Word In Your Ear*, *Dolmetscher wissen alles* und andere, scheinen oft rein als Plattform für andere Dinge zu dienen. Durch die beobachtete Vernetzung mit DolmetschkollegInnen ist zu vermuten, dass viele dieser Blogs

vorrangig für KollegInnen gedacht sind. Es werden Forschungsergebnisse ausgetauscht, Ideen geteilt, Interessantes aus der Berufswelt besprochen oder Interviews geführt. Diese Blogs stellen nicht nur eine wichtige Quelle für KundInnen dar, die mehr über DolmetscherInnen wissen wollen, sondern sind vor allem auch für andere DolmetscherInnen und Dolmetsch-Interessierte eine wichtige Online-Ressource. Wenn sich BloggerInnen auf bestimmte Themen spezialisieren und eine verlässliche Quelle an Neuigkeiten oder Informationen zur Verfügung stellen, werden sie zu ExpertInnen auf diesem Gebiet. Die Blogs werden dann nicht nur von Interessierten, sondern auch von KollegInnen gerne gelesen. (vgl. Ueland 2002: 32)

Solche Blogs führen dazu, dass dolmetschrelevante Themen nicht mehr nur unter DolmetscherInnen besprochen werden. Durch das Betreiben eines Blogs werden Themen offen diskutiert. Nicht nur KollegInnen oder Dolmetschstudierende haben die Möglichkeit, an dieser Diskussion teilzunehmen, auch die breite Öffentlichkeit kann sich ein Bild über DolmetscherInnen machen. Das Web hat es also ermöglicht, DolmetscherInnen aus dem Elfenbeinturm zu holen und ihnen durch die Präsenz im World Wide Web mehr Sichtbarkeit und oft auch ein Gesicht zu geben.

Dass bei einigen sehr professionell wirkenden Seiten, wie zum Beispiel jener von Birte Priebe, eine Adressangabe fehlt, ist nicht weiter störend. Man bekommt genug andere Informationen, die die Seriosität der Seite untermauern. Es kann sein, dass BloggerInnen sich davor scheuen, eine Wohnadresse zu nennen, weil eben jeder/jede darauf Zugriff hat und die Nichtnennung in erster Linie dem Selbstschutz dient. Ein weiteres Argument könnte auch sein, dass man durch die Angabe von anderen sozialen Medien, Referenzen, KollegInnen usw. im Internet vielleicht mehr Vertrauen erweckt als durch eine Adressangabe, die im Internet nicht wirklich greifbar ist. BloggerInnen aus der zweiten Kategorie verhalten sich auch im Umgang mit berufsbedingten Erfahrungen sehr professionell – meist geht es in diesen Blogs nicht darum, sich Probleme mit KundInnen/AuftraggeberInnen von der Seele zu reden, sondern einfach darum, interessanten dolmetschrelevanten Themen und Aspekten, die sich vielleicht während der Arbeit angesammelt haben, eine Plattform zu geben. Diese Blogs handeln oft von neuen Technologien, Forschung, sprachlichen Besonderheiten, Vokabular-Diskussion usw.

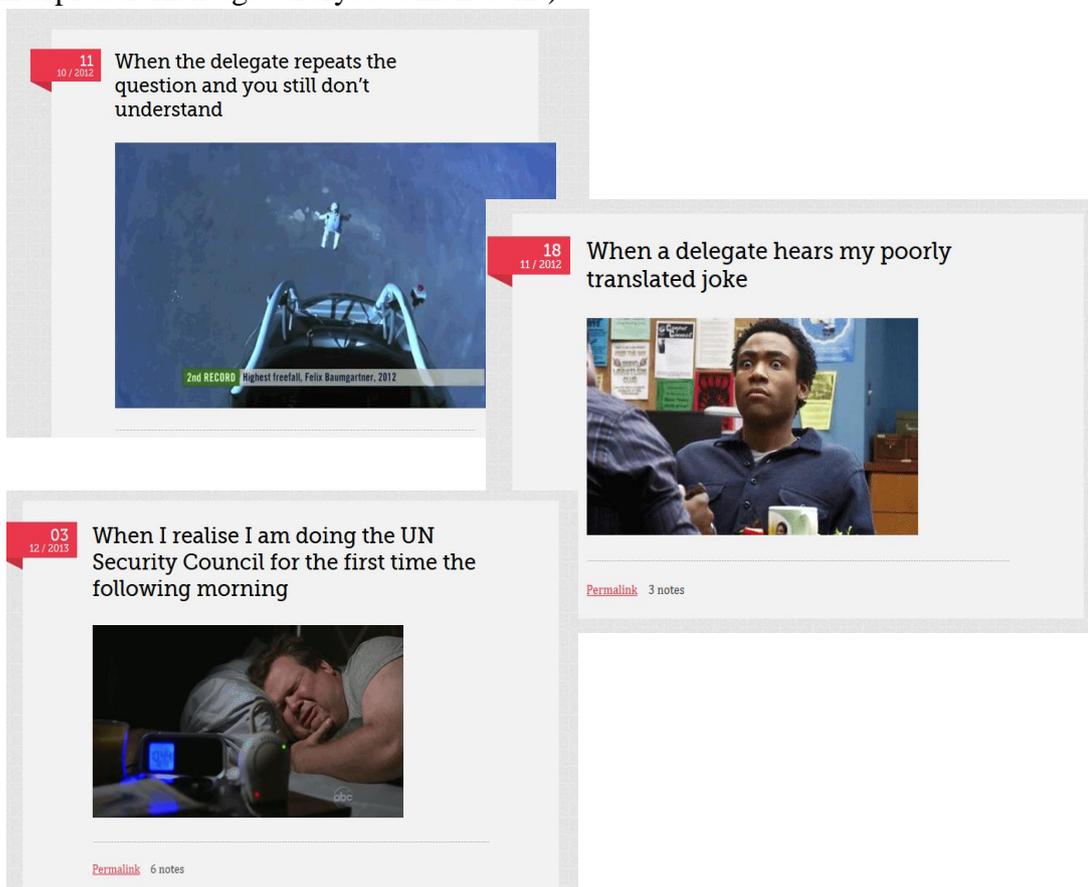
Bei manchen Blogs, wie zum Beispiel *2interpreters*, trügt der erste Eindruck, weil man sehr wenig Informationen zu den beiden Autoren bekommt. Erst wenn man die Beiträge liest, erfährt man mehr über die Blogger und hat das Gefühl, diese besser kennenzulernen. Dass es auf den ersten Blick eher spärliche Informationen gibt, kann natürlich wieder darauf

hindeuten, dass die Blogs für KollegInnen gedacht sind, für die keine weiteren Informationen zur Person erforderlich sind. Sollten KundInnen auf solche Seiten stoßen, könnte dies im ersten Moment vielleicht abschreckend wirken – ist aber von den Bloggern möglicherweise so gewollt.

