



Univerzita Karlova
Filozofická fakulta

Ústav translatologie

Diplomová práce

Bc. et Bc. Anna Pěkná

Rozvíjení podnikatelských kompetencí při přípravě budoucích tlumočnicků

Developing Entrepreneurship in Interpreter Training

Praha 2024

Vedoucí práce: Prof. PhDr. Ivana Čeňková, CSc.

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala prof. PhDr. Ivaně Čeňkové, CSc. za cenné rady a připomínky, které mi poskytovala v rámci našich konzultací, a veškerou podporu při vedení mé diplomové práce. Chtěla bych také poděkovat všem respondentům z řad tlumočnicků a studentů tlumočení, kteří se zapojili do dotazníkového šetření jeho vyplněním nebo šířením.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že nebyla předložena jako splnění studijní povinnosti v rámci jiného studia nebo předložena k obhajobě v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze, dne 23. prosince 2024

Bc. et Bc. Anna Pěkná

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá tématem rozvíjení podnikatelských kompetencí ve výuce tlumočnicků, kterému dosud nebyla v českém odborném diskursu věnována větší pozornost. V teoretické části si pokládá otázku, zda studenti tlumočení potřebují podnikatelské kompetence. Na základě analýzy kompetenčních modelů tlumočnicka, současného trhu s tlumočnickými službami a dat o uplatnění absolventů tlumočení na pracovním trhu vyvozuje, že většina tlumočnicků na českém trhu působí jako nezávislí profesionálové (na volné noze), a podnikatelské kompetence tak představují nezbytnou součást jejich profesní výbavy. Práce dále analyzuje současný stav rozvíjení podnikatelských kompetencí ve výuce tlumočnicků se zaměřením na dva české vysokoškolské programy tlumočnictví – na Univerzitě Karlově a Univerzitě Palackého v Olomouci – a mapuje dosavadní výzkum v oblasti rozvíjení podnikatelských kompetencí ve výuce tlumočnicků včetně některých konkrétních návrhů a strategií. Součástí empirické části této práce je vlastní výzkum, který probíhal formou dotazníkového šetření mezi českými tlumočnickými a studenty tlumočení a jehož hlavním cílem bylo zmapovat, jak tlumočníci vnímají podnikatelské kompetence z hlediska jejich důležitosti pro výkon tlumočnické profese a způsob, jakým si tyto kompetence osvojují. Výzkum ukázal, že téměř tři čtvrtiny tlumočnicků považují podnikatelské kompetence v porovnání s ostatními tlumočnickými kompetencemi za stejně důležité. Nejčastěji si podnikatelské kompetence osvojují prostřednictvím praxe, samostudia a učením od kolegů. Závěry výzkumu ukazují na potřebu většího důrazu na rozvoj podnikatelských kompetencí v rámci přípravy budoucích tlumočnicků, zejména v oblastech marketingu a získávání zakázek, financí a účetnictví a psychické odolnosti, flexibility a motivace. Na základě vyhodnocení získaných dat práce identifikuje vzdělávací potřeby studentů tlumočení a navrhuje možnosti rozvoje kurikula v oblasti podnikatelských kompetencí.

Klíčová slova

Tlumočení, podnikatelské kompetence, kompetenční model tlumočnicka, vzdělávání tlumočnicků, trh s tlumočnickými službami, tlumočníci na volné noze.

Abstract

This thesis focuses on the development of entrepreneurship in interpreter training, a topic that remains largely unexplored in Czech academic research. In its theoretical section, the thesis explores whether interpreting students need entrepreneurial skills, drawing on analyses of models of interpreter competence, current market conditions, and graduate employment data. The analysis shows that the majority of interpreters in the Czech market work as freelancers, making entrepreneurship an essential part of an interpreter's skill set. The thesis also examines current approaches to entrepreneurial skills development in interpreter training, focusing on two Czech university interpreting programs at Charles University and Palacký University Olomouc. It reviews existing research in this field, including proposed methodologies and strategies for integrating entrepreneurial training into interpreter education. The empirical section consists of a survey conducted among Czech professional interpreters and interpreting students, examining their attitudes toward entrepreneurial skills, particularly regarding their perceived importance and acquisition methods. The survey revealed that nearly three-quarters of interpreters consider entrepreneurship to be equally important as other interpreter competencies. These entrepreneurial skills are most frequently acquired through experience, self-study, and learning from colleagues. The findings highlight the need for greater emphasis on developing entrepreneurship within interpreter training, particularly in areas such as marketing and client acquisition, finance and accounting, and psychological resilience, flexibility, and motivation. Based on the analysis of collected data, the thesis identifies educational needs of interpreting students and proposes recommendations for potential curriculum development in this area.

Key words

Interpreting, entrepreneurship, model of interpreter competence, interpreter training, interpreting market, freelance interpreters.

Obsah

Úvod.....	8
1 Potřebují studenti tlumočení podnikatelské kompetence?	10
1.1 Podnikatelské kompetence	10
1.2 Kompetenční model tlumočnicka.....	15
1.2.1 Model skupiny PACTE.....	15
1.2.2 Model skupiny EMT	17
1.2.3 Další modely	20
1.3 Uplatnění studentů tlumočení na pracovním trhu.....	21
1.4 Požadavky současného trhu s tlumočnickými službami.....	25
2 Jak vyučovat podnikatelské kompetence?.....	30
2.1 Současný stav rozvíjení podnikatelských kompetencí v rámci vzdělávání tlumočnicků. 31	
2.1.1 Ústav translatologie FF UK	32
2.1.2 Univerzita Palackého v Olomouci	34
2.1.3 Shrnutí: Rozvoj podnikatelských kompetencí v rámci tlumočnických oborů	35
2.1.4 Sebevzdělávání tlumočnicků v oblasti podnikatelských kompetencí.....	36
2.2 Výzkum v oblasti rozvíjení podnikatelských kompetencí při přípravě budoucích tlumočnicků	37
2.2.1 Studie popisující současný stav ve vzdělávání tlumočnicků	37
2.2.2 Navrhované strategie a pilotní projekty	43
3 Empirická část.....	50
3.1 Cíle výzkumu a výzkumné otázky.....	50
3.2 Metoda výzkumu	51
3.2.1 Tvorba dotazníku	52
3.2.2 Pilotní studie	56
3.2.3 Sběr dat a respondenti	57
3.3 Analýza získaných dat	58

3.3.1 Demografické údaje o respondentech	59
3.3.2 Postoj k podnikatelským kompetencím	64
3.3.3 Hodnocení způsobů výuky podnikatelských kompetencí	80
3.3.4 Otázky určené studentům a absolventům tlumočnických oborů	83
3.3.5 Závěrečné poznámky k výzkumu a podobě dotazníku	88
3.4 Shrnutí odpovědí na výzkumné otázky a diskuze	90
3.5 Limitace výzkumu	93
Závěr.....	96
Bibliografie.....	99
Primární zdroje	99
Sekundární zdroje	103
Seznam obrázků	108
Seznam grafů.....	109
Seznam tabulek	110
Seznam zkratk	110
Přílohy	111

Úvod

Tato diplomová práce se věnuje tématu rozvíjení podnikatelských kompetencí při přípravě budoucích tlumočnicků. Při výběru tématu jsme se inspirovali odbornými články a studii ze zahraničí, které se zaměřují právě na problematiku výuky podnikatelských kompetencí v rámci tlumočnických oborů. V českém odborném diskurzu tomuto tématu dosud nebyla věnována větší pozornost, naším cílem tak bylo poskytnout teoretický základ, popsat současnou situaci v rámci tlumočnických oborů v České republice a zmapovat postoj českých tlumočnicků a studentů tlumočení k podnikatelským kompetencím.

V teoretické části nejdříve definujeme základní pojmy včetně podnikatelských kompetencí a zabýváme se otázkou, zda studenti tlumočení podnikatelské kompetence potřebují. Vycházíme při tom zejména z dokumentů a iniciativ Evropské unie zaměřených na podporu podnikatelských kompetencí napříč evropskou společností a vybraných kompetenčních modelů tlumočnicka. Dále rozebíráme předmětnou problematiku z pohledu praxe – popisujeme, jaké je uplatnění studentů tlumočení na pracovním trhu a jaké požadavky klade na tlumočnicka současný trh tlumočnických služeb.

Většina tlumočnicků v České republice působí na volné noze, nejčastěji na základě živnostenského listu jako OSVČ, z čehož vyplývá, že podnikatelské kompetence tvoří důležitou součást jejich profesní výbavy. Tlumočníci, kteří se rozhodnou pro práci na volné noze, se musí vypořádat s požadavky současného trhu s tlumočnickými službami, jež v posledních letech prochází zásadní transformací. Prudký technologický vývoj (zejména v oblasti AI a strojového tlumočení), rozmach videokonferenčních platforem v souvislosti s pandemií covid-19 či stále silnější pozice angličtiny v mezikulturní komunikaci kladou na profesionální tlumočnický nové požadavky a staví je před další výzvou, k jejichž zvládnutí budou z našeho pohledu nezbytné mimo jiné právě podnikatelské kompetence.

Výše popsaný kontext slouží jako východisko pro další část diplomové práce, v níž se zaměřujeme na to, jakým způsobem jsou v současné době rozvíjeny podnikatelské kompetence v rámci vzdělávání tlumočnicků v České republice, zejména na dvou českých univerzitách nabízejících obor tlumočnictví – Univerzitě Karlově v Praze a Univerzitě Palackého v Olomouci.

Poslední kapitola teoretické části je věnovaná analýze dosavadního výzkumu v oblasti rozvíjení podnikatelských kompetencí ve výuce tlumočení (velký zájem o toto téma lze pozorovat především mezi španělskými badateli). Rozebíráme v ní odborné články a studie, které

analyzují stávající situaci ve výuce tlumočení a vnímání podnikatelských kompetencí studenty a učiteli tlumočení či profesionálními tlumočníky a také přichází s konkrétními návrhy a strategiemi pro rozvíjení podnikatelských kompetencí ve výuce tlumočení, případně je testují v rámci pilotních projektů. V této kapitole hodnotíme přínos a případné nedostatky konkrétních návrhů a ukazujeme odlišné přístupy různých autorů.

Empirickou část této práce tvoří vlastní výzkum zaměřený na podnikatelské kompetence tlumočnicků, v rámci něhož jsme se snažili zjistit, které podnikatelské kompetence jsou z pohledu tlumočnicků důležité pro výkon jejich profese a jakým způsobem si konkrétní kompetence osvojují. Výzkum probíhal formou elektronického dotazníkového šetření mezi českými profesionálními tlumočníky a studenty tlumočení. Jako cíl výzkumu jsme si stanovili zodpovězení těchto výzkumných otázek:

1. Jak hodnotí tlumočníci důležitost podnikatelských kompetencí v porovnání s dalšími kompetencemi tlumočnicka?
2. Jakým způsobem si tlumočníci nejčastěji osvojují podnikatelské kompetence – v rámci studia oboru tlumočnictví, zkušeností v praxi nebo v rámci cíleného samostudia?
3. Přípravuje studium tlumočnictví tlumočníky (z jejich pohledu) dostatečně na výkon soukromého podnikání?
4. Které podnikatelské kompetence jsou z pohledu tlumočnicků důležité pro výkon jejich profese?
5. V jakých podnikatelských kompetencích by se chtěli tlumočníci dále zlepšovat či vzdělávat?
6. Které kompetence by podle studentů a absolventů oboru tlumočnictví měly být více rozvíjeny v rámci výuky?

Závěrečná část diplomové práce obsahuje analýzu získaných dat a diskuzi nad závěry a případnými limitacemi výzkumu. Zodpovídáme v ní výzkumné otázky a na základě identifikace vzdělávacích potřeb studentů tlumočení v oblasti rozvíjení podnikatelských kompetencí formulujeme doporučení do praxe a pro případný navazující výzkum.

1 Potřebují studenti tlumočení podnikatelské kompetence?

Cílem této kapitoly je zodpovědět základní otázku: Potřebují studenti tlumočení podnikatelské kompetence? Odpověď se zdá být nasnadě. Například Konrad Klimkowski hned v úvodu své stati *Entrepreneurial training in translator and interpreter education* píše: „*Současný jazykový odborník musí být připraven hrát různé role – takové, které chce sám nabízet a které poptává trh. Dovednost efektivního vyjednávání mezi těmito dvěma perspektivami se obecně nazývá podnikatelské kompetence.*“ (2015, s. 68).¹ Abychom však mohli tuto odpověď podložit fakty, je třeba si nejdříve vymežit, co chápeme pod pojmem „podnikatelské kompetence“ a jakou roli hrají v rámci kompetenčního modelu tlumočnicka. V druhé části této kapitoly se pak na otázku podíváme z pohledu praxe – jaké je uplatnění studentů tlumočení na pracovním trhu a jaké požadavky klade na tlumočnicka současný trh s tlumočnickými službami.

1.1 Podnikatelské kompetence

Předně je nutné vymežit si základní pojmy. V českém kontextu se kromě „kompetencí“ setkáme v oblasti pedagogiky a andragogiky také s termíny „dovednost“, „schopnost“, „znalost“ či „vědomost“, které jsou kvůli nejasné definici často používány nekonzistentně nebo se zaměňují. Vymezení těchto pojmů v českých odborných slovnících se věnuje například Eva Tumová ve své diplomové práci (2023, s. 18–20). Sama dochází k závěru, že „*ačkoli jsou výše uvedené pojmy důležité v mnoha oborech (pedagogika, andragogika, psychologie), neexistuje shoda na jejich přesné definici*“ (ibid., s. 20). Vzhledem k tomu, že v této práci se do značné míry opíráme o dokumenty a rámce Evropské unie, budeme používat tyto termíny v souladu s definicí koncepčního modelu EntreComp (Bacigalupo et al., 2016), která zároveň vychází z Doporučení Evropského parlamentu a Rady o zavedení Evropského rámce kvalifikací pro celoživotní vzdělávání (2008). V české Národní přiřazovací zprávě (2011) k tomuto doporučení se uvádí následující definice v češtině:

- **dovednost** (*skill*) – schopnost uplatnit získané znalosti a použít je při plnění úkolů a řešení problémů;
- **kompetence** (*competence*) – prokazatelná schopnost používat znalosti, dovednosti a osobní, sociální nebo metodické schopnosti při práci a studiu a v profesním nebo osobním rozvoji;

¹ Překlad vlastní, Anna Pěkná, diplomantka, zde i dále, pokud není uvedeno jinak.

- **znalost** (*knowledge*) – výsledek osvojování informací prostřednictvím učení. Znalosti jsou souborem faktů, zásad, teorií a praktických postupů, které souvisí s oborem studia nebo práce;
- **výsledky učení** (*learning outcomes*) – vyjádření toho, co jedinec zná, čemu rozumí a co je schopen vykonávat po ukončení vzdělávacího procesu. Výsledky učení se uvádějí ve třech kategoriích – znalosti, dovednosti a kompetence.

Podobně nejednotnou definici má i pojem *entrepreneurship*, v této práci zpravidla překládaný jako „podnikatelské kompetence“, nikoliv „podnikavost“, která má v češtině odlišné konotace (s výjimkou citací jiných publikací²). V odborné literatuře najdeme velké množství definicí, z nichž každá zdůrazňuje jiné aspekty – například ekonomickou stránku, význam navazování kontaktů a budování sítí, inovativnost, vůdčí schopnosti a další (Kickul a Lyons, 2020, s. 13–14). Kickul a Lyons ve své publikaci nabízí definici, respektive popis, který podle nich spojuje klíčové aspekty společné většině definicí „podnikatelských kompetencí“:

„Podnikatelé aktivně vyhledávají příležitosti k inovacím, aby svým zákazníkům mohli nabídnout přidanou hodnotu. Sledují strategii růstu, aby rozšířili tržní dosah a zisky svého podniku. Strategicky řídí své podniky a dovedně budují sítě mezi investory, dodavateli a zákazníky, aby dosáhli svých podnikatelských cílů. Ačkoliv nemusí nutně aktivně vyhledávat rizika, musí je nutně zvládat řídit. Schopnost řídit rizika jim umožňuje zvládat větší míru rizika oproti ostatním lidem v byznysu a širší veřejnosti.“ (2020, s. 14)

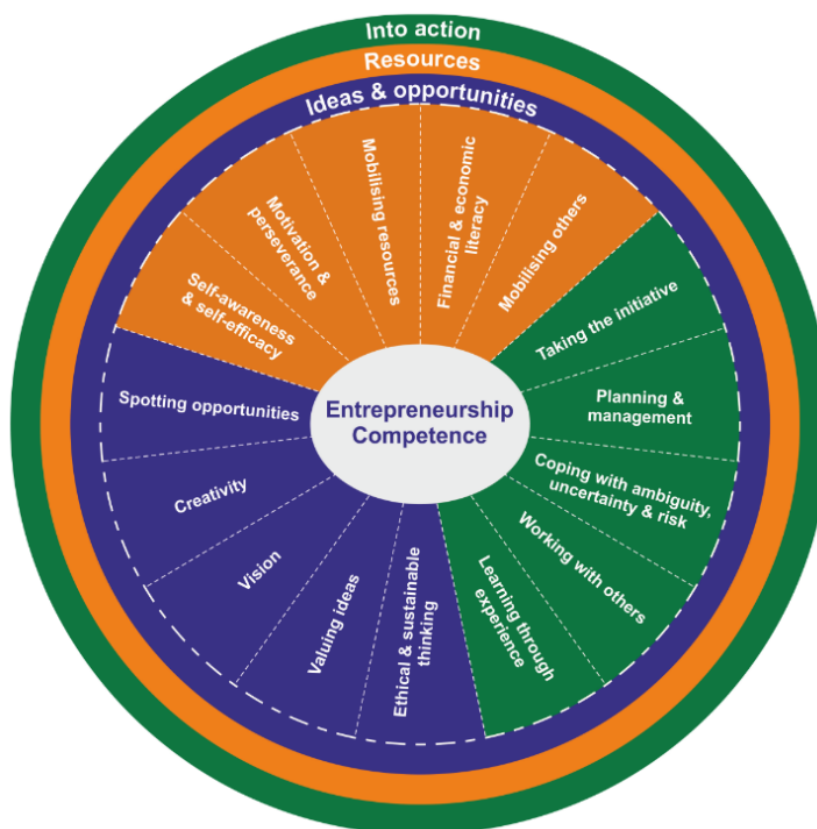
Podnikatelské kompetence tedy představují poměrně široký pojem, který sám o sobě nemá zcela jasné vymezení. Různé zdroje nabízí odlišné pohledy na to, co všechno lze do této kategorie řadit. Pro účely této práce budeme proto vycházet z jednoho konkrétního rámce, nazvaného EntreComp (Bacigalupo et al., 2016), který vytvořilo Společné výzkumné středisko (*Joint Research Centre*) Evropské komise z pověření Generálního ředitelství pro zaměstnanost, sociální věci a sociální začleňování. Důvodem je také to, že většina studií a výzkumů na téma rozvíjení podnikatelských kompetencí u studentů tlumočení, kterým se budeme věnovat v dalších kapitolách, se opírá právě o tento rámec. EntreComp (*The Entrepreneurship Competence Framework*) byl vypracován v návaznosti na přijaté Doporučení Evropského parlamentu a Rady ze dne 18. prosince 2006 o klíčových schopnostech pro celoživotní učení (2006/962/ES), které stanovuje 8 klíčových kompetencí pro celoživotní učení, z nichž jednou

² V případě citování z publikací s oficiálním českým překladem používáme pojem, s nímž daný překlad pracuje.

je „smysl pro iniciativu a podnikavost“³. Rámec EntreComp navrhuje společnou definici „podnikavosti“ jako kompetence, která by měla být referenčním bodem pro všechny iniciativy zaměřené na podporu podnikatelských schopností evropských občanů (Bacigalupo et al., 2016, s. 5). Podle autorů lze rámec použít jako základ pro rozvoj učebních osnov a vzdělávacích aktivit podporujících podnikatelské kompetence či pro definování parametrů pro hodnocení podnikatelských kompetencí žáků a občanů.

EntreComp se skládá se ze tří vzájemně souvisejících a propojených oblastí kompetencí:

1. Nápady a příležitosti (*Ideas & Opportunities*)
2. Zdroje (*Resources*)
3. Do akce (*Into Action*)



Obrázek 1 – EntreComp (Bacigalupo et al., 2016, s. 6)

Každá z těchto oblastí dále zahrnuje 5 konkrétních kompetencí, které dohromady tvoří stavební kameny „podnikavosti“, jakožto průřezové kompetence, již lze uplatnit ve všech oblastech

³ Potřebu podporovat vzdělávání a učení v oblasti podnikání EU dlouhodobě rozvíjí v celé řadě iniciativ a strategií: iniciativa „Small Business Act“ pro Evropu z roku 2008, sdělení Komise týkající se přehodnocení vzdělávání z roku 2012, Akční plán podnikání 2020 z roku 2012 či Nová agenda dovedností pro Evropu z roku 2016.

života. Rámec dále pracuje s osmistupňovým progresivním modelem, který rozlišuje různé úrovně osvojení každé z celkem 15 kompetencí (od základní až po expertní). EntreComp zároveň navrhuje komplexní seznam 442 tzv. výsledků učení neboli toho, co by žák (v širokém slova smyslu) měl vědět, čemu by měl rozumět a co by měl být schopen udělat po dokončení učení.

Tabulka níže nabízí podrobnější popis jednotlivých kompetencí z koncepčního modelu EntreComp (ibid., s. 12–13). Na tento přehled budeme odkazovat i v dalších kapitolách této práce, pro tyto účely jsme se proto rozhodli základní popis kompetencí přeložit.

Tabulka 1 – Přehled kompetencí z modelu EntreComp

Oblasti	Kompetence	Popis
1. Nápady a příležitosti	1.1 Vyhledávání příležitostí	<ul style="list-style-type: none"> • Rozpoznat a využívat příležitosti k vytváření hodnot prostřednictvím pozorování sociálního, kulturního a ekonomického prostředí • Rozpoznat potřeby a výzvy, na které je třeba reagovat • Vytvářet nová spojení a propojovat různorodé prvky prostředí k vytvoření příležitostí pro tvorbu hodnot
	1.2 Kreativita	<ul style="list-style-type: none"> • Rozvíjet nápady a příležitosti pro vytváření hodnot, včetně lepších řešení stávajících a nových výzev • Objevovat a zkoušet inovativní přístupy • Kombinovat znalosti a zdroje k dosažení výsledků vytvářejících hodnoty
	1.3 Vize	<ul style="list-style-type: none"> • Vizualizovat si budoucnost • Rozvíjet vizi, jak proměnit myšlenky v činy • Vizualizovat si budoucí scénáře za účelem lepšího nasměrování úsilí a činností
	1.4 Hodnocení nápadů	<ul style="list-style-type: none"> • Posoudit přínos nápadu ze sociálního, kulturního a ekonomického hlediska • Rozpoznat potenciál nápadu z hlediska vytváření hodnot a najít vhodné způsoby, jak z něj vytěžit maximum
	1.2 Etické a udržitelné myšlení	<ul style="list-style-type: none"> • Posoudit důsledky nápadů pro vytváření hodnot a vliv podnikatelské činnosti na cílovou komunitu, trh, společnost a životní prostředí • Posoudit, nakolik jsou dlouhodobé sociální, kulturní a ekonomické cíle a zvolený způsob jejich naplnění udržitelné • Jednat odpovědně
2. Zdroje	2.1 Vědomí vlastních kvalit a schopností	<ul style="list-style-type: none"> • Uvažovat o svých potřebách, ambicích a přáních v krátkodobém, střednědobém a dlouhodobém horizontu • Identifikovat a zhodnotit své individuální a skupinové silné a slabé stránky • Věřit ve svou schopnost ovlivnit běh událostí navzdory nejistotě, neúspěchům a občasným selháním
	2.2 Motivace a vytrvalost	<ul style="list-style-type: none"> • Mít odhodlání proměnit své nápady v činy a naplnit svou potřebu dosáhnout úspěchu • Mít trpělivost a neustále se snažit dosáhnout svých dlouhodobých individuálních nebo skupinových cílů • Nepoddávat se tlaku, nepřízni osudu a občasným neúspěchům

	2.3 Mobilizace zdrojů	<ul style="list-style-type: none"> • Získávat a spravovat materiální, nemateriální a digitální zdroje potřebné k realizaci nápadů • Vytěžit co nejvíce z omezených zdrojů • Získávat a využívat kompetence potřebné v různých fázích, včetně technických, právních, daňových a digitálních kompetencí
	2.4 Finanční a ekonomická gramotnost	<ul style="list-style-type: none"> • Odhadnout náklady na realizaci nápadu pro vytváření hodnot • Plánovat, realizovat a vyhodnocovat finanční rozhodnutí v čase • Řídit financování tak, aby činnost vytvářející hodnoty mohla dlouhodobě fungovat
	2.5 Mobilizace druhých	<ul style="list-style-type: none"> • Inspirovat a nadchnout relevantní subjekty • Získat podporu potřebnou k dosažení výsledků vytvářejících hodnoty • Ovládat efektivní komunikaci, přesvědčování, vyjednávání a vedení
3. Do akce	3.1 Převzetí iniciativy	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciovat procesy vytvářející hodnoty • Přijímat výzvy • Jednat a pracovat samostatně za účelem dosažení cílů, naplnění záměrů a plnění vytyčených úkolů
	3.2 Plánování a management	<ul style="list-style-type: none"> • Stanovovat si dlouhodobé, střednědobé a krátkodobé cíle • Definovat si priority a akční plány • Přizpůsobit se nepředvídaným změnám
	3.3 Zvládání nejednoznačnosti, rizik a nejistot	<ul style="list-style-type: none"> • Učinit rozhodnutí, i když je výsledek tohoto rozhodnutí nejistý, dostupné informace jsou neúplné nebo nejednoznačné nebo existuje riziko nezamýšlených důsledků • Zahrnout do procesu tvorby hodnot strukturované způsoby testování nápadů a prototypů již v raných fázích za účelem snížení rizika neúspěchu • Rychle a flexibilně zvládat rychle se měnící situace
	3.4 Spolupráce s ostatními	<ul style="list-style-type: none"> • Spolupracovat s ostatními na rozvoji nápadů a jejich realizaci • Navazovat nové kontakty • Řešit konflikty a v případě potřeby se pozitivně postavit konkurenci
	3.5 Učení se skrze zkušenost	<ul style="list-style-type: none"> • Vnímat jakoukoliv iniciativu pro vytváření hodnot jako příležitost k učení • Učit se od ostatních, včetně kolegů a mentorů • Uvažovat o úspěších i neúspěších (vlastních i cizích) a učit se z nich

Koncepční model EntreComp vymezuje a popisuje skupiny kompetencí poměrně široce a obecně, tak aby je bylo možné vztáhnout na různorodé oblasti a činnosti. Pro tlumočnickou praxi proto budou některé více a jiné méně relevantní. Abychom se mohli zaměřit na kompetence, které jsou relevantní specificky pro studenty tlumočení, musíme se nejdříve podívat blíže na kompetenční model tlumočnicka.

1.2 Kompetenční model tlumočnicka

Vzdělávání tlumočnicků, stejně jako v případě jakékoliv jiné profese, vychází z určitého kompetenčního modelu – souboru schopností a znalostí, které student potřebuje pro výkon své budoucí profese. Odborná literatura nabízí různé koncepte tlumočnických (potažmo překladatelských⁴) kompetencí, jež se v některých detailech liší (například v hodnocení důležitosti a v definici jednotlivých kompetencí), ale v zásadě dávají dohromady obdobný přehled toho, co by měl budoucí tlumočnick umět a znát. Konrad Klimkowski ve svém článku *Entrepreneurial training in translator and interpreter education* zmiňuje dvě nejrozšířenější koncepte tlumočnických kompetencí (2015, s. 68–71). Autorem jedné z nich je výzkumná skupina PACTE (*Process in the Acquisition of Translation Competence and Evaluation*), která vznikla v roce 1997 na Autonomní univerzitě v Barceloně. Druhou koncepcí vytvořila skupina odborníků v rámci studijního plánu *European Master's in Translation* (EMT). Obě koncepte se zaměřují primárně na kompetenční model překladatele, pro naše účely je lze nicméně vztáhnout i na tlumočnický (zajímá nás především zahrnutí podnikatelských kompetencí do kompetenčního modelu jazykového odborníka).

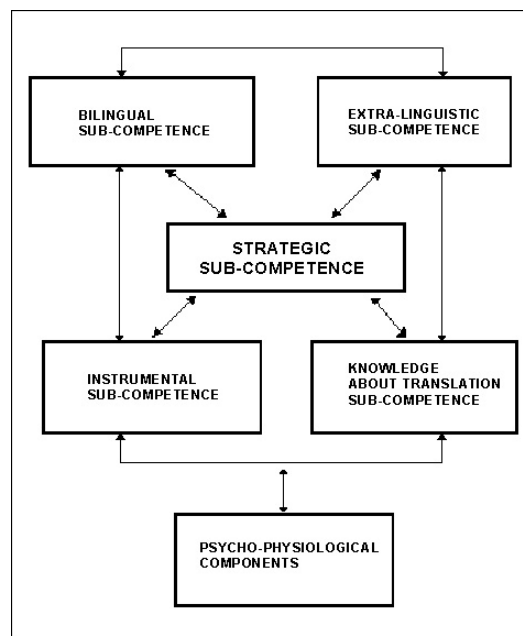
1.2.1 Model skupiny PACTE

Výzkumná skupina PACTE se dlouhodobě věnuje empirickému výzkumu v oblasti překladatelských kompetencí a jejich osvojování. PACTE vytvořila v roce 1998 první holistický model překladatelských kompetencí, který následně upravila na základě zjištění z vlastního výzkumu. Model zobrazuje překladatelskou kompetenci jako soubor šesti dílčích kompetencí (Beeby et al., 2003, s. 58–59):

- **bilingvní dílčí kompetence** (převážně procedurální znalosti nutné pro komunikaci ve dvou jazycích),
- **extralingvistická dílčí kompetence** (převážně deklarativní znalosti o obou kulturách, obecné znalosti o světě apod.),
- **instrumentální dílčí kompetence** (převážně procedurální znalosti spojené s využíváním zdrojů, dokumentů, informačních a komunikačních technologií),

⁴ Odborná literatura v tomto ohledu většinou nerozlišuje mezi studenty překladatelství a tlumočnictví a používá jednotný pojem „translation competence“. Tato diplomová práce se však specificky zaměřuje na studium tlumočení, a používá proto užší termín „tlumočnické kompetence“.

- **dílčí kompetence znalostí o překladu** (převážně deklarativní znalosti, implicitní i explicitní, spojené s výkonem profese překladatele jako překladatelské strategie a techniky či orientace na překladatelském trhu),
- **psychofyziologické složky** (schopnost používat psychomotorické, kognitivní a subjektivní zdroje jako například paměť, vytrvalost, kritické myšlení, znalost vlastních schopností, motivaci, kreativitu, analýzu a syntézu apod.) a
- **strategická dílčí kompetence** (procedurální znalosti, které zajišťují efektivitu překladatelského procesu a řešení problémů, jako plánování a řízení překladatelského projektu, průběžné hodnocení procesu, rozpoznání překladatelských problémů a výběr vhodného řešení a koordinace ostatních dílčích kompetencí).



Obrázek 2 – Kompetenční model překladatele od skupiny PACTE (Beeby et al., 2003, s. 60)

Jak je vidět na výše zobrazeném modelu, centrální pozici zaujímá strategická dílčí kompetence, která koordinuje všechny ostatní dílčí kompetence a zodpovídá za řízení překladatelského procesu. Z hlediska zaměření této diplomové práce je však podstatnější dílčí kompetence znalostí o překladu, jejíž součástí jsou podle autorů i znalosti o pracovním trhu, různých typech klientů a recipientů (ibid., s. 59). Model tedy sice explicitně nezmiňuje podnikatelské kompetence, ale bere v potaz, že překladatel musí být vybaven i znalostmi, které přesahují samotný překladatelský proces (tj. převod výchozího textu do cílového jazyka) a vztahují se k výkonu překladatelské profese. Klimkowski nicméně namítá, že PACTE omezuje profesní kompetence na deklarativní znalosti, což je podle něj sporné jak z odborného, tak didaktického hlediska (2015, s. 70).

Pokud se na model PACTE podíváme z pohledu koncepčního modelu EntreComp (Bacigalupo et al., 2016), můžeme vidět průnik zejména v těchto kompetencích:

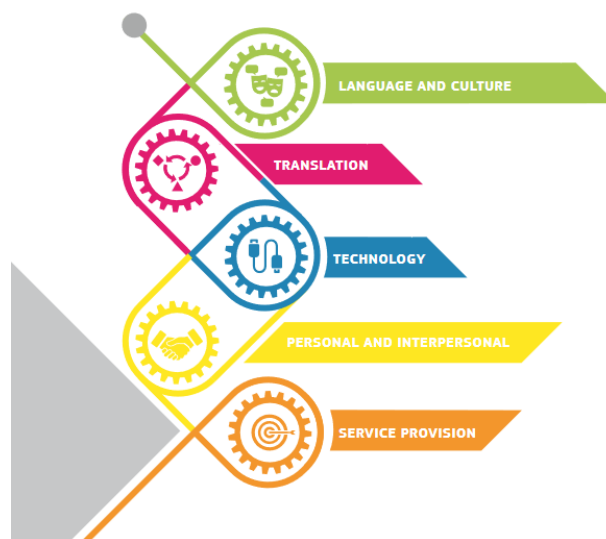
- instrumentální dílčí kompetence – mobilizace zdrojů (2.3);
- dílčí kompetence znalostí o překladu – finanční a ekonomická gramotnost (2.4), uvědomění si příležitostí (částečně, 1.1);
- psychofyziologické složky – vědomí vlastních kvalit a efektivnosti (2.1), motivace a vytrvalost (2.2), kreativita (1.2);
- strategická dílčí kompetence – plánování a řízení (3.2), zvládání dvojznačnosti, nejistoty, rizik (3.3).

Průnik je tedy nejvýraznější v oblasti Zdroje. Kompetence z oblasti Nápady a příležitosti a Do akce jsou v modelu PACTE zastoupeny méně.

1.2.2 Model skupiny EMT

Model expertní skupiny EMT klade na výše zmíněné profesní kompetence mnohem větší důraz. Jeho první verze vznikla v roce 2009 a následně byla dvakrát přepracována, naposledy v roce 2022. Nejnovější verze má sloužit jako kompetenční rámec pro EMT na období 2023–2028, jde tedy o velmi aktuální koncepci (Directorate-General for Translation, 2022). V tomto modelu EMT reflektuje poslední technologický vývoj či stále sílící roli angličtiny jako lingua franca a zároveň vyzdvihuje čistě „lidské“ dovednosti a inteligenci, které budou i nadále relevantní pro uplatnění v praxi. Model EMT si klade za cíl upevnit a posílit tzv. *employability* (tedy „zaměstnatelnost“, respektive „uplatnitelnost na trhu“) absolventů magisterského studia překladatelství v celé Evropě.⁵ V úvodu dokumentu se uvádí: „*Rámec staví na předpokladu, že vzdělávání a odborná příprava překladatelů na magisterské úrovni by měla studenty vybavit nejen pochopením příslušných procesů, ale také schopností vykonávat a poskytovat překladatelské služby v souladu s nejvyššími profesními a etickými standardy.*“ (ibid., s. 4)

⁵ Obdoba tohoto programu pro tlumočníky, *European Masters in Conference Interpreting* (EMCI), žádný podobný kompetenční model nevypracovala, pro účely této práce budeme proto vycházet z modelu EMT, který lze do velké míry vztáhnout i na tlumočníky.



Obrázek 3 – Kompetenční rámec EMT 2022 (Directorate-General for Translation, 2022, s. 4)

Model pracuje s pěti hlavními kategoriemi kompetencí:

- Jazyk a kultura
- Překlad
- Technologie
- Osobní a mezilidské kompetence
- Poskytování služeb

Z pohledu této práce jsou důležité zejména poslední dvě kategorie, které obsahují tzv. měkké dovednosti. Kategorie osobních a mezilidských kompetencí zahrnuje obecné dovednosti, které zvyšují adaptabilitu a uplatnitelnost absolventa na trhu. Konkrétně by student měl umět (ibid., s. 10):

- plánovat a organizovat svůj čas (včetně dodržování termínů);
- zvládat pracovní a kognitivní zátěž, stres a kritické profesní situace;
- pracovat samostatně i ve virtuálních, multikulturních a vícejazyčných týmech pomocí vhodných komunikačních technologií;
- odpovědně využívat sociální sítě pro profesní účely;
- zohledňovat a přizpůsobovat organizační a fyzickou ergonomii pracovního prostředí;
- průběžně provádět sebehodnocení, aktualizovat a rozvíjet své schopnosti a dovednosti prostřednictvím osobních strategií i kolaborativního učení a uvědomovat si důležitost celoživotního vzdělávání.

Poslední kategorie zahrnuje všechny dovednosti související s realizací překladů, respektive jazykových služeb v profesionálním kontextu. V tomto ohledu by měl student umět (ibid., s. 11):

- sledovat a zohledňovat nové společenské požadavky, požadavky trhu s jazykovými službami a nově vznikající pracovní profily;
- oslovovat stávající klienty a získávat nové klienty prostřednictvím vyhledávacích a marketingových strategií s využitím vhodných technik písemné a ústní komunikace;
- ujasnit si, jaké jsou požadavky, cíle a záměry klienta, odběratelů jazykových služeb a dalších zapojených subjektů, a nabídnout vhodné služby, které budou odpovídat těmto požadavkům;
- komunikovat s klientem ve všech fázích (vyjednávání o termínech, sazbách/fakturaci, pracovních podmínkách, přístupu k informacím, smlouvách, právech, povinnostech, specifikách jazykové služby, podmínkách tendru, nabízet zpětnou vazbu atd.);
- organizovat, sestavovat rozpočet a řídit překladatelské projekty zahrnující jednoho nebo více překladatelů a/nebo jiných poskytovatelů služeb;
- rozumět standardům poskytování jazykových služeb a uplatňovat je;
- uplatňovat postupy řízení a zajišťování kvality, které jsou nezbytné pro splnění předem definovaných standardů kvality, a pracovat se zpětnou vazbou a stížnostmi klientů;
- kriticky vyhodnocovat situaci a řídit se etickými zásadami (jako je důvěrnost, spravedlivá konkurence, nestrannost) definovanými v etických kodexech a příručkách správné praxe;
- navázat kontakty s dalšími překladateli a poskytovateli jazykových služeb, a to i prostřednictvím profesních sdružení, akcí a sociálních sítí, za účelem individuálního či kolektivního profesního zviditelnění;
- analyzovat a kriticky hodnotit jazykové služby a standardy a navrhnout jejich zlepšování v rámci své sociální a ekonomické odpovědnosti.

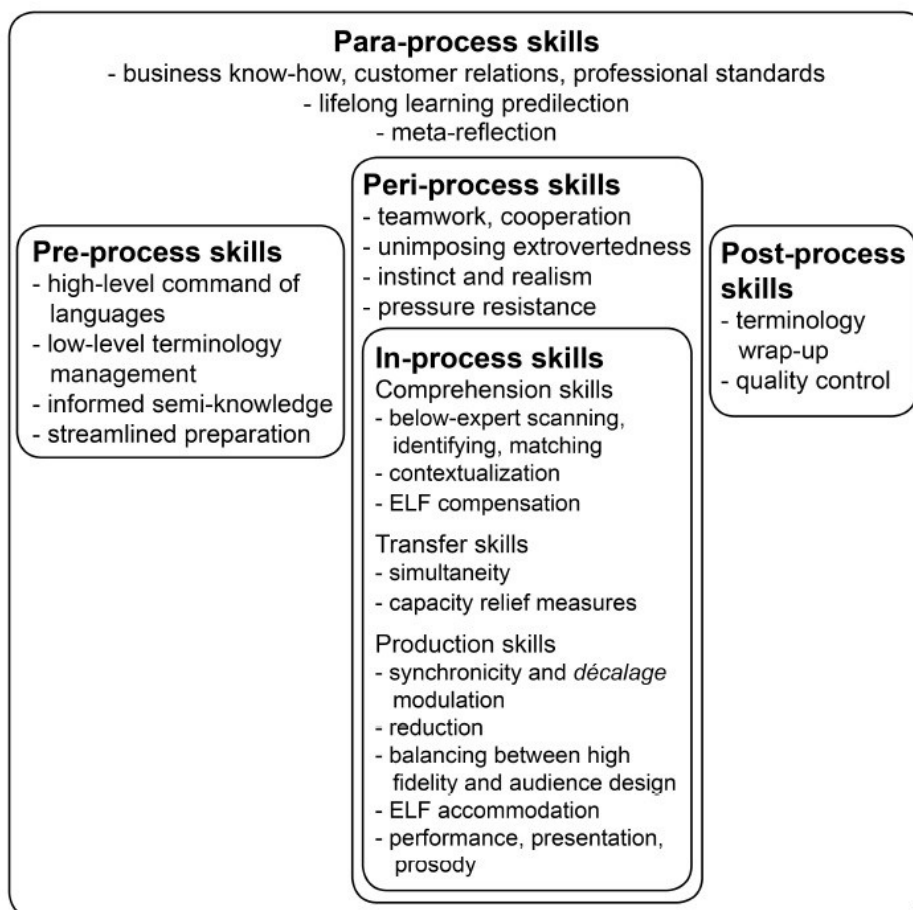
Na rozdíl od modelu skupiny PACTE se kompetenční model EMT věnuje podrobněji procedurálním znalostem, které souvisí s poskytováním jazykových služeb, a stanovuje i konkrétní požadavky na studenty. Některé z těchto požadavků se přímo týkají podnikatelských kompetencí (monitorování trhu, získávání nových klientů, navazování kontaktů s kolegy, sestavování rozpočtu apod.), i když velká část se zaměřuje spíše na kvalitu poskytovaných služeb.

Na modelu EMT je také patrný mnohem větší průnik s kompetencemi v koncepčním modelu EntreComp. Jsou v něm zastoupeny všechny oblasti kompetencí: Nápady a příležitosti, Zdroje i Do akce. Do jisté míry tak můžeme chápat model EMT jako modifikaci modelu EntreComp přizpůsobenou překladatelskému, respektive tlumočnickému kontextu (dokládá to i fakt, že se v obou případech jedná o iniciativy vycházející z unijního rámce).

1.2.3 Další modely

Různé podoby kompetenčního modelu tlumočnicka najdeme u řady teoretiků tlumočení. O tom, jaké kompetence by měl tlumočnick ovládat, píše Daniel Gile ve své knize *Basic concepts and models for interpreter and translator training* (1995/2009). Zmiňuje zde mimo jiné, že překladatel, respektive tlumočnick, by měl mít deklarativní a procedurální znalosti o překladu/tlumočení, mezi něž řadí například i znalost trhu, klientů, technické dovednosti apod. (ibid., s. 9–10) Většina teoretiků však explicitně neuvádí podnikatelské nebo profesní kompetence a zaměřuje se spíše na jazykové a všeobecné znalosti či deklarativní a procedurální znalosti o tlumočení, případně určité fyzické a psychologické schopnosti, jako je odolnost vůči stresu či dobrá paměť. Danica Seleskovitch a Marianne Lederer v posledním případě dokonce mluví o vrozených vlohách (2002, s. 291–295). Profesní etiku a schopnosti uvádí jako součást tlumočnických kompetencí například Ulrich Kautz (2000, s. 348–351). Dawrant a Setton do svého obecného kompetenčního modelu zase řadí profesionalitu (2016, s. 42–48).

Alternativu ke kompetenčním modelům zaměřeným pouze na samotný proces tlumočení či výuku tlumočení nabízí Michaela Albl-Mikasa, která na základě hloubkových rozhovorů s profesionálními tlumočnický sestavila model, jenž zahrnuje i takzvané peri-procesní a para-procesní dovednosti (2012, s. 62). Mezi peri-procesní dovednosti patří například práce v týmu, nevtíravý extrovertní přístup, profesionalita či odolnost vůči stresu a frustraci. Tomu, co v této práci nazýváme „podnikatelské kompetence“, se nejvíce přibližují para-procesní dovednosti, mezi něž Albl-Mikasa řadí například dovednosti v oblasti podnikání a vztahů se zákazníky, profesionální standardy, celoživotní vzdělávání či meta-uvažování o tlumočení a jazyku. Respondenti v jejím šetření uváděli, že právě para-procesní dovednosti, konkrétně dovednosti spojené s podnikáním, tvoří zásadní část jejich práce. (ibid., s. 85–89) Podle Albl-Mikasy zahrnují para-procesní dovednosti vše od budování a vedení vlastního (freelance) podnikání, prvního kontaktu se zákazníkem a vyjednávání pracovních podmínek, setkání se zákazníkem a komunikace během akce až po to, jak vystavit fakturu, vyjádřit poděkování a připravit si půdu pro navazující zakázku (ibid., s. 61).



Obrázek 4 – Kompetenční model tlumočnicka Michaely Albl-Mikasy (Albl-Mikasa, 2012, s. 63)

Výše uvedené modely nám poskytují teoretický základ pro určení podnikatelských kompetencí, které jsou relevantní pro studenty tlumočení. V následujících kapitolách se pokusíme tento teoretický základ konfrontovat s poznatky o tlumočnické praxi. Zaměříme se zejména na uplatnění studentů tlumočení na pracovním trhu a na požadavky současného trhu s tlumočnickými službami.

1.3 Uplatnění studentů tlumočení na pracovním trhu

Zajímá-li nás, zda by se měly v rámci studia tlumočení rozvíjet podnikatelské kompetence, je vhodné se blíže podívat na uplatnění absolventů studia tlumočení na pracovním trhu a jejich zpětné hodnocení studia. V českém kontextu byly v této oblasti provedeny v posledních letech dva rozsáhlejší průzkumy (Čeňková, 1999 a Novotná, 2013). Oba se zaměřují na uplatnění absolventů magisterských oborů překladatelství a tlumočnictví na Ústavu translologie FF UK (resp. na Katedře překladatelství a tlumočnictví FF UK a na Universitě 17. listopadu; dále jako ÚTRL). Novotná ve své diplomové práci mapuje situaci mezi absolventy z let 1967–2010 metodou jednorázového průřezového šetření (2013). Uplatnění absolventů ÚTRL z pozdějších

let zatím zmapováno nebylo, proto budeme vycházet z tohoto posledního průzkumu, i když vzhledem k dynamickému vývoji trhu s tlumočnickými službami v posledních letech mohou být jeho závěry do jisté míry neaktuální.

Novotná (2013, s. 153–158) ve svém šetření zjistila, že ve vystudovaném oboru v okamžiku, kdy odpovídali na dotazník, pracovalo 69 % respondentů (38,5 % pracujících respondentů se věnovalo tlumočení a 60,9 % překladu), z nichž tři čtvrtiny uvedly, že překlad a/nebo tlumočení (PT) je jejich hlavním zdrojem příjmů. Dále se šetření zaměřilo na sociálně-ekonomickou situaci pracujících respondentů:

„Více než polovina pracujících respondentů soukromě podniká (41 % pouze podniká, 13 % podniká a zároveň je zaměstnáno). Mezi respondenty, kteří se věnují pouze oboru PT, je podíl podnikatelů vyšší (65 % podniká, 4 % podnikají a zároveň jsou zaměstnána, 31 % je zaměstnáno, nejčastěji v zahraničních nebo mezinárodních institucích - 16 %).“ (ibid., s. 153)

Respondenti, kteří se překladu a/nebo tlumočení věnovali po více než 50 % své pracovní dráhy, nejčastěji uváděli, že po většinu své kariéry byli OSVČ (63 %). Z výzkumu tedy vyplývá, že většina absolventů pracujících v oboru PT se vydalo cestou soukromého podnikání.

Tuto tendenci potvrzuje i výzkum Michala Hermana (2019), který se ve své diplomové práci zaměřoval na uplatnění absolventů oborů *Angličtina se zaměřením na tlumočení a překlad* na Univerzitě Palackého v Olomouci, *Překladatelství anglického jazyka* na Masarykově univerzitě a *Angličtina pro překladatelskou praxi* na Ostravské univerzitě, jež ukončili studium v letech 2010–2019. Z tohoto šetření vyplynulo, že *„z celkového počtu respondentů (124) soukromě podniká nadpoloviční většina, a tedy 50,8 %. Pouze soukromému podnikání se věnuje 35,5 % respondentů, zatímco zbylých 15,3 % respondentů je zároveň zaměstnáno i jinou formou“* (ibid., s. 97). K podobným závěrům došla v rámci své diplomové práce zaměřené na sebevzdělávání tlumočnicků i Martina Lišková (2023). Výsledky jejího dotazníkového šetření, kterého se zúčastnilo 64 profesionálních tlumočnicků/tlumočnic, ukázaly, že většina tlumočnicků pracuje na volné noze (48 respondentů) nebo kombinují práci na volné noze se zaměstnáním (12 respondentů). Pouze 4 respondenti byli výhradně zaměstnanci (ibid., s. 87). Šetření Liškové zároveň potvrdilo, že většina tlumočnicků se neživí pouze tlumočením (tlumočnická činnost u většiny dotazovaných nepřesáhla 50 % celkové výše příjmů), ale často se živí zároveň překládáním či výukou jazyků, tlumočení nebo překladu (ibid., s. 85).

Z hlediska uplatnění je také zajímavé sledovat, jak probíhá přechod absolventů oboru PT na pracovní trh po ukončení studia. Šetření Novotné (2013, s. 155) ukázalo, že většina respondentů (více než 70 %) našla první zaměstnání (resp. získala první zakázku) ještě v průběhu studia nebo prakticky hned po jeho ukončení. Většina respondentů uvedla, že pracovali už během studia a po ukončení studia pro ně bylo snadné najít zaměstnání v oboru odpovídající jejich představám. Tyto výsledky ukazují, že přechod absolventů na pracovní trh byl prakticky bezproblémový, nicméně nevypovídají o tom, zda se absolventům podařilo získat stabilní přísun zakázek či výdělků odpovídající mzdě v zaměstnání.

Část šetření byla zaměřena cíleně na překladatele a tlumočníky, kteří pracují či v minulosti pracovali jako OSVČ nebo na základě autorského zákona a uvedli podíl PT v profesní dráze 10–30 % a vyšší. Zde Novotná zkoumala mimo jiné míru zprostředkované práce vs. zakázek od přímých zadavatelů (ibid., s. 111–114): Z průzkumu vyplynulo, že tlumočnické zakázky získané prostřednictvím agentur představují u 67,3 % z těchto respondentů 0–40 % práce, u 24,4 % pak tvoří více než 60 % práce. Co se týče přímých tlumočnických zakázek, nejčastějšími zadavateli jsou české soukromé firmy (uvedlo 62 % respondentů), české veřejné instituce (60 %), zahraniční soukromé firmy (42 %) a instituce EU (28 %).

Na základě těchto dat lze říct, že v praxi tlumočníci/překladatelé působící jako OSVČ z velké části shánějí tlumočnické zakázky napřímo. Můžeme tedy vyvodit, že při své práci využívají určité podnikatelské kompetence (vyhledávání zakázek, komunikace s klientem, cenotvorba apod.). Logicky se tak nabízí otázka, zda mají absolventi pocit, že během svého studia nabyli potřebné kompetence. Na tuto otázku odpovídá výzkum Novotné jen částečně – podle šetření se většina respondentů (78 %) domnívá, že studium na ÚTRL (resp. KPT či USL) jim celkově poskytlo kvalitní přípravu pro vstup do praxe (ibid., s. 157).

Dále se šetření soustředí na hodnocení výuky z pohledu zastoupení praktických a teoretických předmětů – zde většina respondentů (ukončení studia v letech 1998–2010) zastává názor, že studium preferovalo teoretické znalosti před praktickými dovednostmi (ibid., s. 157). Je ale třeba zmínit, že výukou praktických dovedností se v rámci tohoto průzkumu myslí praktické překladatelské a tlumočnické předměty, případně praktické jazykové kurzy, nikoliv tedy nutně předměty zaměřené na podnikatelské aspekty praxe. Požadavky na větší zaměření studia na praxi se nicméně objevovaly i v rámci otevřených otázek šetření, které vyzývaly k vznesení připomínek ke studiu na ÚTRL (ibid., s. 140–146): 38 odpovědí obsahovalo požadavek na začlenění více praktických předmětů do výuky. Ve 26 odpovědích (z celkem 230) se objevoval

požadavek na zařazení více předmětů zaměřených na orientaci na trhu, uplatnění a praktické otázky překladatelské a tlumočnické profese. V 17 odpovědích byla zdůrazňována důležitost praxe během studia a kontaktu s externími odborníky.

Zajímavý vhled do této otázky nabízí dotazníkové šetření Martiny Liškové (2023), v němž se profesionálních tlumočnicků dotazovala na to, o jaké sebevzdělávací kurzy by měli zájem. Z 33 respondentů, kteří uvedli, že by měli zájem o další kurzy, jež současné tlumočnické organizace nenabízí, by 4 uvítali kurzy týkající se podnikatelských aspektů profese, jako je orientace na trhu, podnikatelská zručnost, účetnictví a daně (fakturování, jak na daňové přiznání a přehledy, identifikovaná osoba) a právní otázky (smlouvy a obchodní podmínky). Zajímala je také témata, jako je získávání klientů (1 respondentka), účetnictví a daně (4 lidé), marketing a sociální sítě (3 respondenti). (ibid., s. 94) Na otázku „*V jakých oblastech se nejčastěji (do)vzděláváte*“ se oblast podnikatelských dovedností objevila na třetím místě (uvedla ji téměř polovina respondentů), hned po rozšiřování jazykových znalostí a udržování technických dovedností a učení se práci s různými elektronickými tlumočnickými nástroji a platformami (ibid., s. 105). V užší skupině absolventů tlumočnických oborů uvedlo podnikatelské dovednosti jako oblast svého sebevzdělávání 19 z 39 respondentů – 13 z nich uvedlo, že navštěvují kurzy marketingu, 10 kurzy měkkých dovedností, 10 se do vzdělává v oblasti účetnictví a financí a 8 v oblasti práva (ibid., s. 107). Autorka výzkumu uvádí, že „*výsledky by mohly být podnětem pro tlumočnické zaměřené obory a profesní organizace, aby se v osnovách či kurzech více zaměřily i na tyto dovednosti*“ (ibid., s. 107).

Z výše uvedených průzkumů tedy jasně vyplývá, že tlumočení je velmi úzce spojeno s výkonem podnikatelské činnosti (resp. prací na volné noze). Zároveň se ukazuje, že mezi tlumočníky (jak obecně, tak úžeji mezi absolventy tlumočnických oborů) existuje poptávka po (do)vzdělávání v oblasti podnikatelských dovedností, která není vždy zcela pokryta nabídkou jak ze strany tlumočnických vzdělávacích oborů, tak profesních organizací nabízejících sebevzdělávací kurzy. Tato poptávka však nebyla doposud detailněji popsána v žádném průzkumu (nebo alespoň se nám nepodařilo takový průzkum dohledat). Výše uvedená šetření pracují buď jen s obecným pojmem „podnikatelské dovednosti“, nebo s velmi širokými pojmy jako „marketing“ či „finance“. Z našeho pohledu by tedy bylo přínosné zjistit, jaké konkrétní podnikatelské dovednosti tlumočníci ve své praxi využívají a jakým způsobem si je osvojují.

1.4 Požadavky současného trhu s tlumočnickými službami

Tlumočníci, kteří se rozhodnou pro práci na volné noze, se musí vypořádat s požadavky současného trhu s tlumočnickými službami, jež v posledních letech prochází zásadní transformací. Prudký technologický vývoj (zejména v oblasti AI a strojového tlumočení), rozmach videokonferenčních platforem v souvislosti s pandemií covid-19 či stále silnější pozice angličtiny v mezikulturní komunikaci vytváří poměrně dynamické tržní prostředí, jehož vývoj je těžké předvídat. V této kapitole stručně popíšeme hlavní specifika současného trhu s tlumočením (se zaměřením na český kontext) a pokusíme se nastínit některé trendy v tomto odvětví. Je třeba uvést, že není k dispozici žádný oficiální ucelený přehled či statistika o vývoji českého trhu s tlumočnickými službami. O českém trhu s překlady a tlumočením psala například ve své diplomové práci Eva Novotná (2013), nicméně od té doby se trh značně proměnil a chybí tak aktuálnější zpracování tohoto tématu. Následující shrnutí proto vychází spíše z reflexe praktikujících tlumočnicků a vyjádření tlumočnických profesních sdružení.

V České republice nepodléhá výkon tlumočnické činnosti z právního hlediska žádným kvalifikačním požadavkům (s výjimkou povolání soudního tlumočnicka, které se řídí zákonem č. 354/2019 Sb., o soudních tlumočnicích a soudních překladatelích ve znění zákona č. 166/2020 Sb.). Tlumočnick může být v trvalém pracovním poměru, nicméně většina tlumočnicků v ČR působí na volné noze, nejčastěji na základě živnostenského listu jako OSVČ podle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. Ten definuje v § 2 živnost jako *„soustavnou činnost provozovanou samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“* Tlumočnická činnost patří mezi volné živnosti, to znamená, že zákon nevyžaduje pro její provozování prokázání odborné ani jiné způsobilosti a stačí splnění všeobecných podmínek stanovených v § 6 živnostenského zákona.

Vzhledem k tomu, že tlumočnické služby může poskytovat v podstatě kdokoliv bez ohledu na vzdělání v oboru či kvalifikaci, kvalita tlumočení na českém trhu je velmi různorodá, což má vliv i na společenský status tohoto povolání. Pro profesionální tlumočnický se vzděláním a erudicí v oboru je pak těžší obhájit si odpovídající odměnu za své služby a klienti zase nemají žádnou oficiální „záruku kvality“ při objednávání tlumočnických služeb. Česká tlumočnická obec proto například prostřednictvím České rady pro překlad a tlumočení v minulosti usilovala o to, aby byl výkon tlumočnické činnosti podmíněn složením kvalifikačních zkoušek, tyto snahy byly však neúspěšné (Nováková, 2013, s. 53). V současné době se o kultivaci tržního

prostředí snaží profesní sdružení tlumočnicků (JTP, ASKOT, KST ČR a další) prostřednictvím informování veřejnosti či prosazováním etického kodexu tlumočnicka, ale i samotní tlumočníci prostřednictvím soukromých blogů a sociálních sítí (např. Libor Nenutil, Barbora K. Tite nebo Yulia Skadchenko).

K dispozici je jen omezené množství spolehlivých a aktuálních dat o českém trhu s jazykovými, respektive tlumočnickými službami. Částečně lze vycházet z každoročního výzkumu ELIS (*European Language Industry Survey*), který se zaměřuje na trendy na trhu s jazykovými službami a na očekávání a obavy široké škály subjektů působících v sektoru jazykových služeb. Česká republika se do průzkumu opakovaně zapojila, do jisté míry tak lze sledované trendy vztáhnout i na český kontext. Závěrečná zpráva o výsledcích výzkumu z roku 2024 popisuje současný trh s jazykovými službami jako „trh s nejistou budoucností, který zadržuje dech“ (ELIS 2024, s. 4). Z údajů vyplývá, že poprvé v historii průzkumu ELIS (pozn. od roku 2013) uvádí většina společností poskytujících jazykové služby i nezávislých profesionálů pokles úrovně aktivity i cen na trhu. Mírná většina si nicméně stále myslí, že trh v roce 2024 poroste. Zpráva zároveň upozorňuje, že situace se výrazně liší mezi jednotlivými zeměmi a segmenty trhu (ibid.).

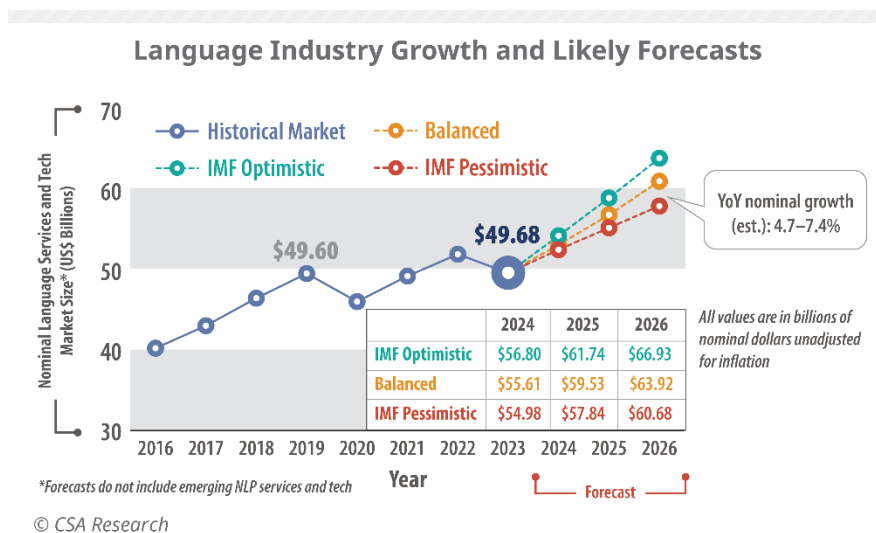
Průzkum ELIS věnuje zvláštní pozornost umělé inteligenci, jakožto dominujícímu trendu v sektoru jazykových služeb. Několik desítek odborníků podle průzkumu sice očekává (nebo doufá), že nedostatky v umělé inteligenci znovu vzbudí zájem o kvalitní lidský překlad, avšak mnozí respondenti vyjádřili obavy, že všeobecné přijetí umělé inteligence širokou veřejností legitimizuje používání strojového překladu, což urychlí současný trend nahrazování lépe placených lidských překladů nedostatečně odměňovanými post-editorskými službami (ibid.). Tato obava se přitom netýká jen překladatelů, což dokládá například nový český návrh zákona o vstupu a pobytu cizinců z dubna 2024, který počítá s nahrazením tlumočnicků nespécifikovaným strojovým překladačem. Proti návrhu Ministerstva vnitra se jednoznačně vymezil odborový svaz JTP, české profesní organizace překladatelů a tlumočnicků a akademická obec (*Neakceptovatelný návrh Ministerstva vnitra ČR na strojové tlumočení v cizineckých řízeních*, JTP, 2024) i Mezinárodní federace překladatelů (Jirková, 2024). Návrh zákona nicméně schválila vláda a byl předložen v Poslanecké sněmovně (aktuální k 8. 10. 2024). Do budoucna lze předpokládat, že se budeme častěji setkávat s podobnými snahami o implementaci strojového tlumočení z důvodu nižších nákladů (bez ohledu na skutečnou kvalitu takového tlumočení). Využití podobných technologií má však zatím značné limitace, jak vyjádřily ve společném dopise v reakci na výše zmíněný návrh zákona i tlumočnické

a překladatelské organizace: „Zda je technické zařízení schopno spolehlivě tlumočit promluvu cizince nemůže objektivně vyhodnotit ani cizinec ani úřední osoba, která často daný jazyk neovládá. Použití technického zařízení se jeví jako velmi problematické i z hlediska zajištění splnění podmínky mlčenlivosti, a to v plném rozsahu údajů.“ (JTP, 2023) Z pohledu profesionálních tlumočnicků tak bude zcela zásadní dokázat klientům vysvětlit limity strojového tlumočení a zároveň výhody a přidanou hodnotu lidského tlumočení. Současnému stavu nových technologií v tlumočení se podrobněji věnoval ve své diplomové práci s názvem *Nové technologie v tlumočení a budoucí vývoj tlumočnické profese* Jan Kasík (2023) a částečně také Hedvika Stoklasová v diplomové práci nazvané *Profesionální tlumočnické ve 21. století: nové technologie a sociální síť* (2017), která zároveň zjišťovala, jakým způsobem využívají tlumočníci sociální síť pro marketingové účely.