Da die Blogs der zweiten Kategorie aber weitgehend sehr professionell gestaltet sind, könnten diese relativ einfach zu der ersten Kategorie werden, indem die berufliche Absicht kurz Erwähnung findet. Da es sich hier aber meist um etablierte DolmetscherInnen handelt, die für Institutionen arbeiten, scheint diese nicht explizite Erwähnung einer beruflichen Absicht bewusst und beabsichtigt zu sein.

Die hier untersuchten anonymen A3-Blogs weisen logischerweise wenige der Professionalitäts-Kriterien auf. Da diese Blogs klar andere Zwecke verfolgen, nehmen diese Kriterien eine untergeordnete Rolle auf diesen Seiten ein. Da sie meist anonym betrieben werden, müssen sie weder Vertrauen bei den LeserInnen erwecken, noch Professionalität für KundInnen ausstrahlen. Anonyme Blogs bieten somit eine – zwar fragwürdige, aber – ausgezeichnete Plattform, um über jene Dinge zu reden, über die man als DolmetscherIn eigentlich nicht reden darf.

Um sich dies besser vorstellen zu können, sind hier einige Posts aus dem Blog *interpretationisnotgoodforyou* zu sehen. Es handelt sich immer um bewegte Bilder. (Quelle: <http://interpretationisnotgoodforyou.tumblr.com/>)



Viele der Einträge enthalten Namen von Delegierten oder Gebäuden von (europäischen) Institutionen. Dies zeigt auch, warum die/der BloggerIn keine Informationen zur Person preisgibt. Die Beiträge reflektieren unter anderem Probleme bei Dolmetschtaufträgen, Ärgernisse aus dem Berufsalltag, Klischees und humorvolle Erfahrungen mit RednerInnen. Durch die kurzen Sätze und die Filmausschnitte oder Videoclips kann man sich gut in die/den BloggerIn hineinversetzen. Auch hier dient der humorvolle Blog als Mittel, um sich Frust von der Seele zu reden oder berufsbezogene Gedanken mit anderen zu teilen.

Im Hinblick auf die Berufsethik (siehe zum Beispiel Berufsethik der AIIC, Artikel 2 – AIIC-Berufsethik) von DolmetscherInnen und der damit verbundenen Geheimhaltung von Informationen bewegen sich die A3-BloggerInnen auf einem sehr schmalen Grat. Teilweise werden Personen, Institutionen oder Gebäude genannt, aus denen man Rückschlüsse auf die DolmetscherInnen schließen könnte. Die AIIC hat einen ganzen Artikel mit dem Titel „Einige Gedanken zur Verwendung sozialer Netzwerke durch Dolmetscher“ (siehe <http://aiic.net/page/6454/einige-gedanken-zur-verwendung-sozialer-netzwerke-durch-dolmetscher/lang/32>, zuletzt besucht am 15. Februar 2015) genau diesem Thema gewidmet. Hier wird darauf hingewiesen, dass man soziale Netzwerke zur beruflichen und privaten Kommunikation nutzen soll, jedoch verantwortungsvoll damit umgehen muss. Abgesehen davon, dass man aufpassen muss, nicht der eigenen Person durch beispielsweise peinliche Kommentare zu schaden, wird einem nahegelegt, schlechte Erfahrungen aus Konferenzen, Unterlagen, Inhalte, oder Bilder aus Sitzungen und Namen in jedem Fall für sich zu behalten, um den Berufsstand vor Schaden zu bewahren.

Zu BloggerInnen der dritten Kategorie muss noch hinzugefügt werden, dass natürlich nicht auszuschließen bzw. es sogar wahrscheinlich ist, dass einige dieser BloggerInnen über nicht anonyme Websites verfügen oder andere Formen der Internetpräsenz nutzen.

Dass Homepages ausschließlich zur Präsentation der eigenen Person dienen, ist ein Gedanke, der dem Web 1.0 zuzuordnen ist. Misoch schreibt in ihrem Werk zum Thema Selbstdarstellung folgendes: „(...) Homepages hingegen sind keine Räume im Netz, in denen sich Menschen zum gemeinsamen Agieren treffen (...)“ (Misoch 2004: 134). Die Tatsache, dass die Mehrzahl der Blogs entweder in Verbindung mit Homepages stehen oder Teil der Homepage sind, verdeutlicht eine Entwicklung, die auch von Herring et al. (vgl. 2004: 10) angesprochen wurde. Der Blog ist sozusagen die Brücke zwischen selten aktualisierten Seiten mit wenig Austausch (wie Homepages) und ständig aktualisierten Kommunikationsmedien wie zum Beispiel E-Mail, Chats und Videokonferenzen. Der Blog als regelmäßig

aktualisiertes Medium, das den Austausch zwischen den KommunikationsteilnehmerInnen ermöglicht, ist somit das Bindeglied dazwischen. Dies scheint eine Entwicklung zu sein, die auch DolmetscherInnen für sich als nützliches Werkzeug entdeckt haben. Die untersuchten Blogs untermauern die Entwicklung dahingehend, dass Blogs auf die unterschiedlichste Art genutzt werden können. Durch Blogs findet daher auch eine starke Vermischung von Privat- und Berufsleben statt.