Na tlumočnický trh měl v posledních letech vliv nejen rozmach AI, ale i vývoj globální ekonomiky, geopolitická situace či pandemie covidu-19. V důsledku koronavirové pandemie došlo k velkému rozšíření videokonferenčních platforem, a tedy i tlumočení na dálku (RSI), jejichž popularita do jisté míry přetrvávala i po skončení pandemie. Na akci Jeronýmovy dny 2023 proběhla ve spolupráci s ASKOT panelová diskuze na téma *Jak se po covidu změnilo tlumočení*, v rámci níž byly reflektovány nové výzvy, ale i příležitosti pro tlumočníky v souvislosti s rozšířením RSI. Mezi nové požadavky lze řadit například důležitější roli tlumočnicka při organizaci hybridní akce, zejména co se týče logistického a technického zajištění, potřebu vyhrazených prostorů pro online tlumočení (například oddělená kancelář či vlastní tlumočnické studio) a investice do vybavení (sluchátka, externí mikrofon, kvalitní připojení k internetu apod.). Tlumočení na dálku však zároveň umožnilo českým tlumočnickům soutěžit o zakázky v zahraničí bez nutnosti promítat do cenové nabídky náklady spojené s cestováním a proniknout i na zahraniční trhy. S rozvojem RSI je stále důležitější, aby tlumočnické striktně vyžadoval technické a logistické zajištění, které umožní odvést práci v adekvátní kvalitě. (Badalec, 2023)

Dlouhodobým trendem na poli jazykových služeb je rozšiřování angličtiny jako obecně užívaného jazyka v mezikulturní komunikaci (angličtina jako lingua franca). Stále více konferencí a jednání probíhá v dnešní době v jednom jazykovém módu a předpokládá se, že všichni účastníci mají dostatečnou znalost anglického jazyka. Podle výzkumu Eurobarometru z roku 2023 může vést konverzaci v angličtině (jako svém cizím nebo druhém jazyce) až 47 % obyvatel EU, ve věkové kategorii 15–24 let je to dokonce 70 % (*Europeans and their languages*, 2024). Schopnost vést konverzaci v cizím jazyce však ještě neznamená schopnost

porozumět odbornému příspěvku nebo přednášet v tomto jazyce. Rozšiřování angličtiny tedy nemusí nutně vést k poklesu poptávky po tlumočnických službách. V globalizovaném tržním prostředí se firmy snaží proniknout na zahraniční trhy a při tom se často neobejdou bez jazykových služeb. Společnost CSA Research od roku 2010 každoročně zveřejňuje údaje o globálním trhu jazykových služeb. Podle tohoto průzkumu trh s jazykovými službami mezi roky 2020 až 2022 rostl. V roce 2023 došlo k poklesu přibližně o 4 % v důsledku řady faktorů, včetně inflace, obav z recese a nejistoty ohledně umělé inteligence, nicméně v následujících letech se předpokládá obnovení růstu. (Lommel, 2024) Z těchto údajů nelze vyvozovat konkrétní závěry ohledně poptávky po tlumočnických službách, domníváme se však, že pokud silící vliv angličtiny v některých oblastech vede ke snížení poptávky po tlumočení a překladu, je tento vliv v celkovém měřítku vyvažován rostoucí poptávkou v souvislosti se vzestupem mezinárodního obchodu a obecně rostoucím objemem jazykového obsahu.



Obrázek 5 – Data o velikosti trhu s jazykovými službami od CSA Research (Lommel, 2024)

Z dostupných dat o trhu s jazykovými, respektive tlumočnickými službami, je zřejmé, že tento segment ekonomiky prochází poměrně turbulentním obdobím a je postižen velkou mírou nejistoty. Rychlý technologický pokrok v oblasti AI, strojového překladu a tlumočení vzbuzuje obavy ohledně toho, zda bude v budoucnu stále existovat poptávka po lidském překladu a tlumočení. Nutno podotknout, že podobné obavy v současné době panují v mnohých dalších odvětvích. Nestabilní tržní prostředí tak klade na profesionální tlumočníky nové požadavky a staví je před další výzvy, k jejichž zvládnutí budou nezbytné mimo jiné právě podnikatelské kompetence. Tlumočnický musí sledovat a reagovat na aktuální trendy v oboru a technologický vývoj (využití nástrojů AI, RSI apod.), vyhledávat nové tržní příležitosti a přizpůsobovat své služby poptávce, vysvětlovat srozumitelným způsobem klientům přidanou hodnotu lidského

tlumočení (tj. odůvodnit vyšší náklady ve srovnání s technickým řešením) a v neposlední řadě se musí prosadit ve vysoce konkurenčním prostředí, zejména s ohledem na absenci kvalifikačních požadavků na tlumočníky v českém kontextu (tj. ovládat základní marketingové strategie). Vzhledem k vysokým a komplexním nárokům na současné tlumočníky je žádoucí, aby si potřebné kompetence začali osvojovat už během studia. V následujících kapitolách se proto budeme věnovat hlavnímu tématu této práce – rozvíjení podnikatelských kompetencí při přípravě budoucích tlumočnicků.

2 Jak vyučovat podnikatelské kompetence?

V souvislosti se zapojením podnikatelských kompetencí do výuky tlumočení se nabízí otázka, jaký pedagogický přístup či metodu k tomu použít. Lze vůbec podnikatelské kompetence naučit? Touto otázkou se ve své stati *Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught?* zabývá i Colette Henry et al.: „Ačkoliv se v literatuře hodně diskutuje o tom, zda lze podnikatelské kompetence vyučovat, většina odborníků se domnívá, že alespoň některé z nich lze rozvíjet a prohlubovat prostřednictvím vzdělávání a odborné přípravy.“ (2005b, s. 165) Stat' poukazuje na velkou rozmanitost a nejednotnost v kurikulech programů a kurzů zaměřených na podnikatelské kompetence či podnikání a také v metodách výuky, které mohou zahrnovat vše od přednášek, prezentací, informačních materiálů, videí až po výuku založenou na případových studiích, skupinovou diskusi a hraní rolí (*role play*). (2005a, s. 105) Vzdělávací potřeby se navíc mohou lišit v různých oblastech a také fázích podnikání.

O rozmanitosti přístupů k výuce podnikatelských kompetencí svědčí i velké množství odborných publikací na toto téma a také studií věnujících se hodnocení efektivnosti konkrétních metod výuky. Z aktuálnějších komplexních publikací na toto téma můžeme zmínit například *Entrepreneurship Education: New Perspectives on Entrepreneurship Education* (Jones et al., 2017), *Progress in Entrepreneurship Education and Training: New Methods, Tools, and Lessons Learned from Practice* (Block et al., 2023) nebo *Entrepreneurship education: opportunities, challenges and future directions* (Abereijo, 2018). Prostředí střední a východní Evropy včetně České republiky se věnuje například publikace *Entrepreneurship education and pedagogy in central and eastern european countries: critical and pragmatic perspectives* (Żyminkowska a Ożańska-Ponikwia, 2024). Rozsah a užší zaměření této práce nám neumožňuje provést podrobnou analýzu odborné literatury na toto téma a vyvozovat z ní nějaké obecné závěry či postihnout všechny aktuální trendy ve výuce podnikatelských kompetencí. Domníváme se nicméně, že téma výuky podnikatelských kompetencí by si zasloužilo větší pozornost v rámci výzkumu v oblasti pedagogiky a didaktiky, který je v českém prostředí v tomto ohledu stále ve svých počátcích (zejména ve srovnání s USA nebo VB).

Obecným rysem vzdělávacích programů a kurzů zaměřených na podnikatelské kompetence a podnikání může být podle Colette Henry et al. to, že se zpravidla zaměřují na specifické dovednosti spojené například s řízením malých podniků, financemi či marketingem, na rozdíl od obecnějších dovedností, jako je například kreativita, inovativnost či schopnost řešit

problémy (2005a, s. 105). Nabízí se tedy úvaha, že některé podnikatelské kompetence jako analytické myšlení, účetnictví, finance, marketing apod. lze vyučovat tradičními metodami, zatímco jiné (a možná důležitější) aspekty jako jednání s lidmi, trpělivost, odpovědnost a schopnost učit se z neúspěchu se lze naučit pouze prostřednictvím zkušeností v reálném světě. Svědčí o tom i fakt, že většina moderních přístupů k výuce podnikatelských kompetencí klade důraz na reálnou zkušenost a výuku založenou na praxi.

Obor tlumočnictví má skvělé předpoklady pro implementaci takových metod, neboť, jak uvádí například Konrad Klimkowski (2015, s. 73), vzdělávání překladatelů a tlumočnicků je předně profesním vzděláváním a jako takové staví do popředí praxi. Největší důraz na profesní profilaci vzdělávacích programů pro překladatele a tlumočnický kladou podle něj zastánci situačního učení/výuky (*situated learning/teaching*) a projektové výuky (*project-based learning*), mezi něž patří významní badatelé jako například Daniel Gouadec (2007), Donald Kiraly (např. 2000, 2012) nebo Jeanne Vienne (např. 2000). Rozvíjení podnikatelských kompetencí na tlumočnických oborech včetně konkrétních výukových metod se věnujeme podrobněji v následujících kapitolách.

2.1 Současný stav rozvíjení podnikatelských kompetencí v rámci vzdělávání tlumočnicků

V této části se zaměříme na to, jakým způsobem jsou v současné době rozvíjeny podnikatelské kompetence v rámci vzdělávání tlumočnicků v České republice. Budeme se primárně věnovat formálnímu vysokoškolskému studiu, ale zmíníme i některé alternativní formy sebevzdělávání v této oblasti.

Obor tlumočnictví lze v současné době studovat pouze na dvou českých univerzitách – Univerzitě Karlově v Praze a Univerzitě Palackého v Olomouci. Obě univerzity nabízejí bakalářský obor, který kombinuje překlad i tlumočení. Olomoucká univerzita má stejným způsobem nastavený i magisterský stupeň studia, zatímco na Ústavu translatologie Filozofické fakulty UK mohou studenti na magisterském stupni studovat tlumočení a překlad samostatně. Některé další univerzity jako například Masarykova univerzita v Brně či Ostravská univerzita nabízí spíše jednotlivé předměty zaměřené na tlumočení v rámci překladatelských nebo filologických oborů. Masarykova univerzita v Brně navíc nabízí bakalářský obor Tlumočnictví českého znakového jazyka. Podrobněji se budeme věnovat jen prvním dvěma univerzitám, jelikož jako jediné nabízí komplexní tlumočnické vzdělání.

2.1.1 Ústav translatologie FF UK

Ústav translatologie na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze (ÚTRL) je jediným vysokoškolským pracovištěm v České republice, jež se plně specializuje na překlad a tlumočení a nabízí bakalářské, magisterské i doktorské studijní programy, v rámci nichž lze studovat pět jazyků (angličtinu, francouzštinu, němčinu, ruštinu a španělštinu) v kombinaci s češtinou. Vedoucí postavení v rámci vzdělávání tlumočnicků v ČR zajišťuje ÚTRL také členství v mezinárodní organizaci CIUTI (*Conférence Internationale Permanente d'Instituts Universitaires de Traducteurs et Interprètes*), sdružující nejlepší tlumočnické a překladatelské školy v Evropě i jinde ve světě, v konsorciu evropských univerzit EMCI (*European Masters in Conference Interpreting*) a v evropském programu EMT (*European Masters in Translation*). (ÚTRL, 2024a)

Bakalářský studijní program Mezikulturní komunikace: překlad a tlumočení je povinně sdružený/dvouspecializační (kromě speciálního double degree programu Mezikulturní komunikace čeština – němčina zaměřeného pouze na německý jazyk) a studenti si v rámci něj osvojují teoretické i praktické znalosti z různých překladatelských a tlumočnických disciplín. Aktuální studijní plán (podle akreditace na období do 2018–2028) zahrnuje povinné a povinně volitelné předměty zaměřené především na rozvoj jazykových a kulturních znalostí, osvojování základních tlumočnických a překladatelských kompetencí, teorii překladu a tlumočení a počítačem podporovaný překlad. (FF UK, 2024a)

Větší zaměření na podnikatelské kompetence, respektive kompetence přesahující tlumočnické a jazykové dovednosti, najdeme až ve studijním programu magisterského oboru Tlumočnictví. V akreditačním plánu na období (2020–2025) se uvádí: „*Studijní plány obsahují vyváženou skladbu předmětů, v níž vedle teoretické a metodologické složky oboru dominují předměty profesní přípravy.*“ (Akreditační databáze FF UK) Profil studenta studijního programu pak obsahuje mimo jiné tyto odborné znalosti a dovednosti: důkladné povědomí o pracovněprávních vztazích na trhu tlumočnických služeb a v rámci profesních tlumočnických organizací, znalost tlumočnické etiky, zvládnutí pravidel týmové práce včetně práce v mezinárodních týmech, adaptabilita s ohledem na požadavky klienta/zaměstnavatele a vlastní profesní růst.

Mezi „předměty profesní přípravy“, které rozvíjí nějakou formu podnikatelských kompetencí a připravují studenta na samostatné působení na tlumočnickém trhu, patří zejména povinná *Odborná tlumočnická praxe* a povinně volitelné předměty *Konferenční teorie a praxe*

a *Odborná tlumočnická praxe (u neziskových a nevládních organizací)*. Je však třeba zmínit, že podnikatelské kompetence mohou být částečně rozvíjeny i v ostatních předmětech, zejména v rámci *Praktických tlumočnických seminářů* a *Simulovaných vícejazyčných mock konferencí a videokonferencí* (například formou simulované komunikace s klientem či sdílení zkušeností vyučujících, kteří bývají také praktikujícími tlumočníky).

Cílem předmětu *Konferenční teorie a praxe* je všestranně připravit studenty na jejich budoucí profesi konferenčního tlumočnicka tak, aby byli schopni profesionálně zvládnout přípravu na své tlumočení na mezinárodních konferencích a institucionálních akcích. Výuka probíhá formou přednášek a cvičení s celkovou časovou dotací 90 minut týdně. Přednášky vedou vyučující ÚTRL, zástupci profesních tlumočnických a překladatelských organizací, úspěšní absolventi ÚTRL a tlumočníci působící na volné noze i v zaměstnaneckém poměru a jsou zaměřeny na témata jako kontakt s potenciálním klientem či překladatelskou a tlumočnickou agenturou, vyjednávání technických a pracovních podmínek, profesní etika, sestavování tlumočnického týmu, zvládání stresu a psychohygiena, marketing či zlepšování postavení tlumočnicků ve společnosti. Podmínkou atestace (zápočet) je aktivní účast na přednáškách/seminářích a týmová prezentace nebo seminární práce zaměřená na užitečné zdroje pro samostudium tlumočnicků, řešení modelových situací tlumočnických zakázek či odborné práce z oboru translologie. Předmět je ohodnocen 3 ECTS (*European Credit Transfer and Accumulation System*). (syllabus *Konferenční teorie a praxe*)

Studenti 1. a 2. ročníku magisterského studia Tlumočnictví mají ve svém studijním plánu povinnost absolvovat také *Odbornou tlumočnickou praxi* v rozsahu 15 dní (max. 8 hodin/den) na minimálně třech různých akcích. Je žádoucí, aby si student během praxe vyzkoušel různé druhy tlumočení (konsekutivní, simultánní, šušotáž). Studenti si vhodnou praxi zpravidla hledají samostatně, v některých případech jim vyučující mohou doporučit různé tlumočnické akce, především charitativního charakteru. Po splnění odborné praxe studenti předloží potvrzení od svých klientů (formou faktury, smlouvy či čestného prohlášení) a zprávu o průběhu praxe, která by měla obsahovat následující údaje – název akce, datum, druh tlumočení, počet dnů, příprava, průběh, pozitivní/negativní zkušenosti, co daná akce studentovi přinesla. V případě zájmu si studenti mohou zapsat praxi i v rámci povinně volitelného předmětu *Odborná tlumočnická praxe (u neziskových a nevládních organizací)*, který je podmíněn absolvováním 25 tlumočnických dní a ohodnocen 6 ECTS. Ostatní požadavky jsou stejné jako u povinné praxe. (ÚTRL, 2024b)

2.1.2 Univerzita Palackého v Olomouci

Na rozdíl od Karlovy univerzity nemá Univerzita Palackého samostatný ústav translatologie a jednotlivé obory zaměřené na tlumočení a překlad spadají pod různé katedry její filozofické fakulty. V rámci bakalářského studia lze studovat angličtinu a němčinu se zaměřením na tlumočení a překlad. Magisterské obory zahrnují angličtinu, francouzštinu, němčinu a španělštinu se zaměřením na tlumočení a překlad. Všechny tyto obory je možné studovat samostatně, některé nabízí i možnost sdruženého studia (maior/minor). (FF UP, 2024a, Katedry a zařízení)

Předně je třeba říct, že každá katedra má vlastní studijní plán, a tím pádem i odlišnou organizaci studia. Nebudeme se věnovat rozboru studijního plánu každého jednotlivého oboru, spíše uvedeme některé společné znaky týkající se rozvíjení podnikatelských kompetencí v rámci výuky. Podotýkáme, že do náplně jednotlivých předmětů na FF UP nemáme takový vhléd jako v případě ÚTRL a budeme vycházet pouze z veřejně dostupných studijních plánů pro akademický rok 2024/2025. (FF UP, 2024b, Studijní plány a předměty)

Co se týče bakalářských oborů (angličtina, němčina), hlavním rozdílem oproti ÚTRL je zařazení tlumočnické praxe už do této fáze studia. V případě angličtiny se jedná o povinně volitelné předměty, takže student je teoreticky nemusí absolvovat, v případě němčiny je praxe povinná, ale student si může vybrat mezi tlumočnickou a překladatelskou praxí. Formát praxe je velmi podobný jako v případě ÚTRL – student si praxi vyhledává samostatně (případně na doporučení vyučujícího) a po splnění požadované kvóty odtlumočených hodin (ta se liší u různých předmětů a oborů) odevzdává potvrzení (pracovním výkazem, smlouvami, popř. fakturami a hodnocením zadavatele) a deník o průběhu praxe. Součástí předmětu *Tlumočnická praxe I* (angličtina) je také jedno společné setkání formou blokové výuky a jednorázové workshopy a školení za přispění odborníků z praxe, kde studenti mimo jiné probírají témata jako etika práce v tlumočnické kabině, otázky tarifů, smluvních podmínek a finančních záležitostí. V sylabu předmětu se zároveň uvádí, že student předloží časový harmonogram plánovaných zakázek, aby vyučující mohl (po domluvě se zadavatelem) přijít zhlédnout studentův výkon. Za bakalářské studium může student splnit i více předmětů zaměřených na překladatelskou a tlumočnickou praxi. (Studijní agenda: Informační systém Univerzity Palackého)

Bakalářský obor Němčina se zaměřením na tlumočení a překlad navíc zahrnuje povinně volitelný modul *Employability*, v rámci něhož si studenti volí z 5 možných seminářů

(*Dobrovolnická činnost, PR strategie, Kariérové poradenství, Prakticky orientovaný projekt a PR strategie pro germanisty*) tak, aby dosáhli min. počtu 5 ETCS. Cílem modulu je posílit kompetence, které umožní studentům lepší uplatnění na trhu práce. (ibid.)

V navazujících magisterských oborech zaměřených na tlumočení a překlad (angličtina, němčina, francouzština a španělština)⁶ opět najdeme povinně volitelnou *Tlumočnickou praxi* s výjimkou španělštiny, která nabízí pouze *Překladatelskou stáž*. Požadavky na splnění praxe jsou podobné jako u bakalářských oborů, ale v rámci různých kateder se mohou mírně lišit. Ve studijních plánech nejsou uvedeny žádné další povinné nebo povinně volitelné předměty, u nichž by se dalo předpokládat, že jsou zaměřené na rozvíjení podnikatelských kompetencí. (ibid.)

2.1.3 Shrnutí: Rozvoj podnikatelských kompetencí v rámci tlumočnických oborů

Celkově lze tedy shrnout, že určitou formu rozvíjení podnikatelských kompetencí najdeme na tlumočnických oborech Karlovy univerzity v Praze i Univerzity Palackého v Olomouci. Ostatně v obou případech je v popisu studijních programů zmiňována možnost uplatnění mimo jiné jako „aktivní překladatel a tlumočnický pracovník pracující v tzv. svobodném povolání (na volné noze)“, „profesionální poskytovatel jazykových služeb na volné noze“, „ve vlastním podnikání“ nebo „ve vlastní tlumočnické či překladatelské firmě“. (FF UK, 2024b; FF UP, 2024c)

Obě univerzity přitom kladou důraz na tlumočnickou praxi s tím rozdílem, že na ÚTRL je praxe povinná v rámci magisterského studia a na UPOL se jedná o povinně volitelný předmět, který může student absolvovat v rámci bakalářského i magisterského studia. Tlumočnická praxe je nepochybně užitečným nástrojem pro rozvoj podnikatelských kompetencí (např. shánění zakázek, komunikace s klientem, vyjednávání o sazbě apod.), nicméně otázkou je, jak správně požadavky na splnění takové praxe nastavit. K zvažování je například míra zapojení vyučujícího formou konzultací, asistence při shánění praxe či supervize při výkonu praxe, reflexe získaných zkušeností a identifikace slabých stránek či možnost doprovodných seminářů zaměřených na konkrétní profesní otázky.

Analýze odborných tlumočnických praxí studentů magisterského oboru Tlumočnictví na ÚTRL se věnovala Veronika Trusová ve své diplomové práci (2021), v níž zdůrazňuje potřebnost

⁶ Co se týče ruského jazyka, v současnosti FF UP nabízí na magisterském stupni pouze obor Ruština pro překladatele.

a užitečnost praxí ve výuce tlumočení: „*Ve zkoumaných komentářích k praxím studenti zpravidla komentovali vysokou užitečnost absolvovaných zakázek a také nejrůznější zkušenosti, se kterými se během praxe setkali a případně se z nich poučili.*“ (ibid., s. 56) Na základě svého výzkumu přichází s doporučením standardizovat formu zpráv o praxi (k čemuž už částečně došlo) a zpřístupnit anonymizované zprávy o praxi současným studentům, kteří by tak mohli od svých předchůdců čerpat zkušenosti.

Kromě tlumočnické praxe je ve studijním plánu oboru Tlumočnictví na ÚTRL zastoupen i rozvoj podnikatelských kompetencí formou přednášek (*Konferenční teorie a praxe*). Tlumočnické obory na UPOL podobný předmět nezahrnují, za zmínku však stojí speciální modul *Employability* na bakalářském oboru Němčina se zaměřením na tlumočení a překlad, jehož součástí je několik praktických seminářů rozvíjejících kompetence, které mají studentům umožnit lepší uplatnění na trhu práce. Ačkoliv nemáme podrobnější informace o průběhu těchto seminářů, domníváme se, že jde o poměrně užitečný doplněk k předmětům zaměřeným na jazykové, kulturní a tlumočnické kompetence.

Lze tedy konstatovat, že rozvíjení podnikatelských kompetencí v rámci studia tlumočení na českých univerzitách probíhá převážně formou tlumočnických praxí a přednášek. Možné způsoby a strategie rozvíjení podnikatelských kompetencí u studentů tlumočení jsou nicméně mnohem širší (viz kapitolu 2.2.2). Domníváme se proto, že je vhodné posuzovat efektivitu stávajících metod výuky (zejména formou vyhodnocení výsledků učení) a případně navrhnout jejich aktualizaci nebo rozšíření.

2.1.4 Sebevzdělávání tlumočnicků v oblasti podnikatelských kompetencí

Mimo formální vysokoškolské studium mohou tlumočníci své podnikatelské kompetence rozvíjet i formou samostudia, prostřednictvím veřejně přístupných zdrojů, kurzů, přednášek apod. Jejich nabídka je velmi široká a neomezuje se pouze na materiály zaměřené přímo na tlumočnické (může jít o různé kurzy zaměřené obecně na podnikání, marketing či správu daní). Není tedy možné obsáhnout v rámci této práce celou šíři dostupných zdrojů, zmíníme pouze, že důležitou roli v této oblasti hrají profesní tlumočnické organizace a sdružení – jako například Jednota tlumočnicků a překladatelů (JTP), Asociace konferenčních tlumočnicků (ASKOT), Komora soudních tlumočnicků a soudních překladatelů České republiky (KST ČR), Česká komora tlumočnicků znakového jazyka (CKTZJ) a na mezinárodní úrovni například Mezinárodní asociace konferenčních tlumočnicků (AIIC) či Mezinárodní federace překladatelů (FIT). Tyto organizace pořádají nejrůznější vzdělávací akce, školení a semináře zaměřené na

různé aspekty práce tlumočnicka i překladatele včetně podnikatelských kompetencí (komunikace s klientem, cenotvorba, marketing apod.). Z pravidelných akcí v českém prostředí můžeme zmínit například Jeronýmovy dny, Jarní balíček JTP nebo Den s překladem a tlumočením, ze zahraničních akcí pak například TerpSummit nebo Innovation in Interpreting Summit. Kromě toho je k dispozici velké množství internetových zdrojů, tlumočnických blogů a podcastů zaměřených na podobná témata. Popisu dostupných zdrojů pro samostudium tlumočnicků se podrobně věnuje například Martina Lišková ve své diplomové práci *Sebevzdělávání tlumočnicků* (2023).

2.2 Výzkum v oblasti rozvíjení podnikatelských kompetencí při přípravě budoucích tlumočnicků

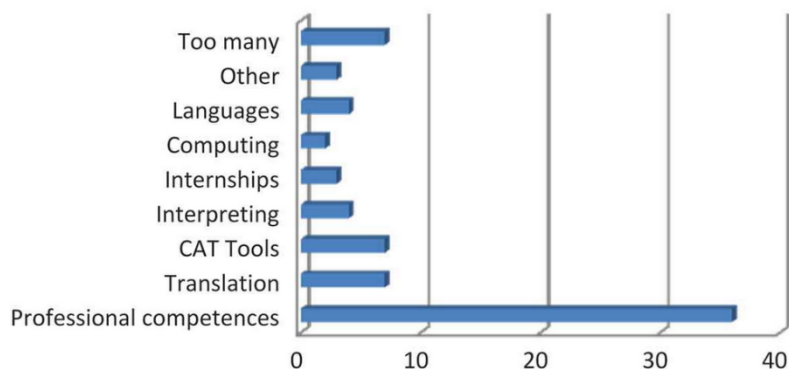
Na téma rozvíjení podnikatelských kompetencí při přípravě budoucích tlumočnicků už bylo v zahraničí publikováno několik odborných článků a studií (velký zájem o toto téma lze pozorovat především mezi španělskými badateli). V této kapitole se proto pokusíme tuto oblast výzkumu zmapovat, shrnout hlavní závěry a případně načerpat inspiraci pro vlastní empirický výzkum. Pro větší přehlednost jsme odborné články a studie rozdělili do dvou kategorií – první z nich se věnuje popisu stávající situace na tlumočnických oborech a vnímání podnikatelských kompetencí studenty a učiteli tlumočení či profesionálními tlumočnickými; druhá kategorie pak zahrnuje studie, které přichází s konkrétními návrhy a strategiemi pro rozvíjení podnikatelských kompetencí v rámci vzdělávání tlumočnicků, případně je testují pomocí pilotních projektů.

2.2.1 Studie popisující současný stav ve vzdělávání tlumočnicků

Susana Álvarez-Álvarezand a Verónica Arnáiz-Uzquiza (2017) zkoumaly, do jaké míry španělské studijní programy překladatelství a tlumočnictví (PT) naplňují cíl „uplatnitelnosti“ (*employability*) stanovený v Boloňské deklaraci (1999) šest let po jejím přijetí. Uplatnitelnost byla v rámci boloňského procesu definována jako „*schopnost získat první smysluplné zaměstnání nebo se stát samostatně výdělečně činným, udržet si zaměstnání a být schopen se pohybovat na trhu práce*“ (Working Group on Employability 2009, s. 1). Celkem se Álvarez-Álvarezand a Arnáiz-Uzquiza zaměřily na 33 bakalářských programů nabízených španělskými univerzitami v oboru překlad a tlumočení (2017). Ukázalo se, že profesní obsah (resp. okruh znalostí) byl součástí kurikula pouze 35 % zkoumaných vysokých škol a povinné pracovní stáže obsahovala jen polovina studijních plánů (ibid., s. 155).

Autorky dále provedly dotazníkové šetření ohledně vnímání „uplatnitelnosti“ ze strany studentů PT, zaměstnavatelů a absolventů. Studenti posledních ročníků nejčastěji uváděli, že by do jejich studijních programů měly být doplněny kompetence související s tlumočením, jazykové dovednosti (cizí jazyk) a odborné překladatelské předměty, aby se zlepšily jejich možnosti uplatnění na trhu práce. Absolventi, kteří již pracují v oboru PT, nicméně usuzovali, že odborné kompetence (fakturace, projektové řízení, obsah související s daněmi atd.) jsou na profesním trhu potřebnější, takže jejich zařazení do studijních programů by bylo přínosné. Stejně tak samotní zaměstnavatelé zdůrazňovali význam rozvoje odborných kompetencí a praktických dovedností, i když v jejich případě šlo spíše o odborné technické dovednosti (především v oblasti nástrojů CAT a používání jiného specializovaného softwaru). (ibid., s. 155) Zde je třeba poukázat na to, že jiné profesní kompetence bude potřebovat tlumočnick či překladatel v zaměstnaneckém poměru a na volné noze, což tento výzkum nerozlišuje.

Autorky studie v závěru zdůrazňují důležitost pracovních stáží a obecně začlenění profesních kompetencí do studijních programů v oblasti PT a zároveň vyzývají k dalšímu výzkumu v rámci magisterských oborů PT (ibid., s. 156).



Obrázek 6 – Obsah chybějící v učebních plánech PT podle absolventů (podle počtu odpovědí). (Álvarez-Álvarezand a Arnáiz-Uzquiza, 2017)

María Teresa Veiga Díaz ve své studii (2020) zmapovala zapojení podnikatelských kompetencí do studijních plánů bakalářského studia překladatelství a tlumočnictví ve Španělsku s cílem zjistit, zda se explicitně nebo implicitně shodují s kompetencemi zahrnutými v rámci modelu EntreComp. Její šetření zahrnovalo celkem 32 bakalářských oborů překladatelství a tlumočnictví nabízených na španělských univerzitách (21 státních a 11 soukromých). Následující tabulka (ibid., s. 55) zobrazuje výsledky šetření, tedy procentuální zastoupení kompetencí EntreComp ve studijních plánech bakalářského studia překladatelství ve Španělsku.

	Competence	Total (%)	By type of University (%)	
			Public	Private
Ideas & Opportunities	Spotting opportunities	6.25	0.00	18.18
	Creativity	56.25	61.90	45.45
	Vision	0.00	0.00	0.00
	Valuing ideas	6.25	0.00	18.18
	Ethical and sustainable thinking	6.25	9.52	0.00
Resources	Self-awareness and self-efficacy	6.25	0.00	9.09
	Motivation and perseverance	12.50	4.76	27.27
	Mobilising resources	100	100	100
	Financial and economic literacy	3.13	4.76	0.00
	Mobilising others	0.00	0.00	0.00
Into action	Taking the initiative	46.88	47.62	45.45
	Planning and management	50.00	57.14	63.64
	Coping with uncertainty, ambiguity and risk	0.00	0.00	0.00
	Working with others	90.63	90.48	90.91
	Learning through experience	100	100	100

Obrázek 7 – Procentuální podíl rámcových kompetencí EntreComp v učebních plánech bakalářského studia překladařství a tlumočnictví ve Španělsku (Veiga Díaz, 2020, s. 55)

Veiga Díaz tedy došla k závěru, že podnikatelské kompetence EntreComp jsou v současných studijních programech ve Španělsku zastoupeny nedostatečně, až na některé výjimky, zejména pokud jde o kompetence „řízení zdrojů“ a „učení se ze zkušeností“, které byly zastoupeny ve všech studijních programech, a „spolupráce s ostatními“ zastoupená z 90 %. Naopak kompetence nazvané „vize“, „mobilizace druhých“ a „zvládnání dvojznačnosti, nejistoty, rizik“ nebyly zahrnuty v žádném kurikulu. Na základě těchto zjištění Veiga Díaz provedla SWOT analýzu (analýzu silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb), z níž vyvozuje potřebu reformy stávajících španělských studijních programů tlumočení (ibid., s. 59–60). Autorka zároveň v závěru uvádí, že „studie by měla být rozšířena na další evropské země, aby bylo možné získat komplexnější pohled na skutečnou implementaci rámce EntreComp ve vzdělávání překladařů a tlumočnicků v Evropě před samotnou reformou španělských učebních osnov“ (ibid., s. 62).

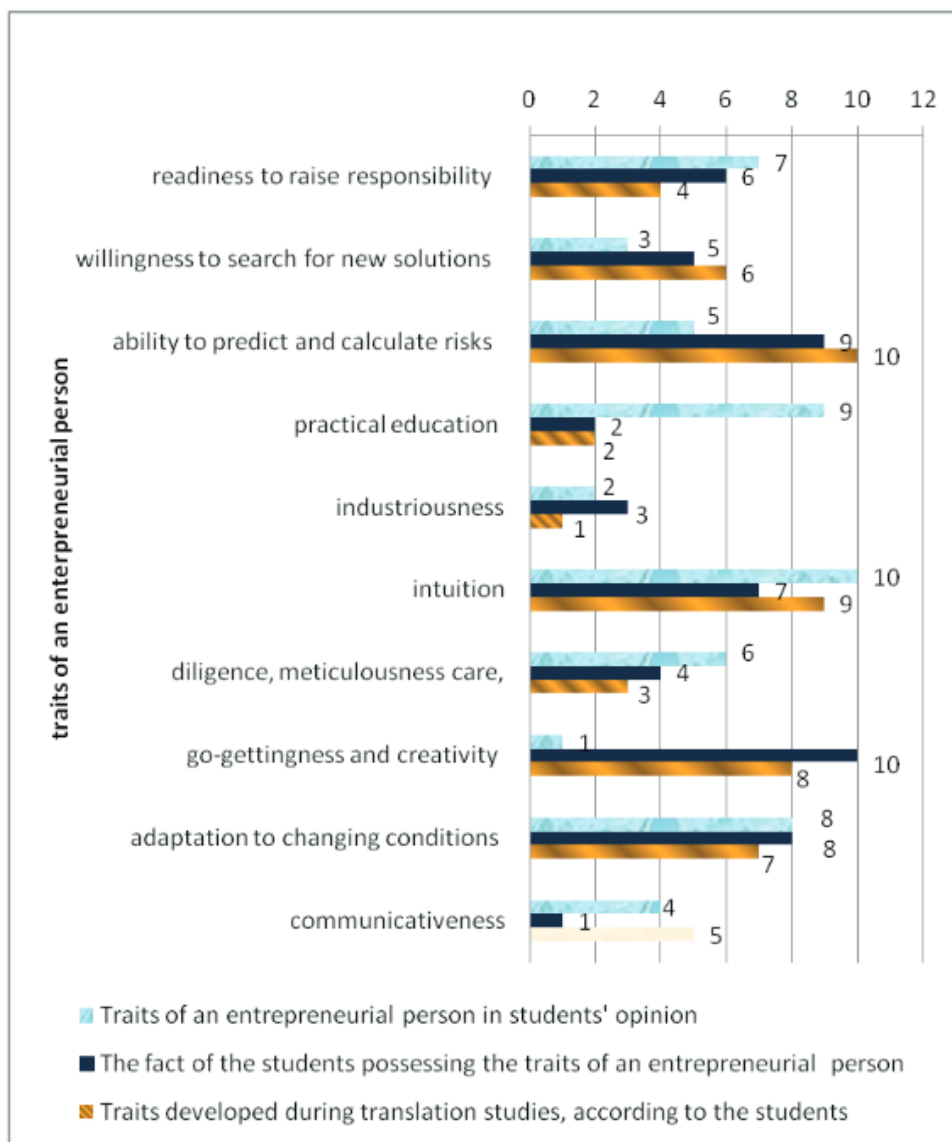
Zajímavý výzkum provedli také Anabel Galán-Mañasa a Christian Olalla-Soler (2021), kteří se věnovali tomu, jak studenti a učitelé PT, stejně jako profesionální překladařé a tlumočníci, vnímají vzdělávání v oblasti podnikatelských kompetencí na Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Výzkum je založen na designu případové studie a ke sběru dat byly použity fokusní skupiny. Výsledky studie ukázaly, že výuce podnikatelských kompetencí přikládají důležitost všechny skupiny účastníků výzkumu. Představa podnikání, kterou sdílí většina účastníků, se však týká především korporátní sféry. Překladařé na volné noze se tak často

nepovažují za podnikatele. To podle autorek poukazuje na potřebu změnit (negativní) vnímání podnikání evropskou společností. (ibid., s. 408) Všichni účastníci se shodli na tom, že je nutné zařadit podnikatelské kompetence do studijního plánu, a to hned od prvního ročníku, zároveň však upozorňují, že by to nemělo vést ke snížení počtu hodin překladatelské a tlumočnické praxe.

Mimo španělský kontext se výuce podnikatelských kompetencí v rámci oborů PT věnovala také Katarzyna Klimkowska (2014), která v rámci dotazníkového šetření zjišťovala, jak studenti 1. a 2. ročníku prezenčního studia programu aplikovaná lingvistika, obor Překladatelství na Univerzitě Marie Curie-Skłodowské (UMCS) v Lublinu (vzorek 68 studentů) vnímají důležitost podnikatelských kompetencí, jak sami hodnotí své schopnosti z hlediska podnikatelských kompetencí a jak hodnotí přínos studia překladatelství pro rozvoj jejich podnikatelských kompetencí. Dotazovaní studenti se téměř jednohlasně shodli na tom, že podnikatelské kompetence jsou v překladatelské profesi poměrně důležité (92,86 %). Pokud jde o přínos studia překladatelství pro rozvoj podnikatelských kompetencí studentů, respondenti se vyjadřovali převážně kladně (55,88 %) – konkrétně uváděli, že nejvíce jsou tyto kompetence rozvíjeny na hodinách konsektivního, simultánního a odborného překladu⁷, ale zároveň podle nich záleží mnohem více na učiteli než na předmětu. Nicméně 41 % studentů uvedlo, že přínos studia v této oblasti nedokáže zhodnotit. Při dotazu na hodnocení svých schopností z hlediska podnikatelských kompetencí se 39,7 % respondentů hodnotilo kladně, 20,6 % spíše negativně a 39,7 % uvedlo, že to nedokáže zhodnotit (ibid., s. 19–21). Podle Konrada Klimkowskeho (2015) lze právě neschopnost velké části respondentů zhodnotit své podnikatelské kompetence a určit, zda jejich studium ovlivňuje, či neovlivňuje jejich podnikatelské myšlení a fungování, považovat za negativní jev, neboť ukazuje na to, že studenti buď neměli dostatek příležitostí rozvíjet své podnikatelské kompetence v rámci svého studia překladatelství, nebo nevyužili pomoci svých učitelů (ibid., s. 77–78).

Na následujícím obrázku lze vidět podrobnější výsledky výzkumu Klimkowske (2014, s. 23), konkrétně jak studenti hodnotili jednotlivé kompetence z hlediska důležitosti pro oblast podnikání, zda sami jednotlivé kompetence ovládají a zda jsou tyto kompetence rozvíjeny během jejich studia.

⁷ Autorka používá pojmy konsektivní a simultánní překlad, ale předpokládáme, že má na mysli konsektivní a simultánní tlumočení (ověřili jsme, že tlumočení je součástí kurikula programu aplikovaná lingvistika na UMCS).



Obrázek 8 – Hodnocení podnikatelských kompetencí studenty tlumočení a překladu (Klimkowska, 2014, s. 23)

Klimkowska (2014) se dále respondentů dotazovala, jaká opatření by podle nich univerzita mohla přijmout, aby zlepšila jejich šance na rozvoj podnikatelských kompetencí. Mezi nejčastěji uváděné patřily: více praxe, kde by se mohli seznámit s různými segmenty trhu práce; praktické předměty, např. nácvik manažerských dovedností, měkkých kompetencí; setkání se zaměstnavateli; kurzy nebo workshopy, které by je připravily na založení vlastní firmy (ibid., s. 24).

Trochu odlišný přístup zvolila Ana Muñoz-Miquel (2020) ze španělské univerzity Universitat Jaume I, která se ve svém výzkumu zaměřila na to, zda si studenti PT uvědomují, jakou škálu profesních profilů mohou vykonávat a jakou hodnotu mohou přinést společnosti. V rámci své studie zjišťovala, jak kariéru v oboru PT a možné profesní uplatnění vnímají studenti 1. a 4.

ročníku bakalářského oboru Překladařství a tlumočnictví⁸. Z porovnání odpovědí těchto dvou skupin vyplynulo, že v průběhu studia se rozšiřuje okruh profesních činností, které studenti identifikují (ibid., 2020). Autorka nicméně upozorňuje, že profesní činnosti, které obě skupiny nejčastěji zmiňují, jsou prakticky stejné (tj. používá se pouze více pojmenování pro stejnou činnost) a odpovídají těm, které jsou s touto profesí tradičně spojovány: překlad a tlumočení, učení a korektury. Je podle ní zážející, že studenti „*si nejsou vědomi jiných druhů práce, spojených s novými technologiemi a komunikačními potřebami, pro které by se jejich vzdělání mohlo hodit*“ (ibid., s. 37). Poukazuje na to, že rostoucí automatizace a vznik nových potřeb a forem komunikace vyžadují nové vymezení úlohy a pracovního uplatnění překladařů a tlumočnicků. Muñoz-Miquel zároveň ve stejném článku představuje vzor kurzu pro studenty překladařství a tlumočnictví zaměřený na rozvoj podnikatelských kompetencí, kterému se budeme věnovat v následující podkapitole.

Pro účely této kapitoly jsme vybrali nejzajímavější a nejvíce relevantní studie o rozvíjení podnikatelských kompetencí v rámci oboru PT, tomuto tématu se nicméně věnovali i další autoři (např. González-Davies a Enríquez-Raído, 2016; Georgescu, 2022; Rodríguez de Céspedes, 2017; Cuminatto et al., 2017; Torres-Simón a Pym, 2017).

Výše uvedené výzkumy ukazují různé přístupy ke zkoumání podnikatelských kompetencí (případně uplatnitelnosti) v kontextu výuky překladařství a tlumočnictví. Nelze je mezi sebou příliš porovnávat, neboť každý z nich se zaměřuje na trochu odlišný aspekt a jiné studijní programy nabízené v určité době, ani z nich vyvozovat nějaké univerzálně platné závěry, jelikož se věnují situaci v omezeném počtu zemí a většina se vůbec nezaměřuje na magisterské obory PT. Z množství těchto studií (zejména v posledních letech) lze nicméně vyvodit rostoucí zájem o toto téma v rámci výzkumu (i když jen v některých geografických oblastech). Zároveň můžeme říct, že všechny zmíněné studie zdůrazňují potřebu rozvíjet podnikatelské kompetence v rámci výuky PT a identifikují některé nedostatky či potenciál pro zlepšení ve stávajících studijních programech PT. Za přínosná považujeme i některá dílčí zjištění a návrhy, které ze studií vyplývají a jež zohledníme při plánování vlastního empirického výzkumu.

⁸ Studie zahrnovala 67 studentů prvního ročníku zapsaných na bakalářský obor Překladařství a tlumočnictví na Universitat Jaume I ve Španělsku a 74 studentů čtvrtého ročníku, z nichž 36 studovalo výše zmíněný obor a 38 bakalářský obor Překladařství a interlingvistická mediace na Universitat de València ve Španělsku.

2.2.2 Navrhované strategie a pilotní projekty

Někteří autoři šli ve svém výzkumu ještě dál a testovali konkrétní návrhy a strategie, jak rozvíjet podnikatelské kompetence v rámci překladatelských a tlumočnických oborů. Níže shrnujeme závěry vybraných studií.

Ana Muñoz-Miquel (2020) vyšla ze svého dotazníkového šetření mezi studenty 1. a 4. ročníku bakalářského oboru Překladatelství a tlumočnictví (který popisujeme v předchozí podkapitole) a vytvořila volitelný předmět s názvem *The Professions of the Translator*, který byl následně vyučován na Universitat de València v akademickém roce 2016/17. Předmět měl hodnotu 6 kreditů, přičemž zahrnoval 150 pracovních hodin, z toho 60 hodin prezenční výuky, a byl vyučován ve dvou dvouhodinových lekcích za týden během druhého semestru posledního ročníku bakalářského studia (ibid., s. 38). Kurz se skládal z následujících výukových okruhů:

1. Profese překladatele a tlumočnicka
2. Specializace, klienti a modely zaměstnání nebo samostatné výdělečné činnosti
3. Profily a profesní činnosti
4. Propagace svých služeb a vyhledávání klientů
5. Daňová problematika a profesní management pro samostatně výdělečně činné překladatele
6. Profesní sdružení a etické otázky

Co se týče metod výuky, byly kombinovány teoretické a praktické lekce, četba a debaty s individuální a týmovou prací. Některé aktivity probíhaly v online prostředí na platformě Moodle. Součástí kurzu byly také přednášky absolventů, kteří působí v oboru PT. V průběhu semestru studenti odevzdávali cvičení na konkrétní témata, která pak tvořila 40 % výsledné známky. Zbývajících 60 % tvořily dva závěrečné úkoly, jeden individuální a druhý skupinový, v nichž byly uplatněny všechny kompetence získané během semestru. (ibid., s. 38) Autorka dále podrobně popisuje některé z aktivit, které byly součástí kurzu. Níže stručně zmiňujeme některé z nich (ibid., s. 38–43):

1. *Wiki on professional issues* – Studenti měli za úkol vytvořit společnou databázi užitečných informací pro získání hlubších znalostí o profesi (např. překladatelské agentury; společnosti nesouvisející s PT, které by mohly poptávat překladatelské/tlumočnické služby; nabídky práce; profesní webové stránky; účty na sociálních sítích související s PT).

2. *Beyond translation proper* – Prostřednictvím různých úkolů se měli studenti zamyslet nad tím, co je PT a co zahrnuje, jaké činnosti by mohli vykonávat, čím by mohli přispět společnosti a jaké mezery na trhu by mohli ve střednědobém horizontu obsadit.
3. *The linguist as an activist* – Studenti měli nejdříve sdílet chyby v překladu nebo špatné texty, na které narazili z různých zdrojů, a následně si vybrat jeden z příkladů a napsat dopis odpovědným osobám v dané společnosti nebo organizaci s cílem vysvětlit nedostatky daného textu a navrhnout, jak by mohli přispět ke zlepšení situace.
4. *CV and cover letter* – Studenti měli za úkol vytvořit vlastní životopis a motivační dopis pro dva vybrané zaměstnavatele – překladatelskou agenturu a firmu, která přímo nesouvisí s PT, ale ve které by mohli být potřební odborníci na jazyky nebo komunikaci.
5. *Professional website* – V rámci závěrečné skupinové aktivity měli studenti ve skupinách po třech vytvořit profesionální webové stránky s uplatněním znalostí a dovedností, které nabyli v průběhu kurzu.
6. *Personal route-map* – V rámci individuální závěrečné aktivity měli studenti vypracovat vlastní „profesní mapu“, v níž vysvětlili a promysleli kroky, které chtějí podniknout po ukončení studia.

Autorka v rámci své studie popisuje vlastní zkušenosti z výuky předmětu (jak se studentům dařily jednotlivé aktivity, co jim dělalo největší potíže a co by bylo třeba zlepšit), ale zároveň podotýká, že by bylo vhodné, aby se další studie zaměřily na posouzení, zda aktivity skutečně přispívají k získání podnikatelských kompetencí. (ibid., s. 44) V závěru své studie autorka uvádí: „(...) vzhledem k tomu, že neúprosná automatizace PT nás v krátkodobém až střednědobém horizontu donutí nově definovat profesní činnosti překladatelů a tlumočnicků, domníváme se, že nepracovat jako překladatel či tlumočnick v nejčistším a nejtradičnějším slova smyslu by si naši absolventi neměli vykládat jako selhání. Mají potenciál vykonávat činnosti, které přispívají ke (zlepšení) komunikace v mnohem širším slova smyslu.“ (ibid., s. 44)

Přístup Any Muñoz-Miquel považujeme za velmi zajímavý i vzhledem k tomu, že přichází s návrhy, jak přistupovat k velmi aktuálním výzvám pro obor PT, jako je například postupující automatizace. Tyto výzvy přitom nevnímá přímo jako hrozbu, ale jako příležitost nově definovat profesní činnosti překladatelů a tlumočnicků. Domníváme se, že zavádění podobných kurzů, které přímo cílí na rozvíjení podnikatelských kompetencí a rozšiřování obzorů ohledně možnosti uplatnění, by mohly v budoucnu tvořit důležitou část kurikula studijních oborů PT.

Další studii, která přichází s konkrétním návrhem, jak rozvíjet podnikatelské kompetence u studentů oboru PT, vypracovaly Elena Aguirre Fernández Bravo a María Dolores Guindal

Pintado (2020). Popisují v ní svůj pilotní projekt pro výuku podnikatelských kompetencí v podobě předmětu *Interpretación II: Técnicas de mediación intercultural*, který byl vyučován v rámci bakalářského kurzu dialogického tlumočení na Universidad Pontificia Comillas v Madridu. Předmět byl vypracován na základě metody tzv. převráceného učení⁹ a založen na marketingové teorii Strategie modrého oceánu (*Blue Ocean Strategy*, dále BOS), kterou zpopularizovali Harvardští profesori W. Chan Kim a Renée Mauborgne ve své publikaci *Strategie modrého oceánu* (2005). BOS je definována jako snaha o diferenciaci a snížení nákladů s cílem otevřít nový tržní prostor a vytvořit novou poptávku. Jde o vytvoření a ovládnutí svrchovaného tržního prostoru, čímž se konkurence stává irelevantní. (Kim a Mauborgne, 2023) Představuje tak alternativu k běžně využívanému modelu, kdy se podniky snaží překonat své konkurenty a získat větší podíl na existující poptávce, čímž dochází k přesycení trhu a snižují se zisky a růst (tzv. rudé oceány).

Fernández Bravo a Guindal Pintado (2020) do svého pilotního předmětu zahrnuly tři kroky z modelu BOS, které jsou obecnější a nejsou specificky zaměřeny na existující společnosti nebo podnikatele, kteří již působí na trhu. Konkrétně šlo o kroky: 1. Pochopit, kde jste nyní; 2. Představit si, kde byste mohli být; 3. Zjistit, jak se tam dostat. Před každou hodinou studenti obdrželi materiály k samostatnému prostudování (s důrazem na audiovizuální formu). Cílem bylo, aby se studenti seznámili se čtyřmi vybranými nástroji používanými v rámci BOS (ibid., s. 118–119):

1. *Strategy Canvas* – Cílem je, aby studenti pochopili, že konkurence se obvykle zaměřuje na stále stejné faktory, které zákazníci nakonec považují za samozřejmost, a že od konkurence se můžeme odlišit úpravou těchto faktorů, zejména vytvořením nových.
2. *Buyer Utility Map* – Umožňuje studentům vžít se do situace zákazníka a podrobně prozkoumat všechny fáze tlumočnické zakázky.
3. *Three Tiers of Noncustomers* – Zaměřuje se na hledání nových klientů – lidí, kteří by mohli mít z tlumočnických služeb prospěch, ale stávající nabídka nesplňuje jejich potřeby.
4. *Six Paths Framework* – Umožňuje studentům jasně rozpoznat, kde se nachází rudý oceán, a nabízí alternativu, kterou by jinak nebylo snadné identifikovat.

⁹ Pojem „převrácené“, nebo také aktivní učení, je termínem, který odkazuje na několik metod výuky, založených na vlastní odpovědnosti žáka za učení.

Studenti následně absolvovali dvě 100minutové prezenční hodiny s učitelem v roli facilitátora. Na první hodině byli studenti rozděleni do čtyř menších skupin, z nichž každá se měla zabývat cvičením zaměřeným na jeden z výše uvedených nástrojů a jeho uplatnění v oblasti PT. Na druhé hodině pak měli za úkol odprezentovat výsledky své práce zbytku třídy, na což navazovala volná diskuse. (ibid., s. 120) Autorky studie uvádí, že během první hodiny byli studenti při plnění úkolů nejistí a často opakovali „*takhle se to přece při tlumočení dělá, to se nedá změnit*“. Nicméně závěry druhé prezenční hodiny hodnotí pozitivně: „*Studenti vyjádřili názor, že obchodní strategii BOS lze uplatnit při jakékoliv kariéerní příležitosti, které by se chtěli věnovat.*“ (ibid., s. 120)

Na pilotní projekt navazovalo dotazníkové šetření, v rámci něhož byli studenti, kteří se projektu účastnili, dotazováni na zpětnou vazbu prostřednictvím techniky Likertovy škály (1 – zásadně nesouhlasím, 5 – zásadně souhlasím). Z 18 účastníků jich vyplnilo dotazník 15. Z dotazníků vyplynulo, že studenti aktivitu a získané poznatky hodnotili celkově pozitivně, nepřilíš pozitivně hodnotili pouze „zábavnost“ a „atraktivnost“ zvolených aktivit. (ibid., s. 121)

Autorky se následně rozhodly provést ještě jedno šetření zaměřené na představy studentů o tlumočnickém trhu, v rámci něhož porovnávali názory experimentální skupiny studentů (18) s názory kontrolní skupiny (25), která se neúčastnila pilotního projektu. Pro účely šetření byl využit dotazník s pětistupňovou Likertovou škálou. Výsledky šetření ukazují určitý sklon studentů vnímat španělský tlumočnický trh jako „rudý oceán“ a spíše pesimistický pohled studentů na svou budoucí profesní kariéru. Obecně se domnívají, že španělský trh není pro nováčky snadno dostupný (otázka č. 1), a spíše se domnívají, že najít klienty je obtížné (otázka č. 2). (ibid., s. 121–123) Níže přikládáme tabulku, která porovnává odpovědi experimentální a kontrolní skupiny studentů.

Group average scores for each statement (on a scale from 1 = strongly disagree, to 5 = strongly agree)	Control group	Experimental group
1. The interpreting market in Spain is easily accessible to a new interpreter	2.37	2.67
2. Finding interpreting clients in Spain is not difficult	2.67	2.94
3. The key to finding interpreting clients is finding a niche in the market and specialise	3.89	3.56
4. Solely using technology in interpreting opens up many doors of opportunity in the job market	3.22	3.39
5. Presently, clients only choose in favour of an interpreter based on price	3	3.17

Obrázek 9 – Průměrné skupinové skóre pro jednotlivé výroky týkající se španělského tlumočnického trhu (Fernández Bravo a Guindal Pintado, 2020, s. 122)

Autorky upozorňují na limity studie vzhledem k malému vzorku účastníků, nicméně závěry šetření podle nich naznačují, že by bylo vhodné se v rámci výuky tlumočnicků zaměřit více na kompetence, které absolventům usnadní vstup na tlumočnický trh. V závěru uvádí, že „*pokud se studenti rozhodnou vstoupit do tlumočnického rudého oceánu, mohou uvíznout ve starých způsobech myšlení, které vedou k demotivujícímu boji o to, kdo nabídne nižší cenu. Doufejme, že tato pilotní zkušenost by po přehodnocení a dalších úpravách mohla přispět k přeformulování myšlení studentů tlumočnictví z rudého na modré*“ (ibid., s. 123)

Návrh Fernández Bravo a Guindal Pintado (2020) podobně jako návrh Muñoz-Miquel (2020) vychází z jisté nutnosti definovat nové role tlumočnicka na současném trhu. Autorky přichází s poměrně zajímavým konceptem založeným na rozšířené marketingové strategii, která má studentům PT pomoci objevit nové „trhy“, kde mohou uplatnit své kompetence. Domníváme se, že některé prvky tohoto konceptu by mohly být využity pro rozvíjení podnikatelských kompetencí studentů PT, nicméně je třeba brát v potaz, že tento koncept se zaměřuje jen na omezený okruh podnikatelských kompetencí (vyhledávání nových klientů, inovace).

Výukové kurzy však nejsou jedinou možnou metodou rozvíjení podnikatelských kompetencí u studentů PT. Christian Olalla-Soler ve svém článku (2018) popisuje mentoringový program realizovaný Profesní asociací překladatelů a tlumočnicků Katalánska (APTIC). Program byl nabízen v akademických letech 2015/2016 (jako pilotní) a 2016/2017 pro studenty 4. ročníku bakalářského oboru Překlad a tlumočení na Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) a Universitat de Vic (UVic) a jeho cílem bylo umožnit studentům, aby se seznámili s profesí překladatele a tlumočnicka na volné noze. Každý student strávil jeden pracovní den s každým ze zapojených mentorů a plnil úkoly, které mu mentor zadal. Jednalo se o úkoly týkající se překladů, tlumočení, korektur, sazeb, pracovní etiky, řízení projektů a terminologie, ergonomie, marketingu, nástrojů CAT a další. Studenti se tedy během programu nevěnovali pouze překladu a tlumočení, ale seznamovali se také s další pracovní náplní překladatelů a tlumočnicků na volné noze.

Mentoringový program trval jeden semestr, přičemž hodinová dotace byla přizpůsobena předmětu *Pracovní stáž* na každé fakultě (75 hodin na UAB a 50 hodin na UVic). Tento čas zahrnoval pracovní hodiny s mentory, hodiny školení organizované APTIC a volné hodiny (během nichž studenti plní zadané úkoly, vyplňují sebehodnotící dotazníky a připravují zprávu o průběhu programu). (ibid., s. 71) Za výběr mentorů byla zodpovědná APTIC, přičemž mentorům byla za jejich pomoc nabídnuta možnost přihlásit se zdarma do některého z kurzů

APTIC. Níže je uvedena tabulka témat a aktivit, které mentoringový program pokrýval (ibid., s. 73).

Topic	Contents
Translation and proofreading	Translation and proofreading practice. Project management. Processing of file types. Revision and proofreading processes. Quality control. Resolution of possible conflicts with clients.
Interpreting	Interpreting practice. Types of clients. Types of interpreting. Terminology management. Resolution of possible conflicts with clients.
Quoting, invoicing and taxation	Quoting and invoicing. Accounting. Fundamental aspects of freelance translators' and interpreters' tax requirements. Taxes and related declarations.
Ergonomics, time and space management	Management of the physical work environment (workplace location, lighting condition, use of peripheral equipment, etc.) and virtual work environment (folder management, tool management, etc.). Compensatory ergonomic exercises and active breaks (muscle stretching, visual exercises, etc.). Time planning.
Marketing	Professional associations and professional distribution lists. Presence on the internet. The fundamental importance of quality of work as a marketing strategy. Contact with other professionals (attendance to events, networking, co-working, etc.). Negotiation with clients.
Rates	Factors that influence the establishment of rates (field of specialisation, urgency, format, minimum services, etc.). Pricing (per word, per hour, per page, minimum service, etc.). Rate calculators (such as Asetrad's CalPro).
Tools and documentation resources	Terminology management tools Specific documentation resources (for fields of specialisation, language combinations, etc.). Use of tools in the translation process (CAT tools, post-editing tools, quality control tools, etc.).
Associationism	Variety of associations (both national and international). Impact of professional associations on the profession. Benefits of becoming a member of a professional association.
Defining professional goals	Career counselling (economic objectives, fields of specialisation, types of clients, language combinations, schedules, etc.).
Deontology	Use of codes of ethics. Confidentiality issues. Ethical dilemmas.

Obrázek 10 – Témata a obsah mentoringového programu (Olalla-Soler, 2018, s. 73)

Studenti, kteří se zúčastnili programu v akademickém roce 2016/2017, ve svém hodnocení uváděli, že si zlepšili především své dovednosti týkající se překladatelské praxe, sestavování rozpočtu a daní, stanovení sazeb, využívání profesních asociací a definování profesních cílů. Naopak jejich dovednosti v oblasti marketingu a deontologie se podle nich příliš nezlepšily. Studenti také identifikovali některé negativní aspekty, například že někdy museli pracovat s mentory, kteří se specializovali na oblasti, o které studenti neměli zájem. (ibid., s. 79) Autorka celkově výsledky mentoringového programu hodnotí pozitivně a uvádí, že ho plánují v následujících letech dále vylepšovat.

Využití mentoringového programu jako součásti pracovní stáže pro studenty PT považujeme za velmi zajímavou iniciativu. Domníváme se, že ze všech výše uvedených strategií může mentoringový program studentům nejlépe přiblížit práci profesionála v oboru PT na volné noze. Zajímavým podnětem je i zapojení profesní organizace jakožto zprostředkovatele tohoto programu. Na druhou stranu, v případě tohoto programu byli jako mentoři vybíráni pouze

profesionální překladatelé a tlumočníci, takže studenti nepřišli do styku s dalšími možnostmi uplatnění.

Další autoři testovali konkrétní návrhy a strategie, jak rozvíjet podnikatelské kompetence specificky u studentů překlada. Například Gys-Walt van Egdom et al. (2020) zkoumá, jaký vliv mají simulované překladatelské kanceláře (studijní moduly, při nichž studenti pracují společně v týmu, vyhledávají a realizují překladatelské projekty, které co nejdříve simulují činnosti na překladatelském trhu) na vnímanou podnikatelskou kompetenci studentů a efektivitu při plánování. Tohoto výzkumu se účastnili studenti z různých univerzit, které jsou zapojené do sítě INSTB (*International Network of Simulated Translation Bureaus*). Metodu simulace reálného trhu využívají i na Univerzitě v Turku, kde studenti překladatelského magisterského oboru absolvují povinný předmět *Vícejazyčná překladatelská dílna (Multilingual Translation Workshop)*, v rámci něhož ve skupinách založí vlastní virtuální simulovanou překladatelskou firmu a procházejí jednotlivými fázemi založení nového podniku: vybírají si název pro svou firmu, sestavují podnikatelský plán včetně zásad cenotvorby, navrhují webové stránky firmy a využívají překladatelské nástroje, aby mohli přijímat zakázky od zákazníků (Salo et al. 2020, s. 100).