5 ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Die Erläuterung des Internets, des Web 2.0 und dessen Anwendungen, vor allem der Weblogs, diente dazu, das Umfeld, in dem sich diese Arbeit abspielt, darzulegen. Warum Menschen bloggen bzw. ob und wie DolmetscherInnen Blogs zu beruflichen Zwecken nutzen, stellen die Kernfragen dieser Arbeit dar. In dieser Hinsicht muss man sich darüber im Klaren sein, dass das Internet und das World Wide Web nicht nur das generelle Kommunikationsverhalten der Menschen verändern, sondern auch die Erwartungen von potenziellen KundInnen, ArbeitgeberInnen oder AuftraggeberInnen an DolmetscherInnen neu definieren. Blogs existieren in einer digitalen Welt, wo man als InternetnutzerIn nicht länger tatenlos zusieht und mit Informationen versorgt wird, sondern wo man selbst aktiv werden kann oder auch muss.

Das Bloggen begann in den 1990er Jahren als eine Art Online-Logbuch, wo man Interessen, Gedanken und vor allem Links mit anderen NutzerInnen teilte. Über die Jahre hinweg hat es sich aber immer mehr als wertvolles Marketing-Werkzeug herauskristallisiert. Von privaten NutzerInnen bis hin zu Unternehmen, Organisationen und Verbänden hat man Blogs für sich entdeckt. IBM, Starbucks, Siemens oder der Internationale Verband der Konferenzdolmetscher (AIIC) nutzen Blogs zum Informieren und Diskutieren, aber auch um potenzielle KundInnen an der Kreation neuer Produkte teilhaben zu lassen.

Die Möglichkeiten von Blogs scheinen unendlich und wenn man sich einmal in die Blogosphäre hinein gewagt hat, so wird man feststellen, welch unglaubliche Ideen, Gedanken und interessante Menschen in dieser Welt unterwegs sind. Blogs zu lesen ist wie Gedankenlesen. Man kann plötzlich die Handlungen von DolmetscherInnen nachvollziehen und versteht, wie sie verschiedene Probleme lösen und schwierige Situationen meistern. Man sieht, für welche KundInnen gearbeitet wird, welche Sprachkombinationen DolmetscherInnen vorweisen können, wie gut sie sich in bestimmten Fachgebieten auskennen, wie lustig, seriös oder verzweifelt sie sind.

Die Untersuchung der Blogs hat gezeigt, dass es tatsächlich so viele verschiedene Blogs gibt, wie es BloggerInnen gibt (vgl. Ueland 2002: 27). Aspekte wie die Farbgestaltung der Blogs, deren Design, die Bilder, die man veröffentlicht, die verwendete Sprache und der Verwendungszweck von Blogs, spiegeln die jeweilige Persönlichkeit der AutorInnen wider. Mehr als ein Drittel der untersuchten Blogs verfolgen zwar explizit berufliche Zwecke, aber gleichzeitig ist dies oft nicht der einzige Beweggrund eines Blogs. Die LeserInnen können aus den jeweiligen Blogs verschiedensten Nutzen ziehen.

Als angehende DolmetscherIn erfährt man beispielsweise etwas über die Arbeitsweise von DolmetscherInnen und deren interessante Erfahrungen, oder nützliche Tipps für den Dolmetschalltag. Blogs wie *A Word In Your Ear*, die Videos enthalten, können als wertvolle Trainingsressource genutzt werden. Andere DolmetscherInnen können durch Blogs nachvollziehen, wie KollegInnen mit bestimmten Situationen umgehen würden, wie diese über den Beruf diskutieren bzw. was hinter den Personen steckt. Außerdem ermöglichen die Blogs die Bildung von Netzwerken innerhalb des Berufsstandes. KundInnen können durch das Lesen von Blogs die DolmetscherInnen nicht nur besser kennen lernen, sondern sie erfahren auch etwas über die Arbeitsweise der DolmetscherIn und können das Berufsbild besser verstehen lernen. Aufgrund der persönlichen Note von Blogs haben potenzielle KundInnen/AuftraggeberInnen die Möglichkeit, die Person hinter dem Beruf kennenzulernen und somit eine Vertrauensbasis aufzubauen.

Wer bloggt, zeigt, dass er/sie mit der Zeit geht. Die Tatsache, dass sehr viele DolmetscherInnen Blogs in ihre Homepage integrieren, zeigt, dass es sich um eine neue Form der Kommunikation, ein neues Werkzeug zur Selbstdarstellung im Internet handelt. Natürlich kann man nicht einfach nur seine Homepage so umgestalten, sodass sie optisch ins Web 2.0 passt (vgl. Jenner/Jenner 2010: 43). Das Web 2.0 bringt eine neue Einstellung mit sich – die Tatsache, dass wir an jeder Kommunikation teilhaben können und wollen und dass man nicht länger ein Zuseher von außen ist, sondern hilft, eine neue Online-Realität mitzugestalten. Obwohl es große Unterschiede dahingehend gibt, wie Blogs von den DolmetscherInnen genutzt werden, so trägt jeder Blog dazu bei, den DolmetscherInnen Sichtbarkeit zu geben - ob für StudentInnen, KollegInnen oder KundInnen. Die Tatsache, dass sich die meisten DolmetscherInnen professionell im Internet präsentieren, verschafft dem Berufsstand ein positives Bild im Internet. Dies ist nicht nur für die Fremdwahrnehmung (beispielsweise von AuftraggeberInnen) wichtig, sondern führt auch zu einer verbesserten Selbstwahrnehmung unter den DolmetscherInnen.

Die vorliegende Arbeit diene dazu, anhand einer Inhaltsanalyse die berufliche Nutzung von Blogs bzw. deren Professionalität zu untersuchen. Diese Arbeit kann als Basis für weiterführende Untersuchungen in der Dolmetsch-Blogosphäre dienen. Man könnte die BloggerInnen interviewen, oder anhand eines Fragebogens mehr darüber herausfinden, wie nützlich die Blogs in der Kundenakquise sind bzw. wie viele Aufträge direkt durch Blogs zustande gekommen sind. Man könnte jene DolmetscherInnen, die keine explizite berufliche Absicht angeben, fragen, ob sie sich mit dem Blog indirekt ein besseres Image verschaffen möchten. Abgesehen davon könnte man sich näher mit den BloggerInnen selbst beschäftigen

und untersuchen, ob mehr Männer oder Frauen bloggen oder, in welcher Sprache Blogs am häufigsten verfasst werden.

Ein weiteres interessantes Thema wäre die ‚Autokorrektur‘ in sozialen Medien. Wie schnell werden falsche Informationen von DolmetschkollegInnen korrigiert bzw. wie wird damit umgegangen. Durch die Kommentarfunktion haben alle LeserInnen die Möglichkeit, sich zu äußern, zu kritisieren, zuzustimmen oder andere Meinungen zu äußern. Im Blog *The Professional Interpreter* geht es im Beitrag „The biggest interpreting mistakes in history“ um Fehler, die Einfluss auf die Geschichte hätten haben können. Die Tatsache, dass das Abwerfen der ersten Atombombe in Japan durch eine andere Dolmetschung hätte werden verhindert können, wird von einem Leser kommentiert und anders dargestellt (vgl. <https://rpstranslations.wordpress.com/2015/01/09/the-biggest-interpreting-mistakes-in-history/#comments>). Man könnte sich also die Kommentare verschiedener Blogs ansehen, um herauszufinden, wie oft Informationen in Beiträgen widersprochen wird, wie oft sie anders dargestellt oder korrigiert werden.

Die Arbeit hat gezeigt, dass zumindest ein Teil der untersuchten Blogs auf teilweise sehr professionelle Art und Weise zu beruflichen Zwecken genutzt werden. Dass wahrscheinlich unterschiedliche Beweggründe dazu geführt haben, einen Blog zu starten, ging aus den zahlreichen Beispielen hervor. Einen schönen Gedanken, warum vielleicht gerade DolmetscherInnen gerne bloggen, fasst Monika Kokoszycka auf ihrem Blog *interpretersoapbox* zusammen:

„You can often hear our voices speaking other people’s thoughts. Here we speak our own.“

6 ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 Inhaltsaufbau	6
Grafik von Lisa Andert	
Abbildung 2 Tag-Cloud zum Thema Web 2.0	12
http://www.appapeal.com/articles/web-2-0-tag-clouds , am 15. Februar 2015	
Abbildung 3 Überblick Soziale Medien	14
http://gumpelmaier.net/wp-content/uploads/2010/12/social-media-landscape.jpg , am 15. Februar 2015	
Abbildung 4 Darstellung Gruppe A mit Blog-Kategorie	54
Grafik von Lisa Andert	
Abbildung 5 Ausschnitt Startseite von <i>Le Blog de Tiina</i>	55
http://tiina-gva.blogspot.co.at/ , am 23. Februar 2015	
Abbildung 6 Startseite des Blogs <i>Boots in the booth</i>	56
http://bootsinthebooth.blogspot.co.at/ , am 23. Februar 2015	
Abbildung 7 Darstellung Gruppe B mit Blog-Kategorie	58
Grafik von Lisa Andert	
Abbildung 8 Über uns-Seite von <i>Huber&Martins</i>	60
http://www.sprachgewaltig.de/ , am 23. Februar 2015	
Abbildung 9 Seite des Blogs <i>des signes et des mots</i>	63
https://interpretelsf.wordpress.com/ , am 23. Februar 2015	
Abbildung 10 Startseite des Blogs <i>Interpreting en Pointe</i>	67
interpretingenpointe.blogspot.com/ , am 23. Februar 2015	
Abbildung 11 Darstellung Gruppe A und B	70
Grafik von Lisa Andert	
Abbildung 12 Startseite des Blogs <i>Dolmetscher-Berlin</i>	77
http://dolmetscher-berlin.blogspot.co.at/ , am 23. Februar 2015	
Abbildung 13 Startseite des Blogs <i>Birte Priebe</i>	82
http://www.birtepriebe.nl/contactkontakt.html , am 23. Februar 2015	
Abbildung 14 Startseite des Blogs <i>Daniel Greene</i>	83
http://danielgreene.com/ , am 23. Februar 2015	
Abbildung 15 Startseiten von <i>Nadine Hegmanns</i> und <i>Interpretersoapbox</i>	86
http://nadinehegmanns.com/en/ , am 23. Februar 2015	
http://interpretersoapbox.com/en/ , am 23. Februar 2015	
Abbildung 16 About-Seite von <i>A Word In Your Ear</i>	87
http://lourdesderioja.com/aboutme/ , am 23. Februar 2015	
Abbildung 17 Startseite <i>Die Weisheiten des Pommes-Buddha</i>	89
http://www.pommesbuddha.com/language/de/ , am 23. Februar 2015	
Abbildung 18 Beispiele aus einem Blog	94
http://interpretationisnotgoodforyou.tumblr.com/ , am 23. Februar 2015	

7 BIBLIOGRAPHIE³

Ackland, Robert (2013) *Web social science. Concepts, data and tools for social scientists in the digital age*. Los Angeles, CA. [u.a]: Sage.

AIIC. <http://aiic.net/blog>.

AIIC – Berufsethik (2009) <http://aiic.net/page/1634/berufsethik-der-aiic/lang/32>.

Ainetter, Sylvia (2006) *Blogs - literarische Aspekte eines neuen Mediums. Eine Analyse am Beispiel des Weblogs Miagolare*. Wien [u.a.]: Lit-Verl.

An, Srikanth (2015) „Whats Is The Difference Between A Blog And A Website“. <http://www.shoutmeloud.com/difference-between-blog-vs-website.html>.

Armborst, Matthias (2006) *Kopffäger im Internet oder publizistische Avantgarde? Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten*. Berlin: Lit-Verl.

Atanet. American Translators Association (ATA) Blog Trekker. http://www.atanet.org/resources/blog_trekker.php.