Výše uvedené návrhy jsou spíše vhodné pro studenty překlada, jelikož cílí hlavně na spolupráci v rámci překladatelských agentur. Překladatelé během své práce zpravidla spolupracují i s dalšími články vydavatelského procesu (vydavatelstvím, editorem, korektorem apod.), zatímco tlumočnický poskytuje „hotový produkt“ (tlumočení už dále nikdo neupravuje). Nicméně některé aspekty z těchto strategií by mohly být užitečné i pro studenty tlumočení, například spolupráce s kolegy, komunikace s klientem, plánování zakázek apod., samotná forma by však musela být přizpůsobena specifikům trhu s tlumočnickými službami.

V této kapitole jsme se snažili nabídnout přehled návrhů a strategií, jak rozvíjet podnikatelské kompetence v rámci vzdělávání tlumočnicků (a překladatelů), zhodnotit jejich přínos a případné nedostatky a ukázat odlišné přístupy různých autorů. I když se jednotlivé návrhy a strategie liší v nástrojích využívaných pro rozvoj podnikatelských kompetencí, můžeme říct, že se obecně snaží o zapojení praxe, respektive reálného trhu s tlumočnickými službami do výuky. Dalším důležitým tématem, které se v návrzích opakovalo, je nutná diverzifikace profesní role tlumočnicka a rozšiřování obzorů studentů v oblasti jejich budoucího uplatnění. Tyto tendence ve výuce tlumočení považujeme za velmi přínosné. Zároveň zde vidíme prostor pro další výzkum, který by se zaměřil na hodnocení přínosu jednotlivých aktivit pro rozvoj podnikatelských kompetencí a efektivitu daných přístupů.

3 Empirická část

V empirické části této práce popíšeme vlastní výzkum zaměřený na podnikatelské kompetence tlumočnicků, v rámci něhož jsme se snažili zjistit, které podnikatelské kompetence jsou z pohledu tlumočnicků důležité pro výkon jejich profese a jakým způsobem si konkrétní kompetence osvojují. Při sestavování a plánování výzkumu jsme se řídili zejména publikacemi *Research methods in interpreting: a practical resource* (Hale a Napier, 2013) a *Quantitative research methods in translation and interpreting studies* (Mellinger a Hanson, 2017), které se zaměřují právě na metodologii translatologických výzkumů. V této kapitole nejdříve představíme cíle výzkumu a výzkumné otázky, zvolenou metodologii, výzkumný vzorek a popíšeme samotný průběh výzkumu. Závěrečná část je věnovaná analýze získaných dat a diskuzi nad závěry a případnými limitacemi výzkumu.

3.1 Cíle výzkumu a výzkumné otázky

Při formulaci cílů výzkumu a výzkumných otázek jsme vycházeli z odborné literatury a také dosavadních výzkumů na téma rozvíjení podnikatelských kompetencí ve výuce tlumočení, které jsme podrobně popsali v předchozích kapitolách. Teoretická východiska a popis stávající situace ve výuce tlumočení nám pomohly zvolit takové zaměření výzkumu, které může mít přesah i do praxe (zejména při sestavování studijních plánů tlumočnických oborů). Je třeba zmínit, že v českém prostředí nebyla doposud v rámci výzkumu věnována tématu rozvíjení podnikatelských kompetencí při přípravě budoucích tlumočnicků zvláštní pozornost. Rozhodli jsme se proto náš výzkum pojmout jako prvotní studii, která popíše stávající situaci v dané oblasti a připraví půdu pro další odborné práce. Naším hlavním cílem bylo zmapovat postoj tlumočnicků k podnikatelským kompetencím z hlediska vnímání jejich důležitosti pro výkon tlumočnické profese a způsob, jakým si tlumočníci tyto kompetence osvojují, a získaná data následně využít pro identifikaci vzdělávacích potřeb studentů tlumočení v oblasti rozvíjení podnikatelských kompetencí.

Za tímto účelem jsme si stanovili níže uvedené výzkumné otázky. Zvolené otázky záměrně kombinují kvantitativní i kvalitativní přístup, abychom získali co nejkomplexnější data. U třech otázek kvantitativního charakteru jsme zároveň stanovili hypotézu, kterou má výzkum potvrdit, nebo vyvrátit:

VO 1: Jak hodnotí tlumočníci důležitost podnikatelských kompetencí v porovnání s dalšími kompetencemi tlumočnicka?

H1: Tlumočníci hodnotí podnikatelské kompetence v porovnání s ostatními tlumočnickými kompetencemi jako stejně důležité pro výkon své profese.

VO 2: Jakým způsobem si tlumočníci nejčastěji osvojují podnikatelské kompetence – v rámci studia oboru tlumočnictví, zkušeností v praxi nebo v rámci cíleného samostudia?

H2: Tlumočníci si osvojují podnikatelské kompetence převážně v rámci praxe (tj. zkušeností).

VO 3: Připravuje studium tlumočnictví tlumočnický (z jejich pohledu) dostatečně na výkon soukromého podnikání?

H3: Studium tlumočení dostatečně nepřipravuje tlumočnický (z jejich pohledu) na výkon soukromého podnikání.

Zbylé tři výzkumné otázky jsou spíše kvalitativní a mají poskytnout podrobnější popis či interpretaci zkoumané problematiky:

VO 4: Které podnikatelské kompetence jsou z pohledu tlumočnicků důležité pro výkon jejich profese?

VO 5: V jakých podnikatelských kompetencích by se chtěli tlumočníci dále zlepšovat či vzdělávat?

VO 6: Které kompetence by podle studentů a absolventů oboru tlumočnictví měly být více rozvíjeny v rámci výuky?

Na základě stanovených cílů a výzkumných otázek jsme přistoupili k volbě vhodné metodologie.

3.2 Metoda výzkumu

Pro vlastní výzkum jsme zvolili metodu elektronického dotazníkového šetření, které umožňuje sběr kvantitativních i kvalitativních dat a zároveň zaručuje poměrně vysokou pravděpodobnost návratnosti. Naším záměrem bylo získat kvantitativní data od co největšího počtu respondentů a zároveň nabídnout prostor pro detailnější komentář a osobní poznámky formou několika otevřených otázek. Při výběru vhodné metody jsme se také inspirovali předchozími výzkumy na podobné téma, které ke sběru dat využívaly právě dotazník (Álvarez-Álvarezand a Arnáiz-Uzquiza, 2017; Klimkowska, 2014; Muñoz-Miquel, 2020). Původně jsme zvažovali i metody

rozhovoru či fokusních skupin (podobně jako Galán-Mañasa a Olalla-Soler, 2021), které umožňují získat detailnější vhled do dané problematiky, avšak od menšího počtu respondentů (Hale a Napier, 2013, s. 95). Vzhledem k tomu, že se jedná o první detailnější výzkum na toto téma v českém kontextu, bylo pro nás důležitější získat data od většího počtu respondentů s tím, že výše zmíněné metody mohou být využity v rámci navazujícího výzkumu či pro případnou triangulaci dat.

Podle Hale a Napier je důležité si uvědomit, že v rámci dotazníku získáváme od respondentů pouze subjektivní data, jejichž pravost nelze zcela ověřit (2013, s. 52). Vzhledem k tomu, že součástí našeho dotazníku bylo i sebehodnocení tlumočnicků (pozn. hodnocení úrovně svých kompetencí), museli jsme s tímto omezením pracovat. Naším cílem nicméně nebylo objektivně testovat úroveň podnikatelských kompetencí tlumočnicků, ale spíše zjistit, jaké podnikatelské kompetence tlumočníci v praxi využívají a jakým způsobem si je osvojují. Otázky v rámci dotazníku lze navíc nakombinovat tak, aby testovaly validitu subjektivních odpovědí (ibid., s. 53). Z toho důvodu jsme například otázky typu „*Jak byste ohodnotil*a úroveň svých kompetencí v oblasti XY?*“ doplňovali otázkami typu „*Chtěl*a byste se v oblasti XY nějakou formou dále vzdělávat?*“. Lze předpokládat, že pokud tlumočnick hodnotí určitou kompetenci jako důležitou pro výkon své profese a zároveň svou úroveň této kompetence jako nízkou, bude mít zájem se v této kompetenci dále zlepšovat. Každý respondent pochopitelně hodnotí úroveň svých kompetencí subjektivně, a získaná data tak nevypovídají o skutečné úrovni podnikatelských kompetencí tlumočnicků. Tato struktura otázek nám nicméně umožní ověřit, zda tlumočníci v tom, jak ovládají podnikatelské kompetence, vnímají nějaké nedostatky a zda mají motivaci na těchto nedostacích dále pracovat (tj. identifikovat vzdělávací potřeby).

3.2.1 Tvorba dotazníku

Pro tvorbu dotazníku jsme využili nástroj Google formuláře z důvodu přívětivého a intuitivního uživatelského prostředí, velké míry flexibility a snadného šíření elektronickou formou. Podle Chromého je základní poučkou pro vytváření dotazníku, že by neměl být příliš dlouhý, zároveň však musí obsahovat dostatečný počet otázek, abychom získali podrobná data. Ideální doba vyplňování dotazníku by tak podle něj neměla přesáhnout 25–30 minut. (2014, s. 10–11) Hale a Napier jako optimální uvádí dokonce 10–15 minut (2013, s. 55). Postupovali jsme proto tak, že jsme nejdříve sepsali všechny relevantní otázky k danému tématu a následně jsme je upravovali, třídili a seřazovali tak, abychom získali co nejvíce dat a zároveň respondenty neodradili délkou dotazníku. Z tohoto důvodu jsme museli některé otázky zestručnit nebo

vypustit a prioritizovat ty, které byly nejdůležitější z hlediska cílů našeho výzkumu. Tento postup doporučuje například Dörniery a Taguchi (2010).

Struktura dotazníku se řídí doporučenou strukturou podle Hale a Napier: 1. informační stránka pro účastníky, 2. otázky, 3. prostor pro komentáře, 4. děkovná stránka (2013, s. 55). V rámci informační stránky jsme uvedli, čím se daný výzkum zabývá, kdo výzkum realizuje (název instituce a naše kontaktní údaje), pro koho je dotazník určen a předpokládanou délku vyplňování (15 minut). Dále jsme účastníky upozornili, že dotazník je anonymní a jeho vyplněním dávají souhlas se zpracováním poskytnutých informací pro účely vypracování diplomové práce. Úvodní stránka také obsahovala vysvětlivky k pojmům a zkratkám používaným v rámci dotazníku (OSVČ, PT, kompetence).

Většina otázek v dotazníku je uzavřených (tj. uvádí i možnosti odpovědí). Otevřené otázky jsme využili pouze jako prostor pro doplnění či k poznámkám, jelikož zabírají respondentům poměrně dost času, a ti tak mohou mít tendenci odpovídat na ně zkratkovitě, případně je i úplně přeskakovat (Chromý, 2014, s. 14). V rámci uzavřených otázek využíváme převážně škály (zejména Likertovu, respektive Osgoodovu škálu) a výběr z více možností. Abychom zajistili, že respondent nebude přeskakovat otázky, na které se mu nechce odpovídat, nastavili jsme většinu otázek jako „povinné“ (bez jejich zodpovězení nelze pokračovat ve vyplňování) s výjimkou některých doplňujících otázek.

Samotné otázky jsme rozčlenili do několika tematických sekcí, aby byl dotazník co nejpřehlednější a jednotlivé části na sebe logicky navazovaly. První sekce obsahuje uzavřené otázky zjišťující demografické informace o respondentech (věk, pohlaví, pracovní jazyky, sociálně-ekonomická situace apod.), jak doporučuje Hale a Napier (2013, s. 57). Druhá sekce otázek je zaměřená na postoj respondentů k podnikatelským kompetencím – chtěli jsme, aby se respondenti na začátku zamysleli, co si představují pod pojmem „podnikatelské kompetence“ a zda se sami identifikují jako podnikatelé či podnikatelky.

Další otázky jsme formulovali tak, abychom získali vhodná data pro zodpovězení hlavních výzkumných otázek. Pro tyto účely jsme potřebovali vytvořit seznam konkrétních kompetencí, které budou respondenti hodnotit. Vycházeli jsme přitom z modelu EntreComp (Bacigalupo et al., 2016) a dalších kompetenčních modelů tlumočnicka popsaných v kapitole 1.2, na základě nichž jsme vytvořili vlastní komplexní model podnikatelských kompetencí, jež mohou být z našeho pohledu relevantní pro tlumočníky (na volné noze). Tímto způsobem jsme

došli k následujícím oblastem podnikatelských kompetencí, k nimž jsme vždy uvedli konkrétní příklady:

1. Oblast marketingu a získávání zakázek

- Oslovování nových klientů a získávání zakázek
- Využívání sociálních sítí k propagaci svých tlumočnických služeb
- Budování vlastní značky
- Využívání členství v profesních sdruženích k rozšiřování dosahu
- Budování kontaktní sítě mezi kolegy, networking

2. Oblast financí a účetnictví

- Cenotvorba (nacenění služeb)
- Vyjednávání o ceně a obchodních podmínkách s klientem
- Vedení účetnictví, fakturace
- Správa daní, sociálního a zdravotního pojištění a dalších odvodů
- Znalost zahraničního trhu a povinností spojených s podnikáním v zahraničí
- Stanovování finančních cílů a plánu, jak jich dosáhnout
- Spravování vlastního rozpočtu (plánování příjmů a výdajů)

3. Organizace práce a strategické plánování

- Plánování zakázek a rozvržení pracovního dne
- Nastavení rovnováhy mezi pracovním a osobním životem
- Plnění pracovních cílů a dodržování termínů
- Hledání inovativních přístupů pro zefektivňování svých služeb
- Sledování trendů v oboru a osvojování si nových postupů, technologií apod.
- Rozšiřování nabízených služeb, tržního dosahu
- Vytváření obchodní strategie

4. Psychická odolnost, flexibilita a motivace

- Zvládání nejistoty a vyšší míry rizika
- Schopnost udržet si motivaci a nepoddávat se občasným neúspěchům
- Flexibilita, schopnost reagovat na náhlé změny
- Schopnost učit se z vlastních zkušeností a chyb
- Zvládání pracovní zátěže a stresu
- Sebereflexe – rozpoznání svých silných a slabých stránek

5. Práce v týmu a komunikace

- Schopnost sestavit a vést tým (například pro větší tlumočnickou zakázku)
- Schopnost delegovat práci, outsourcovat
- Spolupráce s kolegy
- Efektivní komunikace s klienty

Ke každé z výše uvedených oblastí byla přiřazena sada 5 stejných otázek. Sekce věnovaná oblasti marketingu a získávání zakázek tak například obsahovala tyto otázky:

1. Jak důležité jsou podle vás pro tlumočnicka kompetence v oblasti marketingu a získávání zakázek?
2. Jak byste ohodnotil*a úroveň svých kompetencí v oblasti marketingu a získávání zakázek?
3. Jakou cestou jste si osvojoval*a kompetence v oblasti marketingu a získávání zakázek?
4. Chtěl*a byste se v oblasti marketingu a získávání zakázek nějakou formou dále vzdělávat?
5. Pokud ano, které kompetence byste si chtěl*a zlepšit?

Uvědomujeme si, že zvolený seznam kompetencí není vyčerpávající a je do jisté míry ovlivněn naším subjektivním výběrem. Z tohoto důvodu jsme pracovali s obecnějšími „oblastmi podnikatelských kompetencí“ a konkrétní kompetence uváděli pouze jako příklady. U otázek směřujících na to, které kompetence by si respondenti chtěli zlepšit, jsme vždy uváděli možnost „jiné“ pro případ, že by někdo chtěl uvést odpověď nad rámec nabízených možností. Podobně jsme postupovali i u otázky, jakou cestou si respondenti osvojovali dané kompetence, jelikož nebylo možné uvést všechny existující možnosti (zároveň jsme však výběr omezili na max. 3 nejrelevantnější možnosti).

Dotazník dále obsahuje několik doplňujících otázek k podnikatelským kompetencím, v rámci nichž respondenti hodnotí důležitost podnikatelských kompetencí v porovnání s dalšími kompetencemi tlumočnicka (znalost pracovních jazyků a kultury, ovládnutí tlumočnických strategií apod.) a také přínosnost vybraných způsobů výuky podnikatelských kompetencí (mentoringový program, reálná praxe, simulovaná praxe, přednášky praktikujících tlumočnicků, praktické semináře/workshopy zaměřené na jednotlivé podnikatelské kompetence a odborné teoretické přednášky). Tyto otázky jsme záměrně umístili téměř na konec dotazníku – respondenti by v tomto místě už měli mít lepší představu o tom, co jsou podnikatelské kompetence, a měli by tak být schopni reflektovat, jakým způsobem si je osvojovali. Poslední

zmíněná otázka nicméně obsahuje možnou odpověď „nedokážu posoudit“ pro případ, že se respondent s daným způsobem výuky nikdy nesešel a nedokáže zhodnotit jeho přínosnost.

Předposlední sekce dotazníku je určena pouze pro studenty a absolventy tlumočnických oborů (pro rozdělení respondentů jsme použili rozřazovací otázku „*Máte ukončené vzdělání nebo aktuálně studujete v oboru tlumočení?*“). Chtěli jsme tak zjistit, zda studium oboru tlumočnictví připravuje tlumočnický dostatečně na soukromé podnikání v oblasti PT (z jejich pohledu), jaké předměty vnímají respondenti jako nejpřínosnější z hlediska osvojování podnikatelských kompetencí a které kompetence by podle nich měly být v rámci výuky rozvíjeny více. Odpovědi na tyto otázky jsou sice do jisté míry ovlivněny náhodným vzorkem respondentů (každý absolvoval studium tlumočnictví v jiném období, s různými jazykovými kombinacemi apod.), přesto věříme, že mohou odhalit některé převažující trendy a názory. Pro přesnější data by bylo nicméně nutné provést detailnější výzkum zaměřený pouze na studenty a absolventy oboru tlumočnictví.

Závěrečná sekce dotazníku je vyhrazena pro případné komentáře či připomínky k tématu výzkumu a podobě dotazníku. Celý dotazník je uveden v příloze č. 1 k této diplomové práci.

K podobě dotazníku bychom ještě chtěli zmínit, že jsme se snažili, aby byl co nejvíce inkluzivní. Z toho důvodu jsme vždy uváděli mužské i ženské tvary s použitím symbolu hvězdičky (např. tlumočnicki*ice) i s ohledem na to, že tlumočení je značně feminizovaná profese, a nedávalo by tak smysl oslovovat v rámci dotazníku pouze „tlumočnický“. Je třeba zmínit, že jde v českém jazyce o poměrně novou tendenci, která není ještě zcela ustálená, a zvolený způsob tak jistě není dokonalý. Jedna respondentka v rámci poznámek k podobě dotazníku například uvedla, že pro ni byl tento způsob formulace rušivý. V rámci samotné diplomové práce a analýzy získaných dat jsme se nicméně rozhodli využívat převážně generické maskulinum z důvodu lepší srozumitelnosti a úspory místa.

3.2.2 Pilotní studie

Před spuštěním samotného dotazníkového šetření jsme provedli pilotní studii, v rámci níž jsme dotazník nechali vyplnit tři zkušební osoby s ohledem na cílovou skupinu respondentů, jak doporučuje Hendl a Remr (2017, s. 153), a poprosili je o zpětnou vazbu ke struktuře dotazníku, technické funkčnosti, srozumitelnosti otázek apod. Ověřili jsme si tak zároveň časovou náročnost vyplňování dotazníku.

Získané připomínky jsme následně zapracovali do výsledné podoby dotazníku. Jednalo se hlavně o drobné úpravy – odstranění překlepů, změna nastavení (chybějící omezení počtu zaškrtnutých odpovědí), přidání věkové kategorie „66 let a více“ k otázce na věk respondentů, doplnění kontaktních informací v úvodu dotazníku či změna formulace otázky směřující na úroveň vzdělání respondentů. Je třeba zmínit, že Hale a Napier doporučují testování až na 10 osobách (2013, s. 67), což nebylo v případě našeho výzkumu vhodné, jelikož bychom si výrazně snížili počet respondentů. V rámci samotného výzkumu se nám tak sešlo pár dalších připomínek k podobě dotazníku, které už nebylo možné zapracovat. Na druhou stranu se nejednalo o žádné závažné nedostatky. Tyto připomínky mohou sloužit pro zdokonalení případného budoucího výzkumu v této oblasti (rozebíráme je v následujících kapitolách).

3.2.3 Sběr dat a respondenti

Výzkumnou populací pro náš výzkum byli všichni aktivní tlumočníci*ice, studenti*ky tlumočení i osoby, které se tlumočení profesně věnovaly v minulosti. Původně jsme zvažovali, zda výběr neomezit pouze na tlumočníky a tlumočnice na volné noze, kteří podnikatelské kompetence pravděpodobně využívají nejvíce, nakonec jsme ale od tohoto záměru upustili. Neplatí totiž výlučně, že každý tlumočník na volné noze využívá podnikatelské kompetence (může například převážně pracovat externě pro instituce EU), a naopak tlumočník, který je aktuálně v zaměstnaneckém poměru, mohl působit na volné noze v minulosti a podnikatelské kompetence hojně využíval. Zároveň jsme chtěli získat i pohled studentů, kteří ještě nutně nemají zkušenosti s praxí, ale už mají nějaké představy o svém uplatnění na tlumočnickém trhu. Takto rozmanitá výzkumná populace s sebou nese jistá omezení, která jsme se snažili zohlednit v rámci interpretace dat.

Vzhledem k široké definici výzkumné populace nebylo možné zvolit žádnou z forem pravděpodobnostního výběru výzkumného vzorku, které se zpravidla využívají v rámci kvantitativního výzkumu (Hale a Napier, 2013, s. 68). Pro naše účely jsme proto zvolili tzv. dostupný (příležitostný) výběr, kdy autor výzkumu identifikuje potřebné charakteristiky respondentů a následně vyzve dobrovolníky z odpovídajícími vlastnostmi k účasti ve výzkumu (ibid., s. 73). Je třeba zmínit, že tato metoda má své nedostatky, zejména nízkou míru reprezentativnosti (tj. výsledná data nelze vztáhnout na celou populaci). Na tuto limitaci proto předem upozorňujeme.

Sběr dat trval od 25. 9. 2024 do 6. 11. 2024, tedy o něco déle než měsíc. Distribuce dotazníků probíhala ve dvou fázích. V první fázi jsme výzvu k vyplnění dotazníku zveřejnili na sociální

síti Facebook, konkrétně v soukromé skupině Simultánní blekotání (cca 4100 členů) určené pro tlumočníky a Vítejte na Šporkovi (cca 700 členů) určené studentům a absolventům ÚTRL. Dále jsme požádali tajemnici ÚTRL PhDr. Vandu Obdržálkovou, Ph.D., aby dotazník rozeslala elektronickou poštou absolventům a současným studentům nMgr. oboru tlumočení na ÚTRL, a také zástupce hlavních českých tlumočnických organizací (JTP, ASKOT a KST ČR), aby výzvu rozšířili mezi své členy, případně na svých webových stránkách/sociálních sítích. Do šíření dotazníku se zapojily všechny tři zmíněné organizace. Ve druhé fázi (cca o týden později) jsme dotazník opětovně zveřejnili na facebookových skupinách a také na osobním profilu na sociální síti LinkedIn jako připomínku pro ty, kteří měli zájem dotazník vyplnit, ale z nějakého důvodu na to zapomněli. Zároveň jsme požádali Mgr. et Mgr. Ondřeje Klabala, Ph.D., aby dotazník rozšířil i mezi studenty tlumočnictví na FF Univerzity Palackého, jelikož mezi odpověďmi převažovali absolventi ÚTRL. Tímto bychom chtěli poděkovat všem, kteří přispěli k šíření dotazníku.

Sběr dat pro náš výzkum jsme ukončili ve fázi, kdy už nepřibývaly žádné nové odpovědi. Je třeba zmínit, že není možné zjistit, kolik respondentů se do výzkumu zapojilo, ale z nějakého důvodu jej nedokončilo. Celkový počet respondentů, kteří se zapojili do výzkumu a dokončili jej, je 80 osob.

3.3 Analýza získaných dat

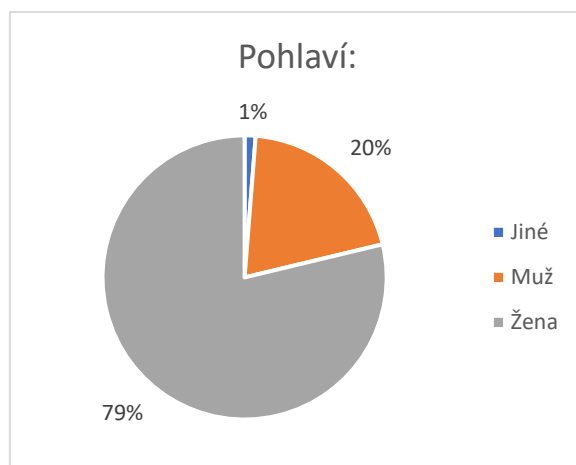
Tato kapitola je věnovaná vyhodnocení dat získaných v elektronickém dotazníkovém šetření. K vyhodnocení dat jsme využili integrované nástroje Google formulářů, které umožňují jak zobrazení jednotlivých odpovědí každého respondenta (např. v excelové tabulce), tak souhrnné zobrazení všech odpovědí na jednotlivé otázky formou automaticky vytvořených grafů. Pro naše účely jsme využili možnosti stáhnout všechny odpovědi ve formátu .csv a následně jsme použili aplikaci Excel pro vytvoření vlastních grafů. Tyto nástroje nám značně usnadnily práci, neboť jsme nemuseli data kódovat a třídit manuálně. Surová data z dotazníku jsou k dispozici v příloze č. 2 k této diplomové práci.

Většina získaných dat (resp. proměnných) má nominální povahu, to znamená, že u nich sledujeme pouze četnost ve statistickém souboru (Hale a Napier, 2013, s. 76), kterou znázorňují přiložené grafy s vlastním doprovodným komentářem či interpretací. V případě otázek využívajících škály jsme pracovali s řadovými (ordinálními) daty, jež lze pro účely porovnání zprůměrovat, nejedná se však o kvantitativní data (ibid.). Například u otázky směřující na hodnocení různých metod výuky podnikatelských kompetencí lze spočítat průměrné hodnocení

každé z uvedených metod (respektive medián) a konstatovat, která metoda byla hodnocena pozitivněji a která naopak negativněji (nelze však například dovodit, že metoda č. 1 je dvakrát přínosnější než metoda č. 2). U otevřených otázek jsme odpovědi zpracovávali manuálně, jelikož se nám na ně sešlo poměrně malé množství odpovědí (důvodem je nejspíš to, že šlo pouze o volitelné doplňkové otázky). Při vyhodnocování dat budeme postupovat primárně podle pořadí otázek v dotazníku. Nabídneme také porovnání odpovědí na vybrané otázky a pokusíme se ověřit vztah mezi některými proměnnými.

3.3.1 Demografické údaje o respondentech

První dva grafy znázorňují demografické rozložení našeho výzkumného vzorku. Vyplyvá z nich, že mezi respondenty výrazně převažují ženy (dotazník vyplnilo 63 žen, 16 mužů a jeden člověk uvedl jako pohlaví „jiné“).¹⁰ Tato nerovnováha může souviset s tím, že tlumočnictví je do značné míry feminizovaná profese, což dokládají mnohé studie (Gentile, 2018, s. 19). Podíl žen v našem vzorku navíc koresponduje i s dalšími daty o genderovém zastoupení mezi tlumočnickými a překladateli. Například podle šetření společnosti CSA Research (ve spolupráci s dalšími organizacemi) z roku 2020 bylo mezi tlumočnickými a překladateli zapojenými do průzkumu 66 % žen a 33 % mužů (Pielmeier a O'Mara, 2020, s. 7) a podle dat ze Spojených států bylo v roce 2022 mezi tlumočnickými a překladateli v USA 71,2 % žen a 28,8 % mužů (Data USA, 2022).¹¹



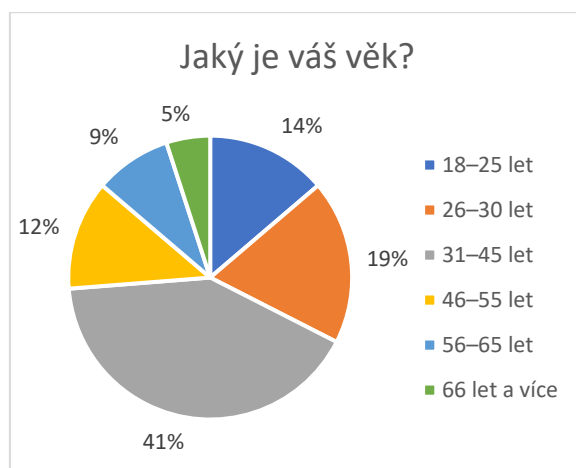
Graf 1 – Pohlaví respondentů

Věkové rozložení mezi našimi respondenty je celkem pestré. Nejvíce zastoupená je věková skupina 31–45 let (33 osob), dále 26–30 let (15 osob), 18–25 let (11 osob), 46–55 let (10 osob),

¹⁰ V grafech uvádíme procenta zaokrouhlená na celá čísla (zde i dále).

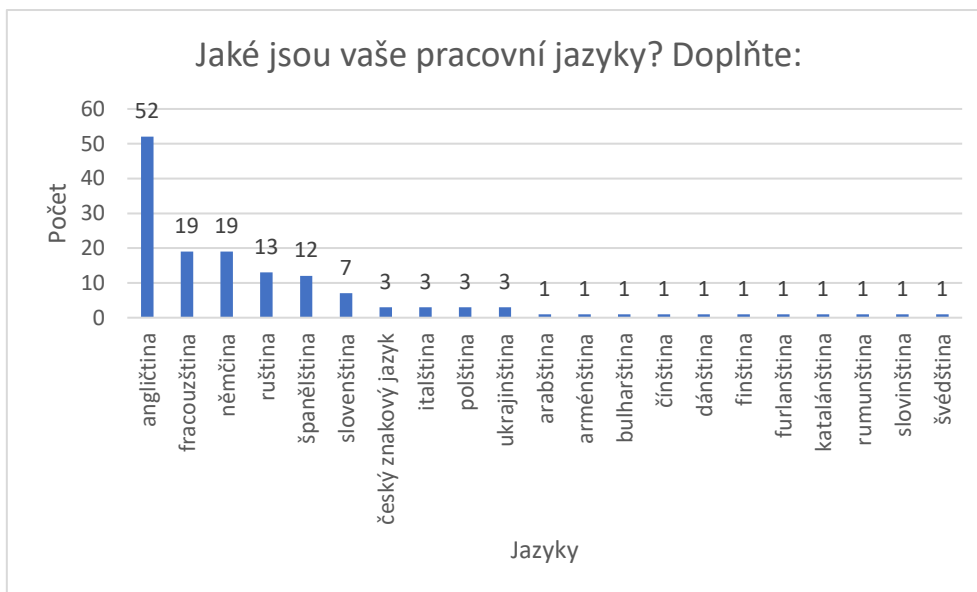
¹¹ Nepodařilo se nám dohledat relevantní data o genderovém rozložení mezi českými tlumočnickými a překladateli.

56–65 let (7 osob) a 4 osoby ve věku 66 let a více. Je třeba zmínit, že věkové skupiny nebyly zvoleny zcela rovnoměrně a nereprezentují srovnatelný rozsah let, nicméně ze získaných dat lze vyčíst celkem rovnoměrné věkové rozložení výzkumného vzorku s tím, že nejméně zastoupená je skupina 66 let a více.