Bankhead, Tallulah (2002) Finding Your Voice. In: *The Weblog Handbook. Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*. Cambridge, MA: Perseus Publ. 59-75.

Barrett, Cameron (2002) Anatomy of a Weblog. In: Rodzvilla, John (Hg.) *We've got blog. How weblogs are changing our culture*. Cambridge, MA: Perseus Publ., 25-27.

Blood, Rebecca (2000) „weblogs: a history and perspective“. http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html.

Blood, Rebecca (2002a) *The Weblog Handbook. Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*. Cambridge, MA: Perseus Publ.

Blood, Rebecca (2002b) Introduction. In: Rodzvilla, John (Hg.) *We've got blog. How weblogs are changing our culture*. Cambridge, MA: Perseus Publ., ix-xiii.

³ Alle Internetquellen wurden am 26. Februar 2015 überprüft.

Blood, Rebecca (2004) „Hammer, Nail: How Blogging Software Reshaped the Online Community“. http://www.rebeccablood.net/essays/blog_software.html.

Bock, Annetrin/ Isermann, Holger/Knieper, Thomas (2010) Herausforderungen bei der quantitativen (visuellen) Inhaltsanalyse von Online-Inhalten. In Welker, Martin/Wünsch, Carsten (Hrsg.) *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet*. Köln: Halem. 224-266.

Brailovskaia, Julia (2013) *Narzisstisch und sensationssuchend? Eine Studie zum Zusammenhang zwischen Persönlichkeitsmerkmalen und Online-Selbstdarstellung am Beispiel von studiVZ*. Glückstadt: Werner Hülsbusch.

Bulygo, Zach (2012) „How To Build A Trustworthy Website“. <https://blog.kissmetrics.com/build-a-trustworthy-website/>.

Castells, Manuel (2005) *Die Internet-Galaxie. Internet, Wirtschaft und Gesellschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Casuneanu, Cristina (2013) *Privatsphäre in der Blogosphäre. Die Bedeutung der Privatsphäre am Beispiel österreichischer Blogs*. Masterarbeit, Universität Wien.

Dam, Helle V. (2013) „The Translator Approach in Translation Studies – reflections based on a study of translators’ weblogs“. PDF:

http://www.vakki.net/publications/2013/VAKKI2013_Dam.pdf. In: Eronen, Maria/Rodi Risberg, Marinella (Hg.) 2013. Point of view as challenge. Vaasa: Vakki Publications. 16-35.

derstandard (2011) „Das Wort „Wiki“ stammt aus dem Hawaiianischen“.

<http://derstandard.at/1293370061264/Wissen-Das-Wort-Wiki-stammt-aus-dem-Hawaiianischen>.

Duden. <http://www.duden.de/rechtschreibung/>. Berlin: Bibliographisches Institut GmbH.

Ebersbach, Anja/Glaser, Markus/Heigl, Richard (2011) *Social Web*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Eberwein, Tobias (2008) „Informationsbeschaffung 2.0. Weblogs als Quelle journalistischer Recherche“. <http://www.coolepark.de/wp-content/uploads/2008/01/weblogs-als-quelle-journalistischer-recherche-preprint.pdf>

Eck, Klaus (2007) Zürich: *Corporate Blogs. Unternehmen im Online-Dialog zum Kunden*. Orell Füssli.

Erlhofer, Sebastian (2010) Datenerhebung in der Blogosphäre: Herausforderungen und Lösungswege. In Welker, Martin/Wünsch, Carsten (Hrsg.) *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet*. Köln: Halem. 144-166.

Faltings Thorsten (2012) „Was sind die Unterschiede zwischen Homepage, Website, Webseite und einem Blog?“. <http://elbnetz.com/unterschiede-homepage-website-webseite-und-einem-blog/>.

Feigl Michaela/ Winkler Susi (2014) *Die Selbstdarstellung von KonferenzdolmetscherInnen in den Social Media. Eine vergleichende Diskursanalyse anhand ausgewählter Beispiele*. Seminararbeit, Universität Wien.

Feldmann, Barry (2014) „Social Proof: Your Key to More Magnetic Marketing“. <https://blog.kissmetrics.com/social-proof/>.

Fischer, Enrico (2007) *Weblog & Co. Eine neue Mediengeneration und ihr Einfluss auf Wirtschaft und Journalismus*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.

Fox, Dana. <http://icanbuildablog.com/>

Früh, Werner (⁷2011) *Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis*. Konstanz: UVK.

Gabler Wirtschaftslexikon. online im Internet; Stichwort: Soziale Medien; <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/569839/soziale-medien-v4.html>. Stichwort: Web 2.0; <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/80667/web-2-0-v9.html>. Springer Gabler Verlag.

Geißler, Cornelia (2010) „Was sind ... Social Media?“. In Harvard Business Manager, 9. Online-Ausgabe, <http://www.harvardbusinessmanager.de/heft/artikel/a-721549.html>.

Gerick, Thomas (2006) „Vom Web 2.0 zu Enterprise 2.0“ <http://www.computerwoche.de/a/vom-web-2-0-zu-enterprise-2-0,578684,4>.

Golms, Birgit (2011) *Marketing für Dolmetscher und Übersetzer. Wie Sie sich als Freiberufler optimal vermarkten und Kunden gewinnen*. Berlin: BDÜ.

Google. <https://www.google.at>.

Grossman, Lev (2006)

<http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html>.

Gumbrecht, Michelle/Nardi, Bonnie A./ Schiano, Diane J. (2004) „Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary?“. PDF:

www.artifex.org/~bonnie/pdf/Nardi_blog_social_activity.pdf

Hagmann, Helene (2009) *Blog-Kommunikation. Eine Analyse zum demokratischen Potential von politisch orientierten Weblogs*. Masterarbeit, Universität Wien.

Herring, Susan C./Scheidt, Lois Ann/ Bonus, Sabrina/ Wright, Elijah (2004) „Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs“. PDF:

<http://www.student.tue.nl/v/t.s.oosterwijk/modellerenb/literature/19%20genre%20analysis.pdf>

Hettler, Uwe (2010) *Social Media Marketing. Marketing mit Blogs, Sozialen Netzwerken und weiteren Anwendungen des Web 2.0*. Oldenburg: Wissenschaftsverlag.

IBM. <https://www-304.ibm.com/connections/blogs/ea06c2de-ad40-4ec6-8a9c-8fd8d5e0b938/?lang=de>.

Internetlivestats. <http://www.internetlivestats.com/internet-users/>.

investor.activision. „Q2 2014 Earnings“. <http://investor.activision.com/>.

ITU. International Telecommunication Union. <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx>.

ITWissen. <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Wortwolke-tag-cloud.html>.

Jenner, Judy/ Jenner, Dagmar (2010) *The entrepreneurial linguist: the business-school approach to freelance translation*. [s.l]: EL Press, a division of Twin Translation.

Koller, Peter-Julian/Alpar, Paul (2008) Die Bedeutung privater Weblogs für das Issue Management in Unternehmen. In: Alpar, Paul/ Blaschke, Steffen (Hg.) *Web 2.0 – Eine empirische Bestandsaufnahme*. Wiesbaden: Vieweg + Teubner, 19-51.

Krameritsch, Jakob (2007) *Geschichte(n) im Netzwerk: Hypertext und dessen Potenziale für die Produktion, Repräsentation und Rezeption der historischen Erzählung*. Münster: Waxmann.

Lennartz, Sven (2006) <http://www.drweb.de/magazin/die-zukunft-im-web-30-eine-vision/>.

Mayerl, Barbara (2014) „Business-Netzwerke: So machen Sie mit Xing und LinkedIn Karriere“. <http://www.format.at/articles/1407/944/372643/business-netzwerke-so-sie-xing-linkedin-karriere>.

Mcdonough Dolmaya, Julie (2011) A window into the profession. What translation blogs have to offer Translation Studies. *The Translator* 17 (1), 77-104.

Merholz, Peter (2002) „Play With Your Words“. <http://www.peterme.com/archives/00000205.html>.

Misoch, Sabine (2004) *Identitäten im Internet. Selbstdarstellung auf privaten Homepages*. Konstanz: UVK.

Möller, Erik (2005) „Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern“. PDF: <http://medienrevolution.dpunkt.de/files/Medienrevolution-1.pdf>. Hannover: Heise Zeitschriften.

Nelson, Melanie. <http://www.bloggingbasics101.com>

netzvitamine. <http://www.netzvitamine.de/kategorien/web-10.html>.

O'Reilly, Tim (2005) „What Is Web 2.0- Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software“. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.

Path, Cardinal (2010) „Is your website trustworthy? Try this checklist“. <http://www.cardinalpath.com/is-your-website-trustworthy-try-this-checklist/>.

Planet Wissen. http://www.planet-wissen.de/natur_technik/computer_und_roboter/geschichte_des_computers/.

Pleil, Thomas (2004) „Meinung machen im Internet? Personal Web Publishing und Online-PR“. PDF : http://www.researchgate.net/profile/Thomas_Pleil/publication/261758179_Meinung_machen_im_Internet/links/02e7e539582d89815e000000.pdf

Picot, Arnold/ Fischer, Tim (Hrsg.) (2006) *Weblogs professionell. Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld*. Heidelberg: dpunkt.

- Quintieri, Tanya (2012) „13 Themen, über die Übersetzer in 2013 bloggen sollten“. <http://dvud.de/2012/12/13-themen-uber-die-ubersetzer-in-2013-bloggen-sollten/>.
- Raab, Diana (2013) „Blogging vs. Journaling“. http://www.huffingtonpost.com/diana-m-raab/blogging-vs-journaling_b_3693279.html.
- Reichert, Ramón (2008) *Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0*. Bielefeld: Transcript.
- Rölver, Markus/Alpar, Paul (2008) Social News, die neue Form der Nachrichtenverteilung? In: Alpar, Paul/ Blaschke, Steffen (Hg.) *Web 2.0 – Eine empirische Bestandsaufnahme*. Wiesbaden: Vieweg + Teubner, 296-331.
- Saferinternet (2010) „Web 2.0 – Das Mitmach-Internet sicher und verantwortungsvoll nutzen. Mit Übungen für den Unterricht“. PDF: http://www.saferinternet.at/uploads/tx_simaterials/Web_2.0_Das_Mitmach-Internet_sicher_und_verantwortungsvoll_nutzen.pdf.
- Schmidt, Jan-Hinrik (2011) (Micro)blogs: Practices of Privacy Management. In: Trepte, Sabine/Reinecke Leonard (Hg.) *Privacy Online. Perspectives on Privacy and Self-Disclosure in the Social Web*. Berlin [u.a.]: Springer, 159-173.
- Schmidt, Jan (2005) „Praktiken des Bloggens. Strukturierungsprinzipien der Online-Kommunikation am Beispiel von Weblogs“. <http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/wp-content/pdf/PraktikenDesBloggens.pdf>.
- Schnick, Jürgen (2010) „Einen Blog erstellen – aber richtig“. <http://www.erfolgsblogging.de/bloggen/eigenen-blog-erstellen/einen-eigenen-blog-erstellen-aber-richtig/>.
- Schweitzer, Eva Johanna (2010) Politische Websites als Gegenstand der Online-Inhaltsanalyse. In Welker, Martin/Wünsch, Carsten (Hrsg.) *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet*. Köln: Halem. 44-102.
- SCIC (2013) „Hilfsmittel für Dolmetschstudenten“. http://ec.europa.eu/dgs/scic/become-an-interpreter/recourses-for-interpreting-students/index_de.htm.
- Scott, David Meerman (2012) *Die neuen Marketing- und PR-Regeln im Social Web. Wie Sie Social Media, Online Video, Mobile Marketing, Blogs, News Releases und Virales Marketing nutzen, um Ihre Kunden zu erreichen*. Heidelberg [u.a.]: mitp.

Siemens. <https://blogs.siemens.com/>.

Starbucks. <http://mystarbucksidea.force.com/>.

Statista. <http://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>.