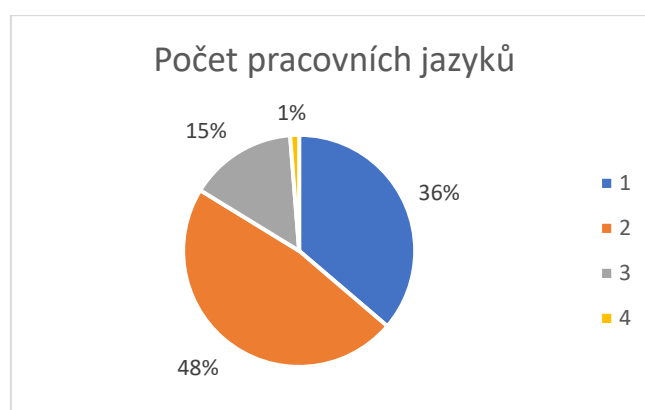
Graf 2 – Věk respondentů

Graf č. 3 znázorňuje zastoupení pracovních jazyků mezi respondenty. Tato otázka byla v dotazníku koncipovaná jako otevřená, získaná data jsme proto museli roztrždit manuálně s pomocí Excelu (někteří psali jazyky celým slovem, jiní jen zkratkou). Jelikož někteří respondenti uváděli mezi svými jazyky češtinu a jiní ne, rozhodli jsme se tento jazyk z odpovědí zcela eliminovat (s výjimkou českého znakového jazyka), aby výsledná data nebyla zkreslená (předpokládáme totiž, že čeština je pracovním jazykem všech respondentů vzhledem k tomu, že samotný dotazník je v českém jazyce a zároveň jsme ho šířili mezi tlumočníky působícími na českém trhu). Z takto očištěných dat vychází, že nejvíce zastoupeným pracovním jazykem mezi našimi respondenty je angličtina (52) a dále francouzština (19), němčina (19), ruština (13) a španělština (12). Ostatní jazyky se vyskytují spíše marginálně. Jak je vidět, nejvíce zastoupené jazyky zároveň odpovídají jazykům, které lze studovat v rámci oboru Tlumočnictví na ÚTRL, což může souviset s tím, že většina našich respondentů jsou právě absolventi ÚTRL (viz dále).



Graf 3 – Pracovní jazyky respondentů (kromě češtiny)

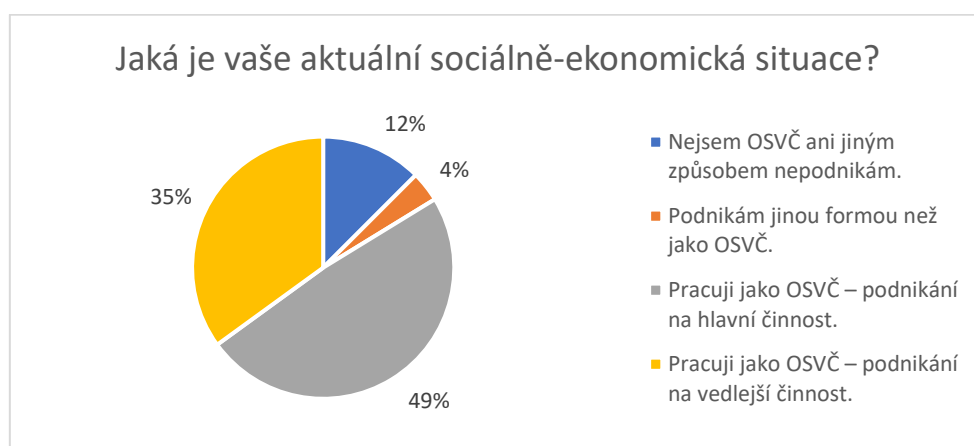
Vzhledem k tomu, že respondenti měli uvést všechny své pracovní jazyky, můžeme také sledovat počet pracovních jazyků u každého respondenta (opět bez českého jazyka). Graf č. 4 ukazuje, že nejvíce respondentů má kromě češtiny 2 pracovní jazyky (38 osob). Pouze 1 pracovní jazyk uvedlo 29 osob, 3 jazyky byly identifikovány u 12 osob, a 1 osoba uvedla dokonce 4 pracovní jazyky. Je třeba zmínit, že tato statistika nerozlišuje, zda jde o pracovní jazyk A, B nebo C (podle klasifikace AIIC) ani zda jde o jazyk využívaný pro tlumočení anebo překlad.



Graf 4 – Počet pracovních jazyků respondentů (bez českého jazyka)

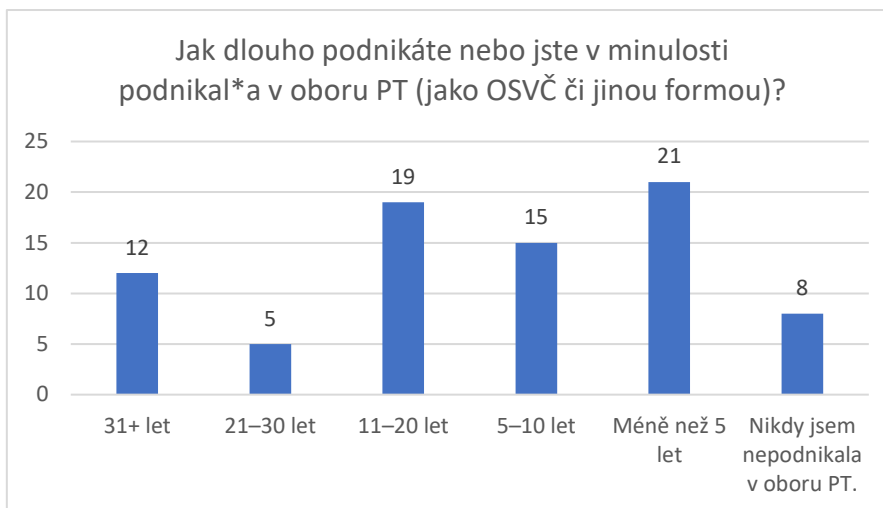
Zda respondenti studovali či studují obor tlumočení jsme zjišťovali v jiné části dotazníku (z důvodu logické návaznosti otázek), zde jen uvedeme, že mezi respondenty bylo celkem 61 studentů a absolventů oboru tlumočení a 19 osob, které obor tlumočení nikdy nestudovaly.

Další otázky už se blíže vztahovaly k hlavnímu tématu našeho výzkumu. Zajímalo nás zastoupení tlumočnicků, kteří podnikají – ať už formou OSVČ, či jinou. Jak můžete vidět na grafu č. 5, převážná většina našich respondentů nějakou formou podniká – 49 % jako OSVČ na hlavní činnost, 35 % jako OSVČ na vedlejší činnost a 4 % jinou formou než OSVČ (může se jednat například o společnost s ručením omezeným, kterou využívají překladatelské a tlumočnické agentury). Pouze 12 % respondentů uvedlo, že nejsou OSVČ ani jiným způsobem nepodnikají. Upozorňujeme, že data získaná z našeho dotazníkového šetření nemusí být reprezentativní pro celou populaci tlumočnicků. Můžeme nicméně konstatovat, že většina našich respondentů má s podnikáním zkušenost. Tato data přitom odpovídají obecnému trendu – z šetření Novotné například víme, že většina absolventů ÚTLR pracujících v oboru PT provozuje svou činnost formou svobodného podnikání (2013, s. 153).



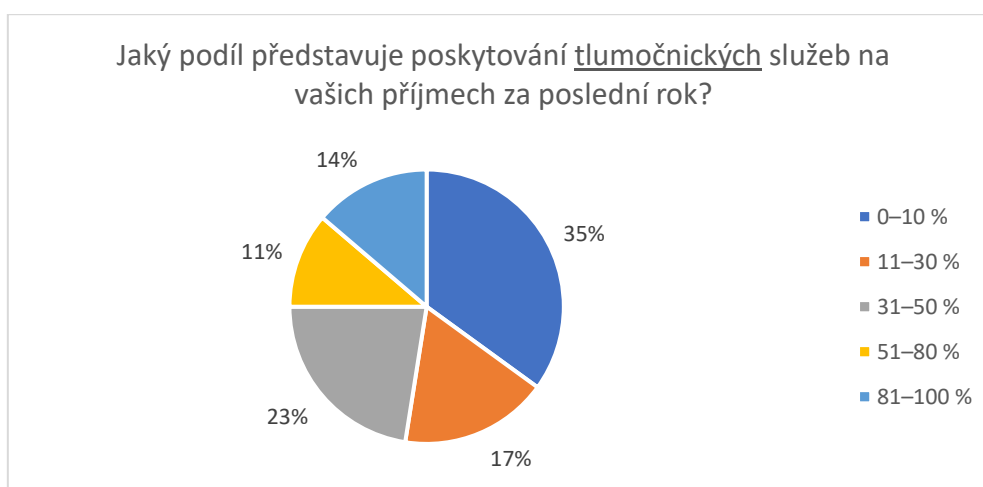
Graf 5 – Sociálně-ekonomická situace respondentů

Jelikož předchozí otázka se vztahovala pouze obecně na podnikání, chtěli jsme dále zjistit, jakou zkušenost mají respondenti s podnikáním konkrétně v oboru PT. Graf č. 6 ukazuje že většina našich respondentů zkušenost s podnikáním v oboru PT má. Pouze 8 osob uvedlo, že v oboru PT nikdy nepodnikalo (toto číslo je nižší než počet nepodnikajících z předchozí otázky, což napovídá, že minimálně 2 osoby v minulosti v oboru PT podnikaly, ale dnes už se podnikání nevěnují vůbec). Respondenti nejčastěji uváděli, že jejich zkušenost s podnikáním v oboru PT je méně než 5 let (z dat vyplývá, že se jedná převážně o mladší osoby do 30 let, tedy pravděpodobně studenty či čerstvé absolventy). Přibližně čtvrtina respondentů (19 osob) uvedla zkušenost v rozmezí 11–20 let, 15 osob v oboru PT podniká/podnikalo 5–10 let, 12 osob uvedlo 31+ let a pouze 5 osob zvolilo rozmezí 21–30 let. Z tohoto pohledu může být zajímavé sledovat, jestli má délka zkušenosti s podnikáním v oboru PT nějaký vliv na vnímání důležitosti podnikatelských kompetencí pro tlumočnicka (viz dále).



Graf 6 – Zkušenost s podnikáním v oboru PT

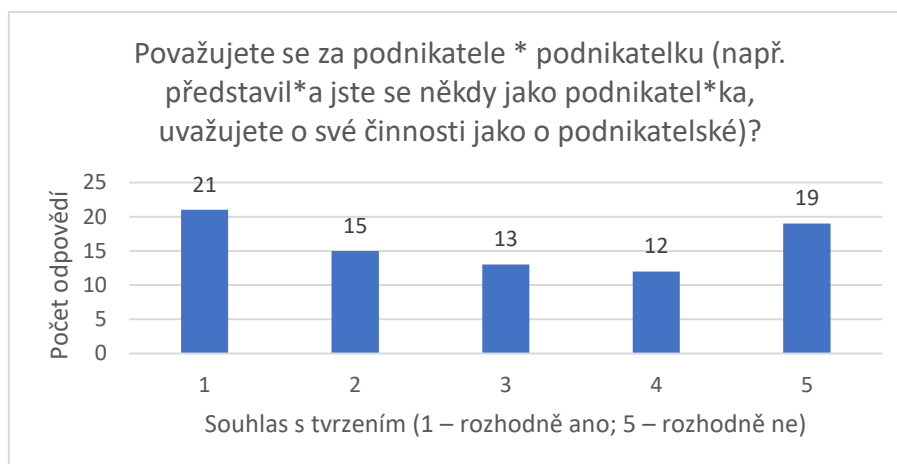
Poslední z úvodních otázek směřovala na to, jaký podíl na příjmech respondentů za poslední rok tvoří poskytování tlumočnických služeb. Jednalo se spíše o kontrolní otázku – je totiž běžnou praxí, že se tlumočníci zároveň věnují překladu, vyučování jazyků či jiným činnostem, chtěli jsme proto zjistit, kolik respondentů se tlumočení věnuje aktivně ve větší míře (tj. tvoří podstatnou část jejich příjmů). Graf č. 7 ukazuje, že poskytování tlumočnických služeb nejčastěji tvoří 0–10 % příjmů respondentů (35 %), dále 31–50 % (23 %) a 11–30 % (17 %). Vyšší podíl na příjmech v rozmezí 51–80 % uvedlo 11 % respondentů. Nejvyšší podíl, tedy 81–100 % hlásí 14 % respondentů. Můžeme tak vidět, že většina (75 %) uvádí podíl na příjmech do 50 %, což odpovídá i zjištěním z šetření Liškové (2023, s. 85). Tato data jsou pouze orientační (nevypovídají například o tom, jak velkou část pracovní náplně respondentů tvoří tlumočnické zakázky), nicméně potvrzují, že většina respondentů se minimálně v minulém roce v nějaké míře poskytování tlumočnických služeb věnovala.



Graf 7 – Podíl poskytování tlumočnických služeb na příjmech respondentů za poslední rok

3.3.2 Postoj k podnikatelským kompetencím

Hlavní část dotazníku se věnovala postoji respondentů k podnikatelským kompetencím. Nejdříve jsme se účastníků obecně ptali, zda se považují za podnikatele. Při prvním pohledu na graf č. 8 je patrné, že výsledky jsou poměrně nejednoznačné. Část respondentů, kteří uvedli, že se za podnikatele rozhodně považují (21), je téměř stejně velká jako ta, co zvolila možnost „rozhodně ne“ (19). Průměr všech odpovědí tvoří 2,9 (medián 3)¹², což odpovídá přibližně středu Likertovy škály (tj. neutrální odpověď). Pokud data očistíme o odpovědi respondentů, kteří uvedli, že nejsou OSVČ a ani jinou formou nepodnikají (lze tak předpokládat, že se za podnikatele nepovažují), dosahuje průměr podobné hodnoty – 2,7 (medián 2). Mezi tlumočníky, kteří pracují jako OSVČ na hlavní činnosti, je průměr nižší – 2,1 (medián 2). U těch, kteří pracují jako OSVČ na vedlejší činnosti, je však o celý stupeň vyšší – 3,2 (medián 3). Celkem překvapivě se tedy ukazuje, že ta část respondentů, u nichž podnikání představuje hlavní zdroj příjmů, se nepovažuje zcela jednoznačně za podnikatele, a ti, co podnikají na vedlejší činnosti mají dokonce mírnou tendenci se za podnikatele nepovažovat, respektive volí středovou, neutrální odpověď.



Graf 8 – Považujete se za podnikatele * podnikatelku?

Tento rozpor může souviset například s tím, že slovo „podnikatel“ má v českém kontextu stále trochu negativní konotace. Průzkum společnosti Deloitte například zjistil, že nedůvěra mladých lidí vůči podnikatelům je v Česku výrazně vyšší než běžně ve světě – pouze 34 % lidí narozených na přelomu tisíciletí označilo podnikání za společensky prospěšné, mezi lidmi narozenými v letech 1983–1994 to bylo dokonce jen 26 % (světový průměr je přitom okolo 50 %). (Deloitte, 2024) Průzkum veřejného mínění české společnosti z roku 2003 zase ukázal,

¹² Všechny průměry z vlastních výpočtů jsou zaokrouhleny na jedno desetinné místo.

že pohled Čechů na podnikatele se značně liší podle toho, zda jde o podnikatele velké, či malé a střední, přičemž na drobné a střední podnikatele pohlížejí s podstatně většími sympatiemi. Většina veřejnosti například považuje za typické pro velké podnikatele, že hledají slabá místa v zákonech, že se společným postupem brání snižování cen, že nevybíravě likvidují své konkurenty a že k majetku přišli nepoctivým způsobem. (Červenka, 2003)¹³ Je tedy možné, že respondenti si pod slovem „podnikatel“ představují spíše velkou firmu a svou živnost nepovažují za podnikání. Netýká se to přitom jen Čechů, Galán-Mañasa a Christian Olalla-Soler došli ve svém výzkumu k podobnému zjištění, tedy že tlumočníci a překladatelé na volné noze se nepovažují za podnikatele, přestože se živí formou svobodného podnikání (2021, s. 408). Podle autorů to poukazuje na potřebu změnit (negativní) vnímání podnikání v evropské společnosti, jak zdůrazňuje i evropský Akční plán podnikání 2020 z roku 2012.



Graf 9 – Asociace k pojmu „podnikatelské kompetence“

¹³ Novější výzkum veřejného mínění na toto téma se nám nepodařilo dohledat. Údaje tedy už nemusí být zcela aktuální.

V další otázce jsme zjišťovali, jak respondenti chápou pojem „podnikatelské kompetence“. Nabídli jsme jim 23 různých dovedností či vlastností (vycházejících převážně z modelu EntreComp) a požádali je, ať označí ty, které se jim s tímto pojmem nejvíce asociují (výběr jsme omezili na max. 10). Mezi asociace, které označila nadpoloviční většina respondentů, patří: vyhledávání a rozpoznání příležitostí, finanční a ekonomická gramotnost, vytváření sítí a kontaktů, zvládání rizika a nejistoty, plánování a management, sebedůvěra, odhodlání a vytrvalost. Tento výběr poměrně přesně odpovídá i oblastem, které jsme zahrnuli do našeho modelu podnikatelských kompetencí relevantních pro tlumočnický (zastoupena není pouze oblast „práce v týmu a komunikace“). Graf č. 9 ukazuje, že nejméně označované jsou naopak: schopnost vést tým, mobilizace dalších lidí, schopnost mobilizovat zdroje, vytváření a naplňování vizí či etické a udržitelné myšlení.

Následující část dotazníku obsahovala opakující se sadu 5 otázek k 5 oblastem podnikatelských kompetencí (celkem tedy 25 otázek). Z důvodu velkého rozsahu nebudeme vkládat všechny grafy k jednotlivým otázkám. U otázek využívajících hodnocení prostřednictvím škály uvedeme pouze průměrnou odpověď a medián, případně některé zajímavé údaje. V závěru této sekce pak nabídneme porovnání odpovědí pro všechny hodnocené oblasti podnikatelských kompetencí. Sada grafů k otázkám na hodnocení podnikatelských kompetencí (které nejsou obsaženy v této práci) je k dispozici v příloze č. 3 k této práci.

Marketing a získávání zakázek

První zkoumanou oblastí kompetencí byl marketing a získávání zakázek. Důležitost těchto kompetencí pro tlumočnicka hodnotili respondenti v průměru známkou 1,7 / medián 1 (na škále 1 – Jsou velmi důležité; 5 – Nejsou důležité) s tím, že nadpoloviční většina (44) uvedla, že tyto kompetence jsou velmi důležité. Když měli respondenti zhodnotit úroveň svých kompetencí v oblasti marketingu a získávání zakázek, hodnotili ji v průměru známkou 3,2 / medián 3 (na škále 1 – Nejlepší známka; 5 – Nejhorší známka), tedy ani jako dobrou, ani jako špatnou.

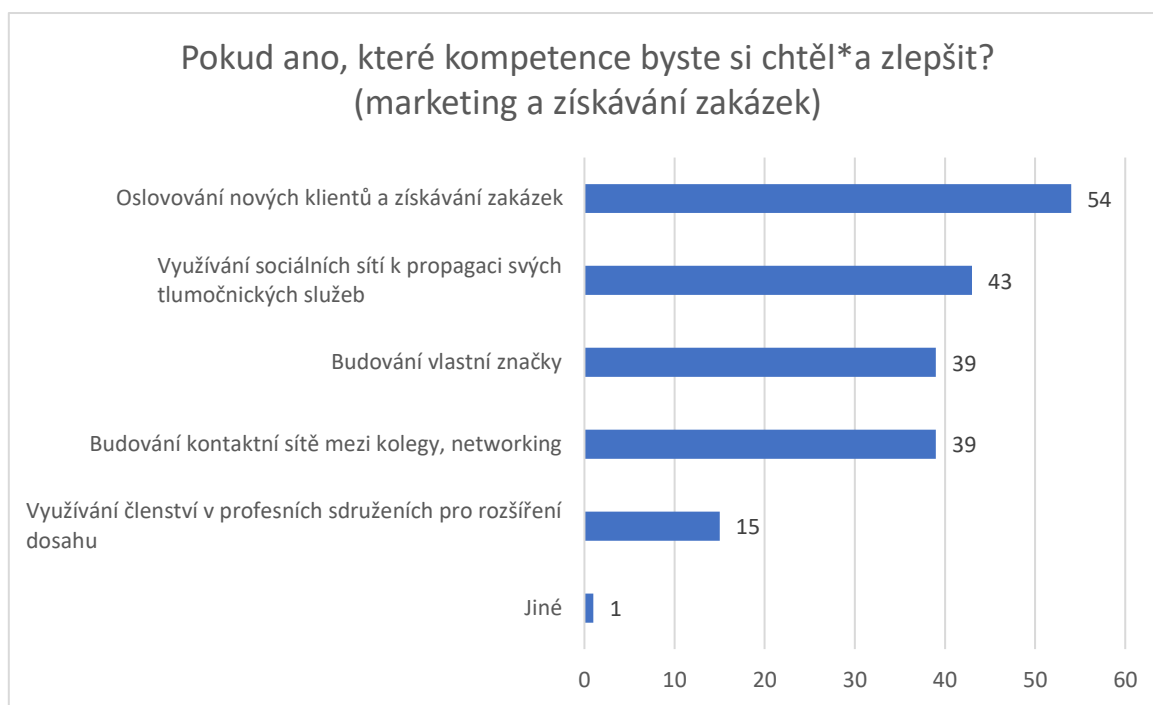
Dále jsme zjišťovali, jakým způsobem si respondenti tyto kompetence osvojovali (respondenti měli vybrat max. 3 možnosti, které pro ně byly nejzásadnější/nejpřínosnější). Z grafu č. 10 vyplývá, že většina (55) si tyto kompetence osvojovala v rámci praxe (zkušeností, učením z vlastních chyb apod.). S výrazným odstupem následuje samostudium (34), učení od kolegů (31), vzdělávací kurzy a přednášky (24). Jedna osoba zvolila možnost „jiné“ a doplnila „marketing pro volnonožce (jazykáře)“ – pravděpodobně se bude jednat také o nějaký vzdělávací kurz. Poměrně velká část respondentů (18) si tyto kompetence nijak aktivně

neosvojovala. Na posledních příčkách se umístilo studium v oboru PT (9) a studium v jiném oboru než PT (4), což je poměrně zajímavé zjištění. Pro kontext je třeba uvést, že mezi respondenty bylo 61 osob, které studovaly nebo aktuálně studují obor tlumočení. Pokud pouze 9 z nich má pocit, že si během svého studia v oboru osvojili kompetence v oblasti marketingu a získávání zakázek, lze to chápat jako podnět pro možné doplnění studijních plánů.



Graf 10 – Osvojování kompetencí v oblasti marketingu a získávání zakázek

Na otázku, zda by se chtěli v této oblasti nějakou formou dále vzdělávat, odpovídali respondenti v průměru známkou 2,2 / medián 2 (na škále 1 – Rozhodně ano; 5 – Rozhodně ne), tedy spíše ano. Zajímalo nás také, které konkrétní kompetence by si chtěli eventuálně zlepšit. Ze 70 respondentů, kteří mají zájem zlepšovat své kompetence v této oblasti, by 54 chtělo pracovat na oslovování nových klientů a získávání zakázek, 43 na využívání sociálních sítí k propagaci svých tlumočnických služeb, 39 na budování vlastní značky a budování kontaktní sítě mezi kolegy (networking) a 15 na využívání členství v profesních sdruženích pro rozšíření dosahu. Jedna osoba uvedla, že by se chtěla zlepšit v networkingu s přímými klienty.



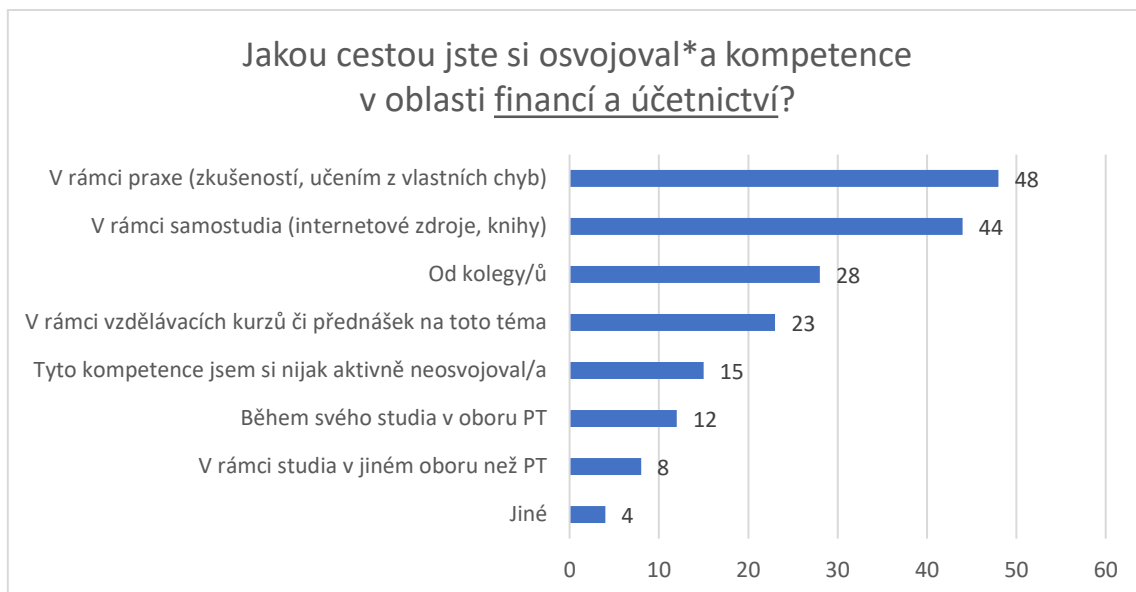
Graf 11 – Zlepšování kompetencí v oblasti marketingu a získávání zakázek

Finance a účetnictví

Druhou oblast kompetencí – finance a účetnictví – hodnotili respondenti z hlediska důležitosti pro tlumočnicka v průměru známkou 1,6 (medián 1), přičemž nadpoloviční většina (47) je označila za velmi důležité. Úroveň svých kompetencí v této oblasti pak hodnotili v průměru známkou 2,9 (medián 3), tedy ani jako velmi dobrou, ani jako výrazně špatnou.

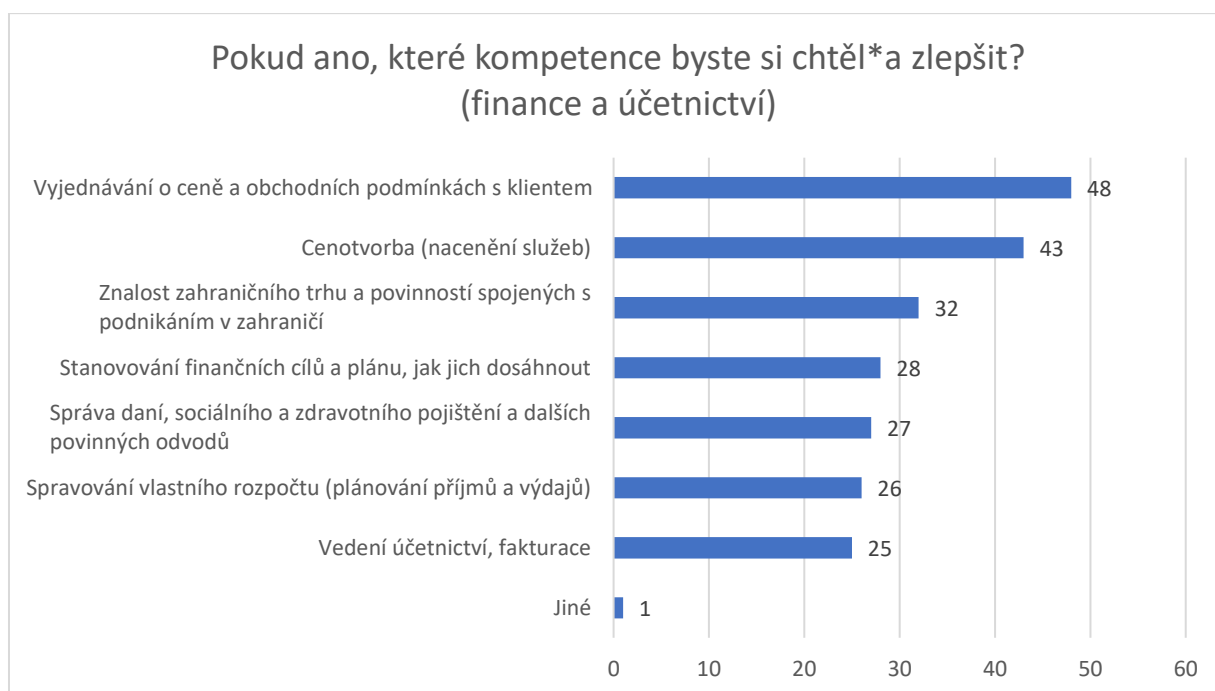
Co se týče způsobu osvojování kompetencí v oblasti financí a účetnictví, odpovědi byly poměrně různorodé. V rámci zpracování dat jsme museli provést drobné úpravy. V kategorii „jiné“ se totiž objevily 3 odpovědi, které však významově zapadaly do zavedených kategorií. Tyto odpovědi jsme se proto rozhodli pro účely grafu překódovat (např. odpověď „V rámci praxe a na seminářích. Seminář pro tlumočnický na téma daní a podobně.“ jsme překódovali na „V rámci praxe“ a „V rámci vzdělávacích kurzů či přednášek na toto téma“). V kategorii „jiné“ se objevily i další odpovědi jako například „z JTP“, „od zaměstnanců finančních úřadů“, „od rodičů – účetních“ či odpověď „Mám vlastní účetní.“

Graf č. 12 ukazuje, že nejvíce tlumočnicků si opět tyto kompetence osvojovalo v rámci praxe (48), v rámci samostudia (44), od kolegů (28) a v rámci vzdělávacích kurzů či přednášek na toto téma (23). Tyto kompetence si nijak aktivně neosvojovalo 15 respondentů. Počet osob, které si dané kompetence osvojovaly v rámci studia PT (12) či jiného oboru (8), je opět poměrně nízký.