Steiner Jörg/Weiss Stefan (2012) *Kompetenzanforderungen an Führungskräfte in österreichischen Unternehmen*. Masterarbeit, Wirtschaftsuniversität Wien.

Surowiecki, James (2005) *The wisdom of crowds*. USA: Anchor.

Tice, Carol (2013) „Do Freelancers Have to Blog To Get Clients?“
<http://business.tutsplus.com/articles/do-freelancers-have-to-blog-to-get-clients--fsw-37663>.

Ueland, Brenda (2002) Why a Weblog?. In: *The Weblog Handbook. Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*. Cambridge, Mass.: Perseus Publ. 27-37.

viermalvier. <http://www.viermalvier.at/der-blog-ihre-social-media-zentrale/>.

Wallagher, Mike (2014) „How to Start a Blog – Step by Step Guide“.
startbloggingonline.com

Wandinger, Peer (2008) „11 Gründe, warum Selbständige und Freiberufler bloggen sollten?“
<http://www.selbstaendig-im-netz.de/2008/09/26/selbstaendig/11-gruende-warum-selbstaendige-und-freiberufler-bloggen-sollten/>.

Weibe, David Andrew (2014) „6 Ways to make Your Page More Trustworthy.“
<https://blog.kissmetrics.com/build-a-trustworthy-website/>.

Welker, Martin/Wünsch, Carsten (Hrsg.) (2010) *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet*. Köln: Halem

wikihow. <http://de.wikihow.com/Einen-eigenen-Blog-starten>.

Wikipedia. Stichwort: Web 2.0, http://de.wikipedia.org/wiki/Web_2.0. Stichwort: Wiki,
<http://de.wikipedia.org/wiki/Wiki>.

Wolff Constanze/Panter Roland (2012) *Social Media für Gründer und Selbstständige. Xing, Facebook, Twitter und Co. – Wie Sie das richtige Netzwerk finden und nutzen*. Wien: Linde.

Wordpress. <http://en.support.wordpress.com/posts/categories-vs-tags/>.

Wright, Jeremy (2006) *Blog Marketing als neuer Weg zum Kunden. Mit Weblogs die Kunden erreichen, die Marke stärken und den Absatz fördern*. Heidelberg: Redline Wirtschaft.

Zerfaß, Ansgar/ Boelter, Dietrich (2005) *Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien*. Graz: Nausner & Nausner.

Zerfaß, Ansgar/Bogosyan, Janine (2007) „Blogstudie 2007. Informationssuche im Internet – Blogs als neues Recherchetool (Ergebnisbericht)“. Leipzig: Universität Leipzig. PDF: <http://www.cmgt.uni-leipzig.de/index.php?id=1220>.

ANHANG

Datenerhebung 1.- 15. Februar 2015

	Blogname	AutorIn	URL
1	2interpreters	Matthias Haldimann Jérôme Mermod	http://2interpreters.tumblr.com/
2	A Word In Your Ear	Lourdes DE RIOJA	http://lourdesderioja.com/
3	American Sign Language Interpreter	Andrea K. Smith	http://www.andreamithinterpreting.com/
4	Birte Priebe	Birte Priebe	http://www.birtepriebe.nl/
5	Serena Comoglio	Serena Comoglio	http://www.comoglio.com/dolmetscher-blog/
6	Boots in the booth	nicht angegeben (BoothiB, Mamba)	http://bootsinthebooth.blogspot.co.at/
7	Daniel Greene	Daniel Greene	http://danielgreene.com/
8	des signes et des mots	Stéphan Barrère	https://interpretelsf.wordpress.com/
9	Die Weisheiten des Pommes-Buddha	Sarah King	http://www.pommesbuddha.com/language/de/
10	Dolmetscher und Übersetzer	Katja Eitelhuber	http://ihre-dolmetscherin.blogspot.co.at/
11	Dolmetscher wissen alles	Anja Rütten	http://blog.sprachmanagement.net/
12	Dolmetscher-Berlin	Caroline Elias	http://dolmetscher-berlin.blogspot.co.at/
13	Barbian Dolmetschen	Tanja Barbian	http://www.englisch-dolmetschen.de/index.htm
14	Esther M. Hermida – Interpreting Services	Esther M. Hermida	http://www.certifiedspanishinterpreter.com/index.html
15	From Our Lips to Your Ears	Nataly Kelly	http://fromourlips.blogspot.co.at/
16	From Words to Deeds	nicht angegeben	http://wordstodeeds.com/
17	Huber&Martins	Gabriela Huber Martins Paulo Gago Martins	http://www.sprachgewaltig.de/
18	InterpreterSoapbox	Monika Kokoszycza	http://interpretersoapbox.com/en/
19	Interpreting en Pointe	Nerea Fernández	http://interpretingenpointe.blogspot.com.es/
20	interpretationisnotgoodforyou	nicht angegeben	http://interpretationisnotgoodforyou.tumblr.com/
21	Alexander Drechsel Occasional ramblings about #1nt	Alexander Drechsel	http://www.adrechsel.de/
22	interpretings.net	Elisabet Tiselius	http://interpretings.net/
23	Konferenzberatung	Anna Mantel	http://www.dolmetscher.eu/
24	Le blog de Tiina	Tiina	http://tiina-gva.blogspot.co.at/
25	Magna Voce Interpreter Education	Catalina Natalini Maria Perez- Chambres	https://www.magnavoceie.com/
26	MARIACRISTINADELAVEGAMU SINGS	María Cristina de la Vega	https://mariacristinadelavegamusings.wordpress.com/
27	Nadine Hegmanns	Nadine Hegmanns	http://nadinehegmanns.com/en/
28	poems found in translation	A.Z. Foreman	http://poemsintranslation.blogspot.co.at
29	Sprachenquilt	Cordula Werle	http://sprachenquilt.com/
30	Sprachlounge	Cornelia Koller	http://sprachlounge.net/

31	That Interpreter	Liz Essary	http://thatinterpreter.com/about/
32	The Court Interpreter	nicht angegeben	https://interpreter.wordpress.com/
33	The Interpreter Diaries	Michelle Hof	http://theinterpreterdiaries.com/
34	The Interpreting Report	Austin Kocher	https://theinterpretingreport.wordpress.com/
35	The Invisible Speaker	Ewandro Magalhães	http://ewandro.com/
36	The Mute Button	Andreas	https://mutebuttonblog.wordpress.com/
37	The Professional Interpreter	Tony Rosado	https://rpstranslations.wordpress.com/
38	Translation and Interpretation in America	Glady Matthews	http://translationandinterpretationinamerica.blogspot.co.at/
39	Translation Times	Judy und Dagmar Jenner	http://translationtimes.blogspot.co.at/
40	transling	Aleksandra Kuhn	http://transling.eu/
41	Unprofessional Translation	nicht angegeben	http://unprofessionaltranslation.blogspot.co.at/
42	Wieser & Keßler	Martina Wieser Norma Keßler	http://www.wieser-kessler.de/dolmetscher_uebersetzer_home.html

ABSTRACT DEUTSCH

Ziel dieser Arbeit ist es, einen Beitrag zur Weblog-Forschung im Translationsbereich zu leisten. Das Hauptaugenmerk der Untersuchung liegt auf der Frage, inwiefern DolmetscherInnen Blogs zu beruflichen Zwecken nutzen.

Die ständigen Veränderungen im Internet haben zu der Entwicklung von zahlreichen, neuen Werkzeugen geführt, die von Privatpersonen sowie auch Berufstätigen und Firmen zu ihrem Vorteil genutzt werden. Durch die Web 2.0-Ära fand das Internet in all seinen Facetten Einzug in den Alltag. Auch mehr und mehr DolmetscherInnen haben begonnen, die verschiedensten Web 2.0-Anwendungen und die damit verbunden Möglichkeiten für persönliche und berufliche Zwecke zu nutzen.

Der erste Teil dieser Arbeit beinhaltet allgemeine Informationen über das Internet und stellt die Entwicklungen und Veränderungen von Blogs in den letzten Jahren vor. Der zweite, empirische Teil untersucht zwei Fragen: Nutzen DolmetscherInnen Blogs zu beruflichen Zwecken? Vermitteln Blogs von DolmetscherInnen Professionalität und Vertrauen? Mit Hilfe einer Inhaltsanalyse von 42 Blogs wurde die mannigfaltige Nutzung von Blogs aufgezeigt.

Blogs haben dazu verholfen, die Sichtbarkeit von DolmetscherInnen nicht nur innerhalb der Dolmetsch-Gemeinschaft, sondern auch außerhalb zu verstärken. Andere DolmetscherInnen, KundInnen und zukünftige DolmetscherInnen gewinnen durch Blogs einen Einblick in die Welt und die Arbeit von SprachmittlerInnen. Indem der berufliche Zweck von DolmetscherInnen-Blogs genauer betrachtet wurde, konnte die unglaubliche Bandbreite an Nutzungsmöglichkeiten von Blogs aufgrund ihrer persönlichen Note illustriert werden.

ABSTRACT ENGLISCH

The aim of this paper is to contribute to the research of blogs (weblogs) in the translation field. In particular, the focus of this work will be on blogs and whether interpreters use these online logbooks for professional purposes.

The ever-changing nature of the internet has led to the advent of a plethora of new tools that private individuals as well as professionals and companies can use to their advantage. Through the Web 2.0 era, the internet in all its facets has become a part of everyday life. Also, more and more interpreters have started to use different Web 2.0 applications and their many possibilities for their personal or professional uses.

The first part of this thesis provides information about the internet in general and how blogs have developed and changed over the course of the years. The second, empirical part of this work explores two questions; whether interpreters use blogs for their work to attract clients and; how professional these blogs appear. Through a content analysis of 42 blogs, the diverse usage of blogs among interpreters was explored.

Through blogs, the visibility of interpreters has increased not only within the translation community but also beyond it. Other interpreters, clients and future interpreters are able to gain an insight into the work and world of interpreters. By looking into the professional purpose of interpreters' blogs, the myriads of application possibilities due to the personal touch of every blog were illustrated.

LEBENS LAUF

Name: Lisa Andert
E-Mail: Lisa_Andert@hotmail.com

Ausbildung

Okt.2012 – Juni 2015 Universität Wien
MA-Studium Dolmetschen
(A-Sprache: Deutsch, B-Sprache: Englisch, C-Sprache: Französisch)

Jän. 2013 – Mai 2013 ISIT – Paris
Erasmus - Auslandssemester

Okt. 2008 – Juli 2011 Universität Wien
BA-Studium Transkulturelle Kommunikation
(A-Sprache: Deutsch, B-Sprache: Englisch, C-Sprache: Französisch)

Sept. 2002 – Juli 2007 Pannoneum - Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe,
Ausbildungsschwerpunkt Fremdsprachen und Wirtschaft (Englisch
und Französisch)

Berufserfahrung

seit März 2015 freiwillige Übersetzerin für NPH Österreich

Oktober 2014 freiwillige Dolmetscherin bei VAS Österreich, Model African Union

Februar 2014 – März 2015 WIFI-Trainerin für Englisch
Vorbereitungskurs für die Berufsreifeprüfung, Abnahme der Prüfung

Oktober 2011 – Mai 2012 Kingsley College und St. Augustine's Catholic High School in
Redditch (UK)
Sprachassistentin für Deutsch

Februar 2011 CHS-TOURS
Dolmetscherin für eine britische Schulklasse in Salzburg

März 2008 – Juni 2010 Silent Gliss
Innendienstmitarbeiterin, Übersetzung von Katalogen und
Werbefroschüren aus dem Englischen ins Deutsche und vice versa,
Verfassung von deutschen Werbetexten

Sprachkenntnisse

Deutsch Mutter- und Bildungssprache, ausgezeichnet in Wort und Schrift

Englisch ausgezeichnet in Wort und Schrift

Französisch fließend in Wort und Schrift

Russisch, Arabisch Grundkenntnisse in Wort und Schrift