Graf 12 – Osvojování kompetencí v oblasti financí a účetnictví

Pokud jde o zájem dále se vzdělávat v oblasti financí a účetnictví, respondenti odpovídali v průměru známkou 2,3 (medián 2), tedy spíše ano. Celkem 70 respondentů dále specifikovalo, jaké kompetence by si chtěli zlepšit. Nejčastěji uváděli vyjednávání o ceně a obchodních podmínkách s klientem (48), cenotvorbu (43) či znalost zahraničního trhu a povinností spojených s podnikáním v zahraničí (32). Silně zastoupené byly ale i další kompetence (viz graf č. 13). Jedna osoba zvolila možnost „jiné“ a doplnila: „*Po více než 20 letech jsem nově vše přenechala daňové poradkyni. Spravuji si pouze faktury a pohyb na účtu a rozpočet.*“

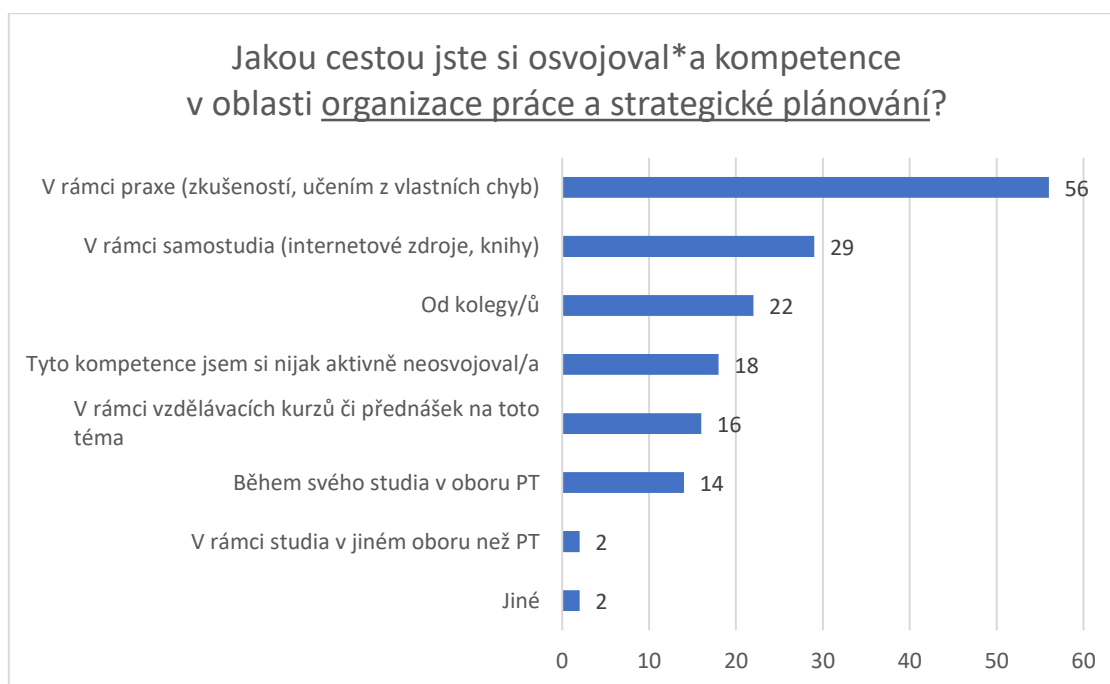


Graf 13 – Zlepšování kompetencí v oblasti financí a účetnictví

Organizace práce a strategické plánování

Za důležité pro tlumočníky označovali respondenti i kompetence v oblasti organizace práce a strategického plánování. V průměru je hodnotili známkou 1,7 (medián 1) s tím, že nadpoloviční většina (47) je označila za velmi důležité. Při hodnocení úrovně svých kompetencí v této oblasti volili respondenti v průměru známku 2,5 (medián 2), převažovalo tedy spíše pozitivní hodnocení.

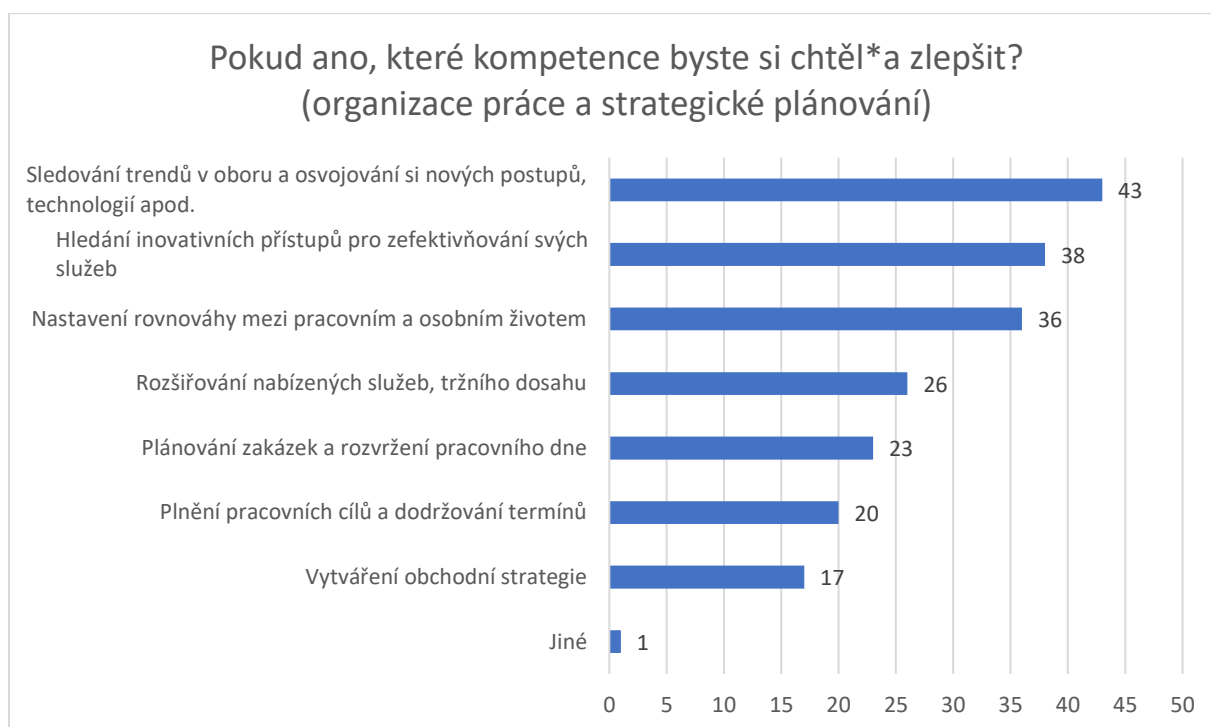
Graf č. 14 ukazuje, že způsoby, jakými si tlumočníci nejčastěji osvojují kompetence v oblasti organizace práce a strategického plánování se příliš neliší od předchozích oblastí. Na prvním místě je opět praxe (56), následuje samostudium (29), učení od kolegů (22) a vzdělávací kurzy či přednášky (16). Poměrně velká část respondentů (18) si tyto kompetence nijak aktivně neosvojovala. Během svého studia v oboru PT si dané kompetence osvojilo 14 osob, v jiných oborech pak pouze 2. Jedna osoba v tomto kontextu zmiňuje své předchozí zaměstnání (bez specifikace) a jedna osoba uvedla, že tyto kompetence jsou její osobnosti odjakživa vlastní. To může být teoreticky i vysvětlení, proč si někteří respondenti dané kompetence nijak aktivně neosvojovali. Konkrétní důvody náš dotazník však nezjišťoval.



Graf 14 – Osvojování kompetencí v oblasti organizace práce a strategického plánování

Na otázku, zda mají zájem se v oblasti organizace práce a strategického plánování dále vzdělávat, odpovídali respondenti v průměru známkou 2,5 (medián 2). Celkem 72 z nich specifikovalo, jaké kompetence by si chtěli zlepšit. Nejčastěji uváděli sledování trendů v oboru

a osvojování si nových postupů, technologií apod. (43), hledání inovativních přístupů pro zefektivňování svých služeb (38) či nastavení rovnováhy mezi pracovním a osobním životem (36). Zájem byl i o rozvíjení dalších kompetencí, jak znázorňuje graf č. 15. Je nicméně vidět, že v této oblasti je největší poptávka po inovacích, práci s novými technologiemi a seznamování se se současnými trendy, což může souviset s dynamickým technologickým vývojem v oblasti tlumočení a překladu v posledních letech (např. s rozvojem strojového překladu, AI apod.). Tlumočníci tyto změny vnímají a chtějí se na ně adaptovat. Jedna osoba v rámci této otázky poznamenala, že tlumočnick si na rozdíl od překladatele sám pracovní den moc nerozvrhuje, což podle nás platí jen v omezené míře. I když tlumočnick úplně neovlivní, kdy se bude konat akce, na níž má tlumočit, a jak dlouho bude trvat, stále musí plánovat, které zakázky může z hlediska své kapacity vzít, kdy se bude věnovat vyřizování e-mailů, přípravě apod. Jak dokládá i hodnocení samotných tlumočnicků, kompetence v oblasti plánování a organizace práce jsou tedy důležité i pro tlumočnický.



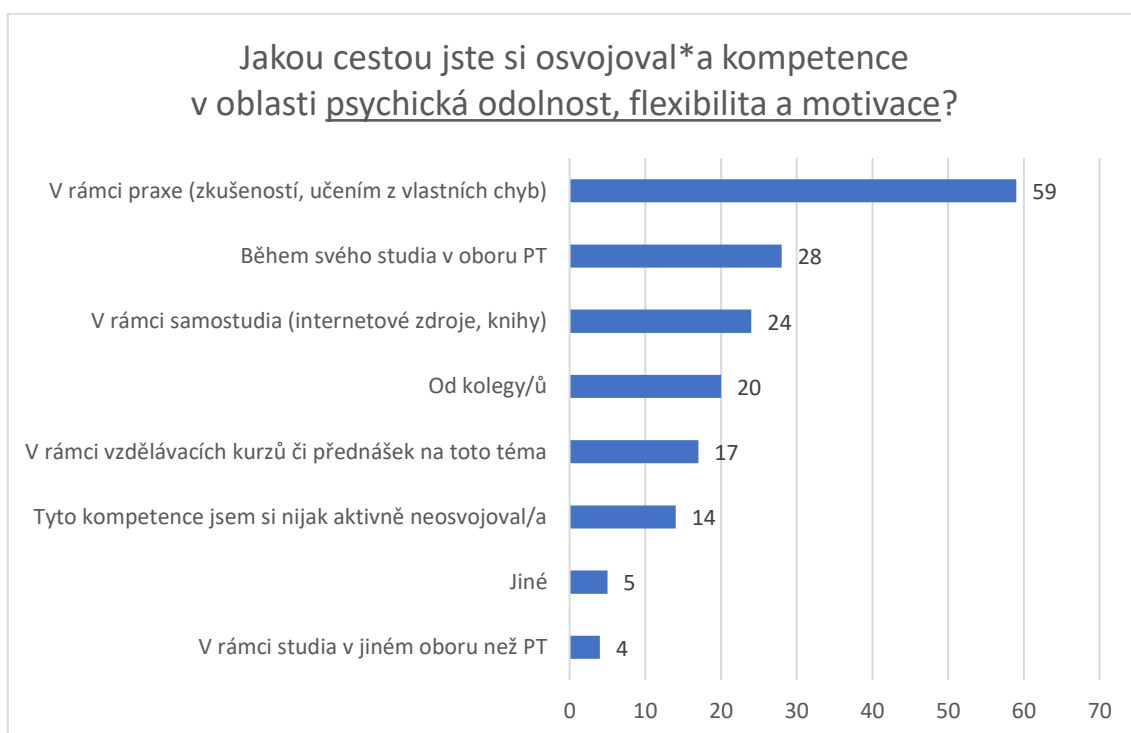
Graf 15 – Zlepšování kompetencí v oblasti organizace práce a strategického plánování

Psychická odolnost, flexibilita a motivace

Předposlední hodnocenou oblastí kompetencí byla psychická odolnost, flexibilita a motivace. Respondenti se téměř jednoznačně shodli, že tyto kompetence jsou pro tlumočnický důležité. Celkem 62 respondentů je označilo za velmi důležité a v průměru je hodnotili známkou 1,3

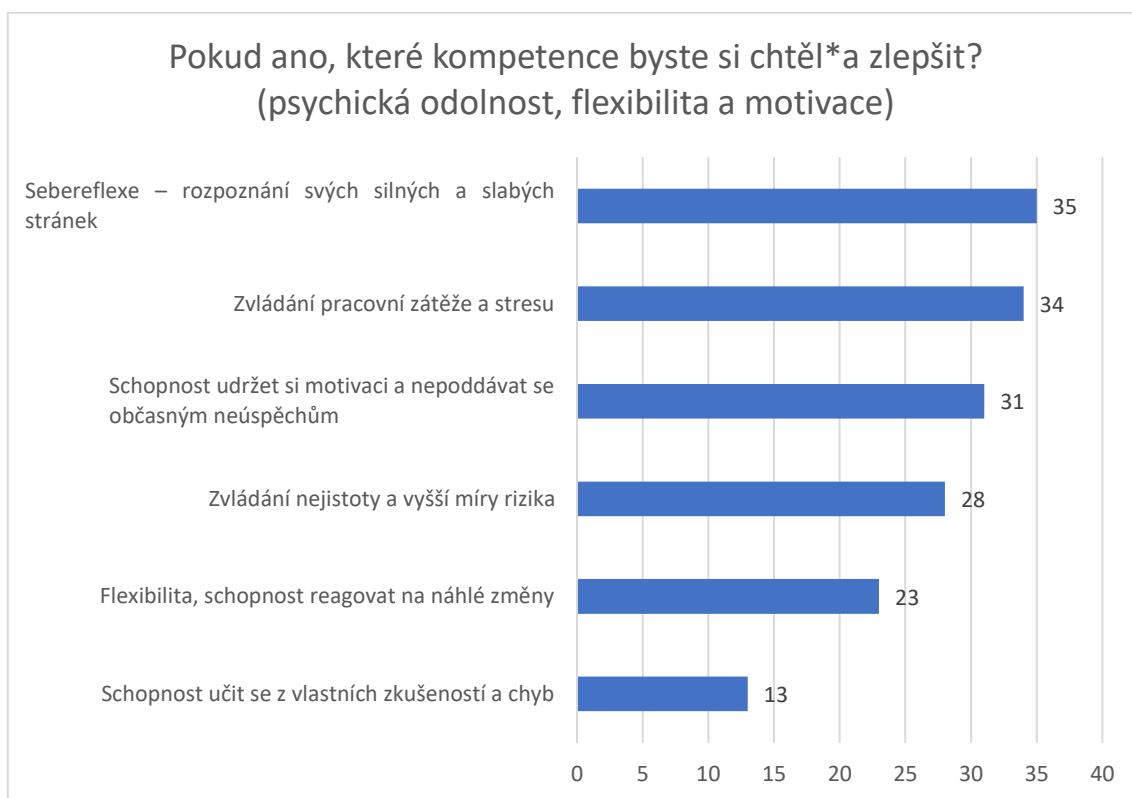
(medián 1). Pokud jde o hodnocení své úrovně daných kompetencí, tlumočníci volili v průměru známku 2,2 (medián 2). Zdá se tedy, že v této oblasti si většina respondentů poměrně věří.

Jak znázorňuje graf č. 16, téměř tři čtvrtiny respondentů (59) si osvojovaly kompetence v oblasti psychické odolnosti, flexibility a motivace v rámci praxe. Na druhém místě uváděli tlumočníci studium v oboru PT (28), což je výrazný rozdíl oproti předchozím oblastem. Velká část respondentů si tyto kompetence osvojovala také v rámci samostudia (24) či od kolegů (20). Několik osob uvedlo i další cesty osvojování daných kompetencí například v rámci psychoterapie, v bývalém zaměstnání či od rodiče a někteří nabídli také vysvětlující komentář: „Myslím, že je to do velké míry otázka cviku, čím víc zakázek, tím menší nervozita. Čím víc pozitivní zpětné vazby po přetlumočené akci, tím větší klid při dalších zakázkách.“ Popisuje tak v podstatě, jak probíhá osvojování těchto „měkkých dovedností“ v praxi. Jedna osoba se zase vyjádřila k tomu, jakým způsobem ji ovlivnilo studium na ÚTRL: „Chci upřesnit, že studium na ÚTRL mi určitě zvedlo psychickou odolnost, ale trochu snížilo motivaci.“ Z komentáře bohužel není zřejmé, v jakém ohledu dané osobě studium snížilo motivaci, ale pravděpodobně se může jednat o motivaci věnovat se vystudovanému oboru. Jedná se nicméně o ojedinělý komentář a ze získaných dat spíše vyplývá, že studium v oboru PT respondenty v tomto ohledu posílilo. Mezi respondenty bylo také 14 osob, které si tyto kompetence nijak aktivně neosvojovaly.



Graf 16 – Osvojování kompetencí v oblasti psychické odolnosti, flexibility a motivace

Většina respondentů by se chtěla nějakou formou v oblasti psychické odolnosti, flexibility a motivace dále vzdělávat, respektive zlepšovat. Průměrná odpověď u této otázky byla 2,3 (medián 2). Jaké konkrétní kompetence by si chtěli zlepšovat, specifikovalo celkem 62 respondentů. Nejčastěji uváděli sebereflexi – rozpoznání svých silných a slabých stránek (35), flexibilitu a schopnost reagovat na náhlé změny (34) a schopnost udržet si motivaci a nepoddávat se občasným neúspěchům (31). Kompletní data znázorňuje graf č. 17.



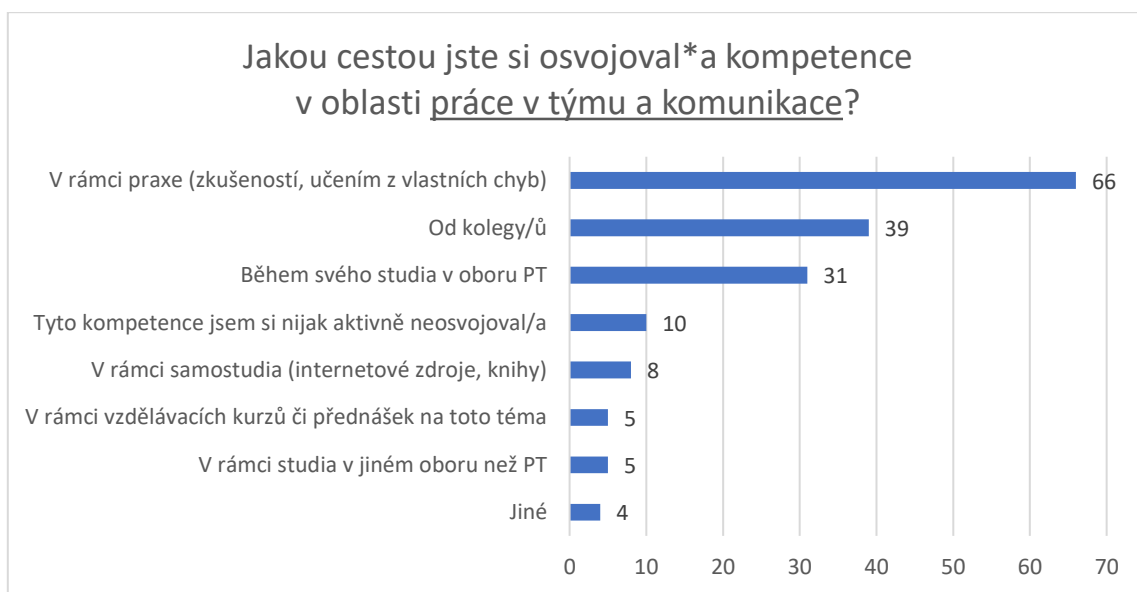
Graf 17 – Zlepšování kompetencí v oblasti psychické odolnosti, flexibility a motivace

Práce v týmu a komunikace

Poslední hodnocenou oblastí kompetencí byla práce v týmu a komunikace. Z hlediska důležitosti pro tlumočnicka hodnotili respondenti tuto oblast v průměru známkou 1,7 (medián 1,5). Polovina ji označila za velmi důležitou. Úroveň svých kompetencí v této oblasti hodnotili respondenti spíše pozitivně – průměrnou známkou 2,2 (medián 2).

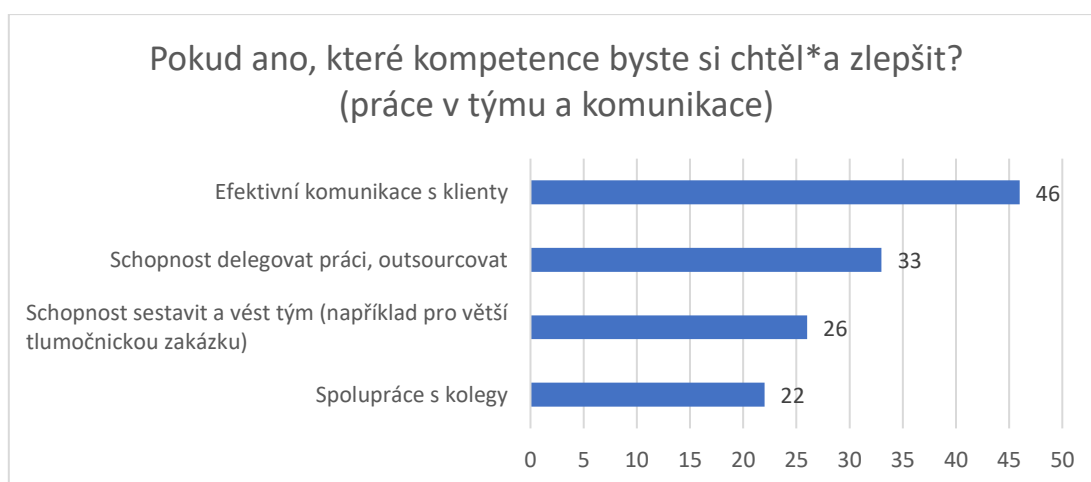
Kompetence v oblasti práce v týmu a komunikace si respondenti nejčastěji osvojovali v rámci praxe (66) nebo od kolegů (39). Hned na třetím místě je studium v oboru PT, které označila poměrně velká část respondentů (31). Celkem 10 osob si tyto kompetence nijak aktivně neosvojovalo. Na rozdíl od předchozích oblastí se samostudium v tomto případě objevilo až na jedné ze spodních příček – označilo ho jen 8 respondentů, což může být způsobeno tím, že

práce v týmu či komunikace se z logiky věci těžko trénuje v jednom člověku. Kompletní statistiku odpovědí ukazuje graf č. 18. V rámci možnosti „jiné“ uváděli respondenti například neziskovou organizaci, volnočasové aktivity, aktivitu ve skautském oddíle včetně vedení, lektorskou činnost a bývalé zaměstnání.



Graf 18 – Osvojování kompetencí v oblasti práce v týmu a komunikace

Průměrná odpověď na otázku, zda by se respondenti chtěli v oblasti práce v týmu a komunikace nějakou formou dále vzdělávat, byla 2,7 (medián 3) – tento zájem je tedy o něco nižší než u některých předchozích oblastí. Z 67 respondentů, kteří specifikovali, jaké kompetence by si chtěli zlepšit, by jich 46 chtělo pracovat na efektivní komunikaci s klienty, 33 na schopnosti delegovat práci, outsourcovat, 26 na schopnosti sestavit a vést tým (například pro větší tlumočnickou zakázku) a 22 na spolupráci s kolegy (viz graf č. 19).



Graf 19 – Zlepšování kompetencí v oblasti práce v týmu a komunikace

Porovnání odpovědí

V předchozí části jsme uváděli průměr a medián odpovědí u otázek využívajících hodnocení na škále. V následujících tabulkách shrnujeme, jak respondenti odpovídali na tyto otázky v rámci jednotlivých oblastí podnikatelských kompetencí (opět formou průměru a mediánu). Zároveň nás zajímalo, jestli existuje rozdíl mezi odpověďmi respondentů s určitými rysy. Konkrétně jsme sledovali skupinu respondentů, jejichž zkušenost s podnikáním v oboru PT je kratší než 5 let ($n = 29$), ve srovnání s těmi, jejichž zkušenost je 5 a více let ($n = 51$). Toto rozdělení vychází z předpokladu, že respondenti s delší zkušeností s podnikáním v oboru PT budou odpovídat odlišně (např. budou své kompetence hodnotit lépe a budou mít menší zájem se v těchto kompetencích dále vzdělávat). Dále jsme sledovali rozdíl mezi respondenty se vzděláním v oboru PT (studenty i absolventy, $n = 61$) a bez vzdělání v oboru PT ($n = 19$). Zajímalo nás zejména, jestli studenti a absolventi oboru PT vnímají úroveň svých podnikatelských kompetencí jinak než jejich kolegové bez vzdělání v oboru.

Pro základní porovnání odpovědí nám v tomto případě poslouží medián, který znázorňuje střední hodnotu v souboru. Mellinger a Hanson (2017, s. 43) uvádí, že medián je více robustní (není ovlivněn odlehlými hodnotami tak jako průměr) a hodí se více k popisu dat, která nejsou normálně rozložena, což je většinou náš případ (tj. odpovědi nekopírují Gaussovu křivku, např. převažují hodnoty na jednom z krajů škály). Střední hodnoty by měly být v deskriptivní statistice doprovázeny nějakým ukazatelem variability, který ukazuje, jak moc se naměřené hodnoty liší od té středové (ibid., s. 46), v našem případě jde o směrodatnou odchylku výběrového souboru (S). Upozorníme, že medián slouží pouze k orientačnímu porovnání skupin. Abychom mohli říct, zda je rozdíl v odpovědích mezi dvěma skupinami respondentů statisticky významný, museli bychom využít inferenční statistiku, pravděpodobně některý z neparametrických testů pro porovnání dvou skupin (ibid., s. 87). Tento krok by však vyžadoval větší zkušenost se statistickými výpočty a interpretací statistických dat. Náš výzkum je koncipován jako základní šetření mezi vybranými tlumočníky, které má za cíl odhalit určité tendence, jež lze případně dále podrobněji zkoumat, a proto se domníváme, že porovnání mediánů bude v tuto chvíli pro naše účely dostačující. Toto omezení je nicméně nutné brát v potaz při vyvozování závěrů z analyzovaných dat.

Tabulka 2 – Hodnocení důležitosti podnikatelských kompetencí – porovnání

Průměr	Všichni respondenti (80)	Skupina A – zkušenost s podnikáním v oboru PT <5 let (29)	Skupina B – zkušenost s podnikáním v oboru PT ≥5 let (51)	Skupina C – vzdělání v oboru PT (61)	Skupina D – bez vzdělání v oboru PT (19)
Medián Směrodatná odchylka					
OBLAST 1 Marketing a získávání zakázek	1,74 1 S = 0,98	1,38 1 S = 0,82	1,94 2 S = 1,94	1,66 1 S = 1,66	2 2 S = 1
OBLAST 2 Finance a účetnictví	1,64 1 S = 0,88	1,28 1 S = 0,45	1,93 1 S = 0,99	1,57 1 S = 0,88	1,84 2 S = 0,83
OBLAST 3 Organizace práce a strategické plánování	1,65 1 S = 0,93	1,59 1 S = 0,82	1,46 1 S = 0,99	1,59 1 S = 0,88	1,84 1 S = 1,07
OBLAST 4 Psychická odolnost, flexibilita a motivace	1,31 1 S = 0,69	1,21 1 S = 0,49	1,43 1 S = 0,77	1,3 1 S = 0,69	1,37 1 S = 0,68
OBLAST 5 Práce v týmu a komunikace	1,74 1,5 S = 0,87	1,62 1 S = 0,78	1,71 2 S = 0,92	1,67 1 S = 0,87	1,95 2 S = 0,85

Tabulka č. 2 znázorňuje průměr a medián odpovědí, v nichž respondenti hodnotili důležitost různých oblastí podnikatelských kompetencí pro tlumočníka. Na první pohled je zřejmé, že mediány se pohybují pouze v rozmezí 1–2 s tím, že převažujícím mediánem je 1. Můžeme tedy říct, že respondenti považují kompetence ve všech sledovaných oblastech za velmi důležité nebo spíše důležité. Co se týče porovnání skupin na základě délky zkušenosti s podnikáním v oboru PT, mediány obou skupin se téměř neliší, pouze v oblasti 1 a 5 je medián skupiny B roven 2, zatímco medián skupiny A se rovná 1. V obou případech jde nicméně o pozitivní hodnocení, takže tento rozdíl je spíše nepodstatný. Výrazné rozdíly nebyly zjištěny ani mezi skupinou se vzděláním v oboru a bez vzdělání v oboru PT. Tato zjištění můžeme chápat jako potvrzení, že námi zvolené oblasti podnikatelských kompetencí jsou pro tlumočnický skutečně relevantní, respektive sami tlumočníci je považují za důležité pro výkon své profese. Získaná data navíc nenasvědčují, že by vnímání důležitosti podnikatelských kompetencí bylo nějak ovlivněno délkou zkušenosti s podnikáním v oboru PT nebo vzděláním v oboru PT.

Tabulka 3 – Hodnocení úrovně podnikatelských kompetencí – porovnání

Průměr	Všichni respondenti (80)	Skupina A – zkušenost s podnikáním v oboru PT <5 let (29)	Skupina B – zkušenost s podnikáním v oboru PT ≥5 let (51)	Skupina C – vzdělání v oboru PT (61)	Skupina D – bez vzdělání v oboru PT (19)
Medián Směrodatná odchylka					
OBLAST 1 Marketing a získávání zakázek	3,23 3 S = 0,95	3,66 4 S = 0,9	2,98 3 S = 0,91	3,26 3 S = 0,96	3,11 3 S = 0,94
OBLAST 2 Finance a účetnictví	2,9 3 S = 1,07	3,55 4 S = 0,91	2,43 3 S = 0,99	3 3 S = 1,13	2,58 2 S = 0,84
OBLAST 3 Organizace práce a strategické plánování	2,51 2 S = 1,03	2,83 3 S = 1,04	2,04 2 S = 0,99	2,57 3 S = 1,02	2,32 2 S = 1,06
OBLAST 4 Psychická odolnost, flexibilita a motivace	2,21 2 S = 0,85	2,48 2 S = 0,83	2,04 2 S = 0,83	2,25 2 S = 0,87	2,11 2 S = 0,81
OBLAST 5 Práce v týmu a komunikace	2,18 2 S = 0,98	2,21 2 S = 1,01	2,14 2 S = 0,97	2,05 2 S = 0,92	2,58 3 S = 1,07

Tabulka č. 3 znázorňuje obdobný přehled pro otázky, v nichž respondenti hodnotili svou úroveň podnikatelských kompetencí. Nejdříve se zaměříme na medián pro celý výzkumný vzorek (první sloupec). U prvních dvou zkoumaných oblastí je medián roven 3, což odpovídá neutrální odpovědi na škále. V těchto případech tedy respondenti nehodnotí úroveň svých kompetencí ani jako dobrou, ani jako špatnou. Lze to interpretovat různými způsoby – buď vnímají své kompetence jako průměrné, nebo nejsou schopni úroveň svých kompetencí posoudit, a proto volili neutrální odpověď. U oblasti marketingu a získávání zakázek však průměrná odpověď (3,23) nasvědčuje tendenci k lehce negativnímu hodnocení. U zbylých třech sledovaných oblastí se medián rovná 2, což vypovídá o spíše pozitivním hodnocení. Zdá se, že v těchto oblastech si tedy respondenti více věří.

Dále se podíváme na porovnání skupin A a B. Zde se částečně potvrdil náš předpoklad, že respondenti s delší zkušeností s podnikáním v oboru PT (≥ 5 let) budou hodnotit úroveň svých podnikatelských kompetencí pozitivněji než ti s kratší zkušeností (<5 let). Platí to pro oblast 1 a 2, kde se medián skupiny A rovná 4 a u skupiny B je medián 3. To znamená, že zatímco

skupina B hodnotí úroveň svých kompetencí v této oblasti neutrálně, u skupiny A (s kratší zkušeností) převládá spíše negativní hodnocení. Podobný rozdíl najdeme i v oblasti 3. Zde se skupina A hodnotí neutrálně (medián 3) a skupina B spíše pozitivně (medián 2). V oblastech 4 a 5 je medián obou skupin totožný s tím, že převládá spíše pozitivní hodnocení.

Co se týče porovnání skupin C a D, i zde najdeme jisté rozdíly. V oblasti 2 a 3 se skupina C (se vzděláním v oboru PT) hodnotila neutrálně (medián 3) a skupina D spíše pozitivně (medián 2). Tento výsledek však nemusí nutně znamenat, že tlumočníci se vzděláním v oboru PT mají horší úroveň kompetencí v oblasti financí a účetnictví či organizace práce a strategického plánování než ti bez vzdělání v oboru. Tento rozdíl může být způsoben celou řadou faktorů (například skupina C se hodnotí přísněji než skupina D, výběrem výzkumného vzorku apod.). Rozdíl navíc není tak velký, abychom z něj mohli vyvozovat nějaké závěry. Opačná situace nastala v oblasti 5, kde se skupina C hodnotila spíše pozitivně (medián 2) a skupina D neutrálně (medián 3). Stejný medián pak obě skupiny měly v oblasti 1 (neutrální hodnocení) a oblasti 4 (spíše pozitivní hodnocení).

Pokud bychom to měli shrnout, respondenti hodnotí úroveň svých podnikatelských kompetencí spíše pozitivně. Výjimkou je oblast marketingu a získávání zakázek a oblast financí a účetnictví, kde respondenti nejčastěji volili neutrální odpověď. Zdá se nicméně, že hodnocení v těchto oblastech se mírně lepší s přibývajícimi zkušenostmi (viz srovnání skupiny A a B). Poslední tvrzení platí také pro oblast organizace práce a strategického plánování. Získaná data nepoukazují na žádný zásadní vliv vzdělání v oboru PT na hodnocení vlastní úrovně podnikatelských kompetencí. Bližší vhled do toho, zda a jak studium tlumočení připravuje tlumočníky na podnikání v oboru, nabízí část dotazníku určená studentům a absolventům tlumočnických oborů (viz 3.3.4).

Tabulka 4 – Zájem o zlepšování podnikatelských kompetencí – porovnání

Průměr	Všichni respondenti (80)	Skupina A – zkušenost s podnikáním v oboru PT <5 let (29)	Skupina B – zkušenost s podnikáním v oboru PT ≥5 let (51)	Skupina C – vzdělání v oboru PT (61)	Skupina D – bez vzdělání v oboru PT (19)
Medián Směrodatná odchylka					
OBLAST 1 Marketing a získávání zakázek	2,23 2 S = 1,25	1,52 1 S = 0,69	2,43 2 S = 1,33	2 2 S = 1,17	2,95 3 S = 1,27
OBLAST 2 Finance a účetnictví	2,34 2 S = 1,22	1,48 1 S = 0,63	2,64 3 S = 1,21	2,11 2 S = 1,16	3,05 3 S = 1,18
OBLAST 3 Organizace práce a strategické plánování	2,53 2 S = 1,17	2 2 S = 1	2,86 3 S = 1,16	2,33 2 S = 1,15	3,16 3 S = 1,01
OBLAST 4 Psychická odolnost, flexibilita a motivace	2,34 2 S = 1,1	1,72 2 S = 0,8	2,61 3 S = 1,1	2,18 2 S = 1,02	2,84 3 S = 1,21
OBLAST 5 Práce v týmu a komunikace	2,7 3 S = 1,17	2,07 2 S = 0,96	3 3 S = 1,14	2,51 2 S = 1,13	3,32 3 S = 1,11

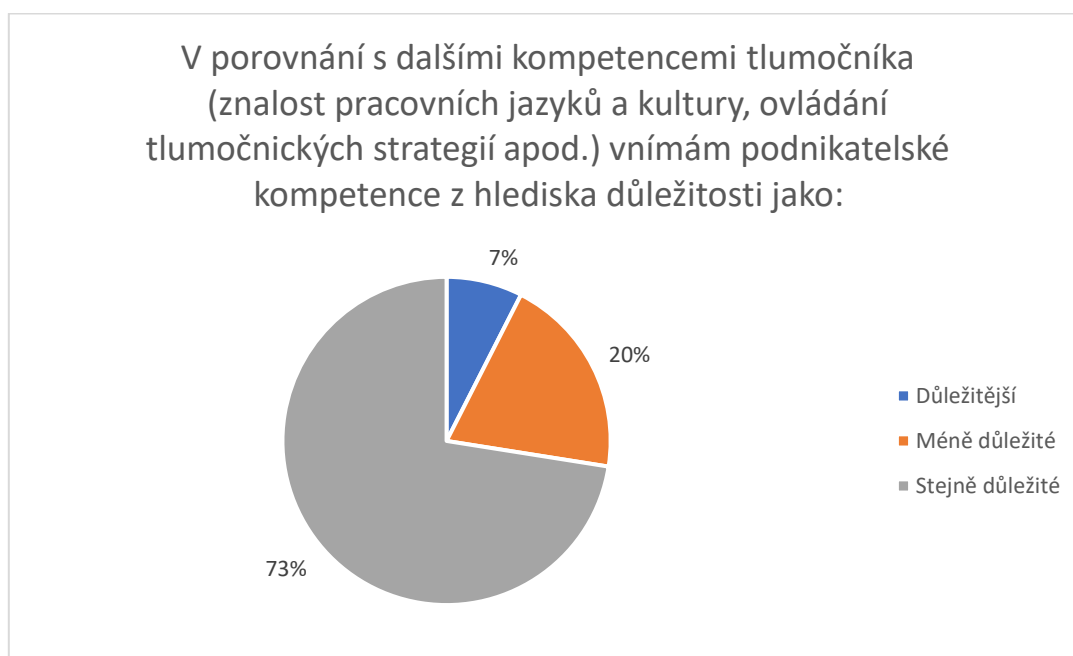
Tabulka č. 4 znázorňuje zájem respondentů o zlepšování svých podnikatelských kompetencí. Celkový medián (první sloupec) ukazuje, že respondenti by se spíše chtěli nějakou formou dále vzdělávat v oblastech 1–4. U oblasti č. 5 nejčastěji volili neutrální odpověď (medián 3). Srovnání skupin A a B poměrně jasně ukazuje, že větší zájem o další zlepšování vlastních kompetencí je mezi respondenty s kratší zkušeností s podnikáním v oboru PT. Nejvýraznější je rozdíl v oblasti financí a účetnictví (medián skupiny A = 1; medián skupiny B = 3). Co se týče skupiny B, větší zájem o zlepšování podnikatelských kompetencí (oproti ostatním oblastem) byl zaznamenán v oblasti 1 (medián 2). Vysvětlujeme si to tím, že oblast marketingu je poměrně dynamická a vyžaduje kontinuální vzdělávání, zatímco kompetence v oblasti financí a účetnictví se v čase tolik nemění.

Zajímavé je i srovnání skupiny C a D. Data naznačují, že respondenti se vzděláním v oboru PT mají obecně větší zájem zlepšovat své podnikatelské kompetence, a to ve všech oblastech. Zatímco medián pro skupinu D je ve všech oblastech roven 3 (neutrální odpověď), u skupiny C se medián rovná 2 (spíše pozitivní odpověď). Tato data mohou být nicméně opět zkreslena výběrem vzorku, a to i vzhledem k tomu, že ve skupině D převažují zároveň respondenti s delší

zkušeností s podnikáním v oboru PT, takže se zde kombinují dva faktory. Z tabulky č. 2 navíc víme, že skupina C hodnotí úroveň svých kompetencí podobně jako skupina D. Je tedy nepravděpodobné, že by větší zájem o zlepšování kompetencí u skupiny C byl způsoben nižší vnímanou úrovní kompetencí.

Důležitost podnikatelských kompetencí obecně

Graf č. 20 znázorňuje odpověď na jednu z našich výzkumných otázek: Jak hodnotí tlumočníci důležitost podnikatelských kompetencí v porovnání s dalšími kompetencemi tlumočnicka? Z šetření vyplynulo, že téměř tři čtvrtiny respondentů (58) je považuje za stejně důležité, a 20 % (16) dokonce za důležitější. Pouze 7 % respondentů (6) se domnívá, že jsou méně důležité. Potvrdila se tedy naše hypotéza, že tlumočníci hodnotí podnikatelské kompetence v porovnání s ostatními tlumočnickými kompetencemi jako stejně důležité pro výkon své profese. Vysokou důležitost všem oblastem podnikatelských kompetencí ostatně přikládali respondenti i v předchozích otázkách. Přestože samotné procentuální zastoupení tohoto názoru nemusí být reprezentativní pro celou populaci tlumočnicků, domníváme se, že jde minimálně o ukazatel, který mluví ve prospěch rozvíjení podnikatelských kompetencí v rámci přípravy budoucích tlumočnicků.



Graf 20 – Důležitost podnikatelských kompetencí v porovnání s ostatními tlumočnickými kompetencemi

3.3.3 Hodnocení způsobů výuky podnikatelských kompetencí

V této diplomové práci jsme rozebírali jak současný stav rozvíjení podnikatelských kompetencí na tlumočnických oborech, tak některé navrhované projekty a metody výuky ze zahraničních

studií. Zajímalo nás proto, jak hodnotí některé z těchto metod výuky samotní tlumočníci. Požádali jsme respondenty, aby ohodnotili, jak přínosné jsou podle nich pro studenty oboru tlumočení nebo obecně pro tlumočníky, kteří chtějí rozvíjet své podnikatelské kompetence, následující výukové modely:

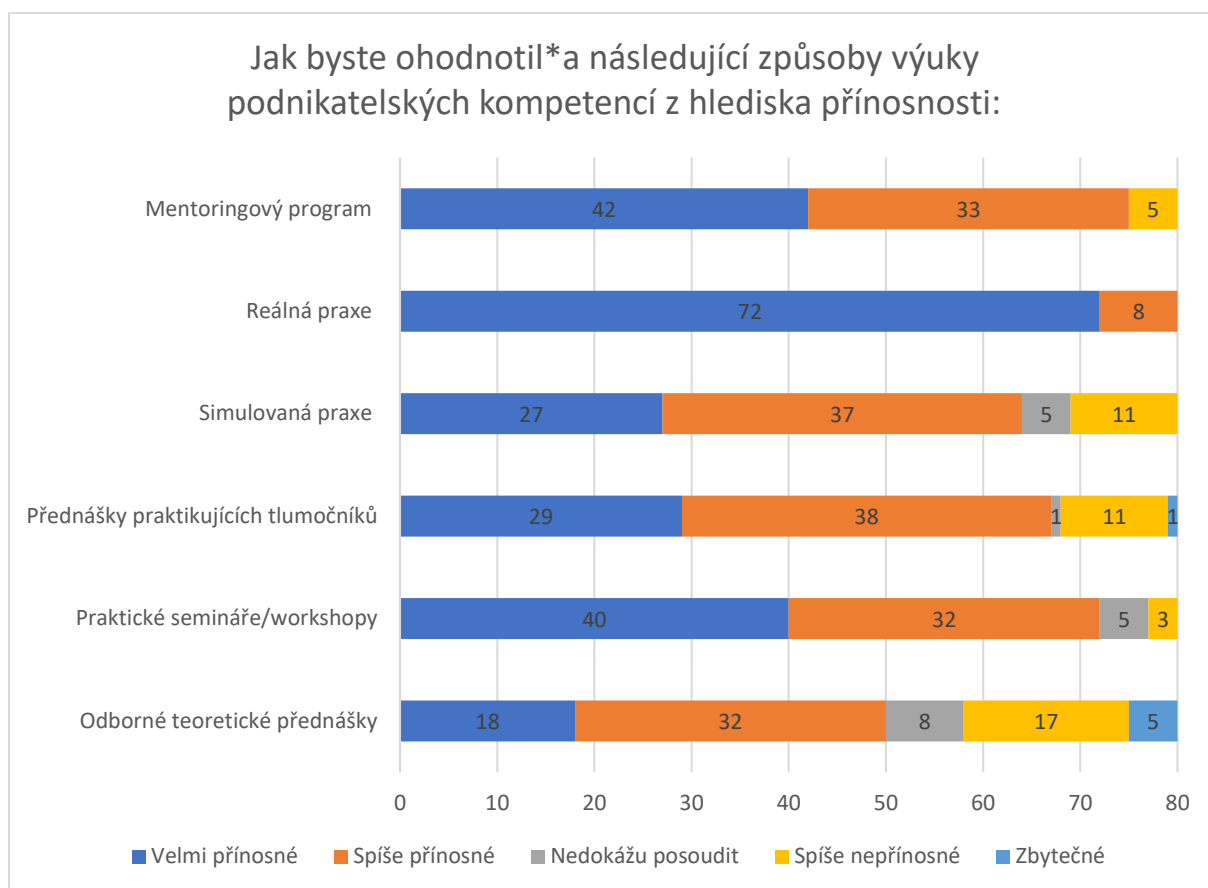
1. Mentoringový program (čas strávený se zkušenějším kolegou)
2. Reálná praxe (reálné tlumočnické zakázky)
3. Simulovaná praxe (simulované konference, simulace komunikace s klientem)
4. Přednášky praktikujících tlumočníků
5. Praktické semináře/workshopy zaměřené na jednotlivé podnikatelské kompetence
6. Odborné teoretické přednášky (např. základy marketingu, ekonomie a práva)

K hodnocení jsme opět využili Likertovu škálu o 5 stupních s tím, že tentokrát jsme jednotlivé stupně škály označili slovně (stupeň „Nedokážu posoudit“ byl sice v dotazníku umístěn úplně napravo, ale v rámci vyhodnocení ho bereme jako neutrální, tedy středovou hodnotu).

Tabulka 5 – Hodnocení přínosnosti způsobů výuky podnikatelských kompetencí

	Velmi přínosné	Spíše přínosné	Nedokážu posoudit	Spíše nepřínosné	Zbytečné
Mentoringový program	42	33	0	5	0
Reálná praxe	72	8	0	0	0
Simulovaná praxe	27	37	5	11	0
Přednášky praktikujících tlumočníků	29	38	1	11	1
Praktické semináře/workshopy	40	32	5	3	0
Odborné teoretické přednášky	18	32	8	17	5

Tabulka č. 5 znázorňuje četnost odpovědí, respektive hodnocení jednotlivých metod výuky. Žlutě je pak v každém řádku vyznačen stupeň, který označilo nejvíce respondentů. Pro lepší vizualizaci přikládáme ještě graf č. 21, který znázorňuje proporční rozložení odpovědí a zároveň z něj lze snadno vyčíst středovou hodnotu (na přímce s jednotkou 40), jelikož odpovědi jsou seřazeny podle jejich logické hodnoty na Likertově škále (Velmi přínosné = 1, Zbytečné = 5).



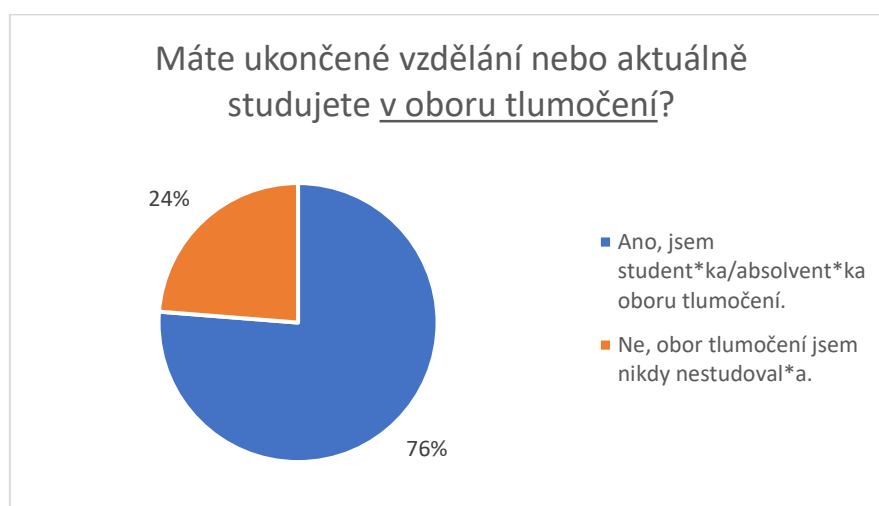
Graf 21 – Hodnocení způsobů výuky podnikatelských kompetencí z hlediska přínosnosti

Ze získaných dat vyplývá, že respondenti hodnotí všechny typy výuky převážně pozitivně. V tomto pohledu nejvíce vyčnívá reálná praxe, kterou hodnotilo 90 % respondentů jako velmi přínosnou a zbytek jako spíše přínosnou. Jak ukázaly předchozí otázky, nejčastěji si tlumočníci osvojují podnikatelské kompetence právě v rámci praxe (reálnou zkušeností), není tedy překvapivé, že ji považují za velmi přínosnou. Druhý nejvyšší počet pozitivních hodnocení získal mentoringový program, což je poměrně zajímavé vzhledem k tomu, že žádný podobný program v současné době v České republice nefunguje, a tlumočníci s ním tak nemohou mít zkušenost. Právě „učení od kolegů“ nicméně patřilo v předchozích otázkách mezi nejčastěji zmiňované způsoby osvojení podnikatelských kompetencí, je tedy možné, že respondenti vycházeli při svém hodnocení z této zkušenosti. Pokud bychom pokračovali v tomto řazení, třetím nejlépe hodnoceným typem výuky jsou praktické semináře/workshopy (celkem 72 pozitivních hodnocení), dále přednášky praktikujících tlumočnicků (67 pozitivních hodnocení, ale zároveň 12 negativních) a simulovaná praxe (64 pozitivních hodnocení a 11 negativních). Nejvíce negativních hodnocení získaly odborné teoretické přednášky (22), i přesto jsou však většinou považovány za přínosné.

Celkově lze říct, že hodnocení respondentů odpovídá obecnému trendu v moderní výuce podnikatelských kompetencí, který klade důraz na reálnou zkušenost a výuku založenou na praxi (viz kapitolu 2). Odpovědi respondentů pochopitelně vyjadřují pouze jejich názor, nikoliv skutečnou přínosnost těchto výukových metod, mohou nám ale posloužit jako určité vodítko, jakým směrem by se mohla dále rozvíjet výuka podnikatelských kompetencí na tlumočnických oborech.

3.3.4 Otázky určené studentům a absolventům tlumočnických oborů

Následující část dotazníku byla určena pouze pro studenty a absolventy oboru tlumočení, tj. zobrazila se pouze těm, kteří uvedli, že studují nebo mají vystudovaný obor tlumočení (viz graf č. 22). Jak je vidět, převážná většina našich respondentů (61 osob) obor tlumočení studovala/studuje. Na následující otázky tedy odpovídalo 61 respondentů.



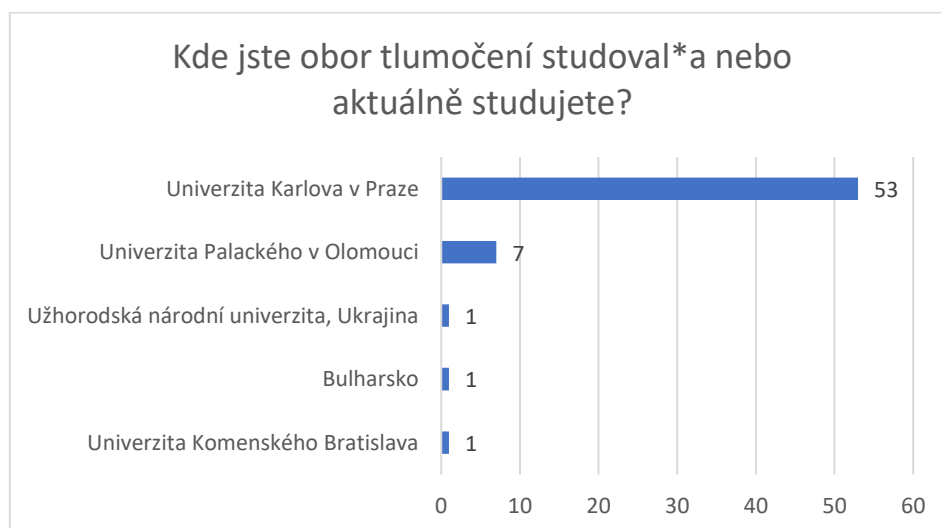
Graf 22 – Vzdělání v oboru tlumočení

Dále jsme zjišťovali, zda respondenti studovali či studují bakalářský nebo magisterský obor tlumočení. Jelikož pro jednu osobu může platit více možností (např. má ukončené bakalářské studium a aktuálně studuje magisterský obor), měli respondenti v této otázce zaškrtnout všechny možnosti, které pro ně platí. Nejsme si však jisti, zda se nám podařilo formulovat otázku zcela jednoznačně. Je možné, že někteří zaškrtnuli pouze nejvyšší dosažené vzdělání v oboru, zatímco jiní zaškrtnuli všechny platné odpovědi. Z tabulky č. 6, která znázorňuje počet odpovědí (včetně kombinace více možností) nicméně můžeme vyčíst, že mezi respondenty je 39 osob s ukončeným magisterským studiem v oboru (z nichž min. 2 mají vystudovaný i bakalářský obor tlumočení), 20 osob, které aktuálně studují magisterský obor (min. 14 z nich má ukončené i bakalářské studium v oboru), 1 osoba „pouze“ s ukončeným bakalářským studiem v oboru a 1 studující bakalářský obor tlumočení.

Tabulka 6 – Stupeň vzdělání v oboru tlumočení

Které z uvedených výroků pro vás platí?	Počet
Aktuálně studuji obor tlumočení (Bc).	1
Aktuálně studuji obor tlumočení (Mgr).	6
Mám ukončené bakalářské studium v oboru tlumočení.	1
Mám ukončené bakalářské studium v oboru tlumočení.; Aktuálně studuji obor tlumočení (Mgr).	14
Mám ukončené bakalářské studium v oboru tlumočení.; Mám ukončené magisterské studium v oboru tlumočení.	2
Mám ukončené magisterské studium v oboru tlumočení.	37

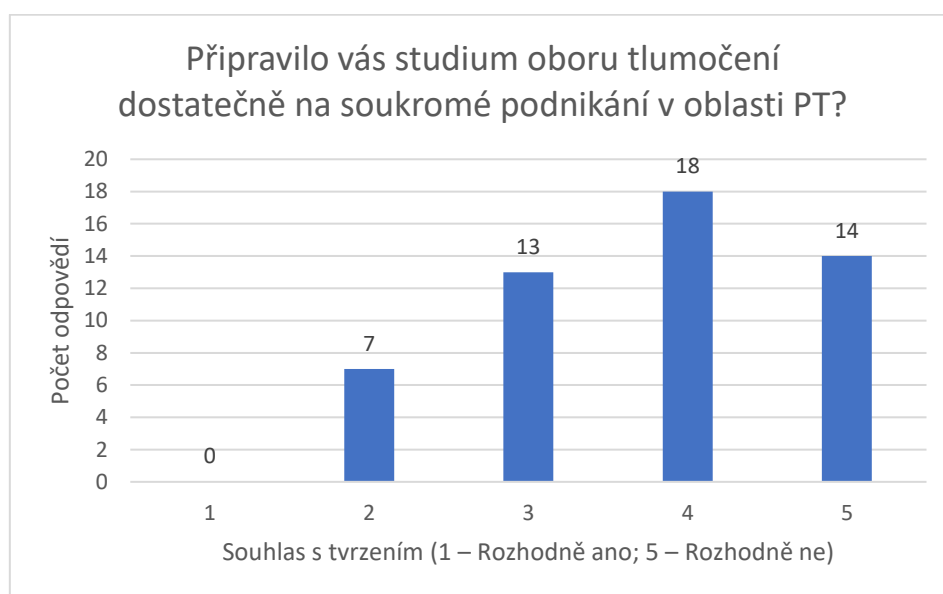
Poslední otázka směřující na informace o respondentech se týkala toho, na jaké univerzitě obor tlumočení studovali. Opět bylo možné zaškrtnout více možností nebo doplnit vlastní odpověď. Jak znázorňuje graf č. 23, převážná většina (53) studovala obor tlumočení na Univerzitě Karlově v Praze. Na Univerzitě Palackého v Olomouci studovalo celkem 7 osob. Z odpovědí navíc víme, že dvě osoby studovaly obor tlumočení na obou zmíněných českých univerzitách (pravděpodobně na jedné bakalářský a na druhé magisterský obor). Zbylé 3 osoby uvedly různé zahraniční univerzity (Ukrajina, Bulharsko a Bratislava). Toto rozložení je třeba brát v potaz při interpretaci odpovědí na další otázky.



Graf 23 – Studium tlumočení – univerzita

Respondenti měli dále zhodnotit, zda je studium oboru tlumočení dostatečně připravilo na soukromé podnikání v oblasti PT (odpověď na Likertově škále, 1 = Rozhodně ano; 5 = Rozhodně ne). Tato otázka nebyla povinná (předpokládáme, že ne všichni respondenti to

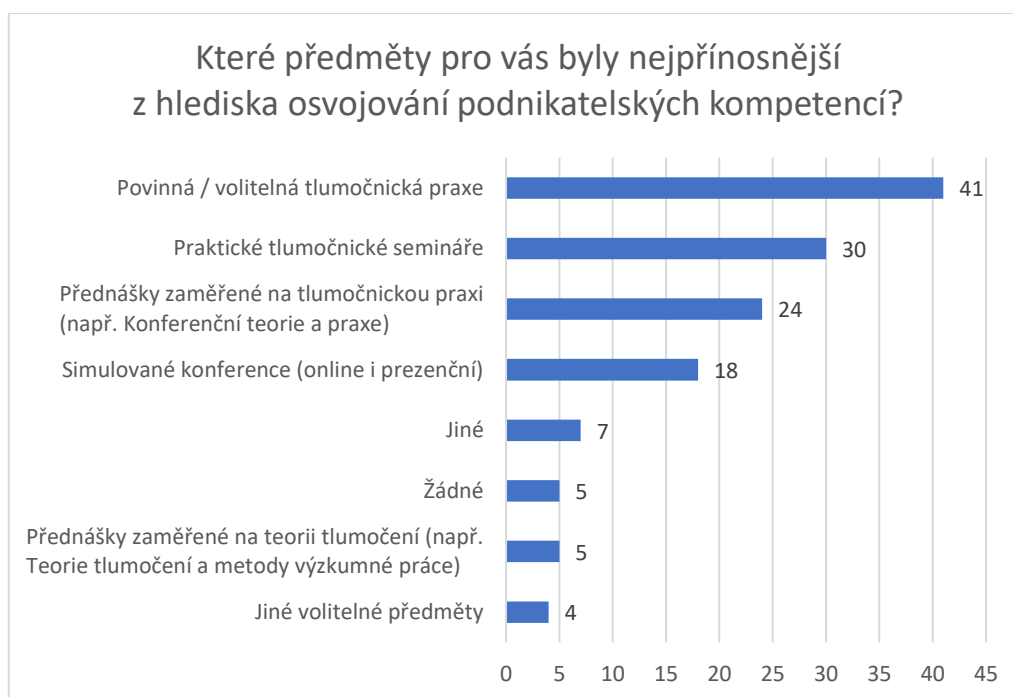
mohou posoudit) a odpovědělo na ni 52 osob. Graf č. 24 znázorňuje rozložení odpovědí s tím, že medián se rovná 4, $s = 1,01$ (medián pro skupinu, která studovala obor tlumočení na UK, je totožný). Převažuje tedy negativní hodnocení. Potvrdila se tak naše hypotéza k jedné z výzkumných otázek, že studium tlumočení dostatečně nepřipravuje tlumočníky (z jejich pohledu) na výkon soukromého podnikání. Je třeba upozornit, že získaná data mohou být ovlivněna výběrem výzkumného vzorku (rozsah dotazníku nám např. neumožnil dále rozdělit respondenty na základě roku zahájení/ukončení studia), a je proto nutné je brát s rezervou. Nicméně z odpovědí na otázky týkající se toho, jakou cestou si respondenti osvojovali podnikatelské kompetence, víme, že studium v oboru PT se většinou objevovalo až na spodních příčkách. Získaná data tedy minimálně mluví ve prospěch teze, že rozvíjení podnikatelských kompetencí v rámci tlumočnických oborů by měla být věnována větší pozornost.



Graf 24 – Studium tlumočení jako příprava na podnikání v oboru PT

Jak bylo popsáno v teoretické části (viz kapitolu 2.1), minimálně na ÚTRL a FF UP už jsou v rámci tlumočnických oborů podnikatelské kompetence nějakou formou rozvíjeny. Zajímalo nás proto, které předměty byly pro studenty a absolventy z hlediska osvojování podnikatelských kompetencí nejpřínosnější (respondenti měli označit max. 3 možnosti, které pro ně byly nejpřínosnější, nebo doplnit vlastní odpověď). Graf č. 25 znázorňuje odpovědi respondentů – nejvíce z nich označilo povinnou/volitelnou praxi (41), dále praktické tlumočnické semináře (30) a přednášky zaměřené na tlumočnickou praxi (24), poměrně často byly zmiňované také online a prezenční simulované konference (18). Data opět ukazují, že ve výuce podnikatelských kompetencí je důležitý zejména „praktický element“ (učení zkušeností), případně kontakt s reálnou praxí (např. formou přednášek praktikujících tlumočnicků).

Někteří respondenti (7) využili prostor pro doplnění dalších možností či k vlastnímu komentáři. Jedna osoba označila za přínosné předměty *Propedeutika a Technika mluveného projevu*. Další upřesnila, že pro ni byly přínosné „*tlumočnické semináře, ale pouze s jednou vyučující, která se těmto kompetencím věnovala*“. V odpovědích se také objevily „*přednášky absolventů mimo program*“ a „*diskuze na chodbě; když se vyučující odvázel a hovořil mimo téma přednášky o své praxi*“. Jedna osoba zmínila, že některé z předmětů zatím neabsolvovala. Dvě osoby pak uvedly, že zmíněné předměty v době jejich studia ještě neexistovaly / podnikatelské kompetence se nevyučovaly. Kompletní odpovědi jsou k dispozici v příloze č. 2 k této práci.



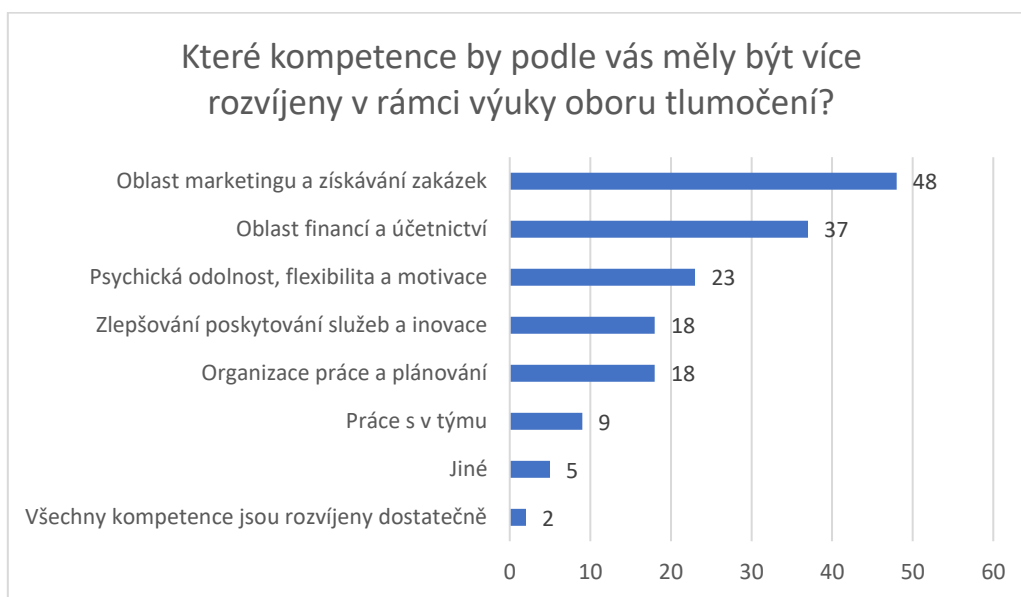
Graf 25 – Hodnocení předmětů zaměřených na rozvíjení podnikatelských kompetencí

V závěru této části dotazníku jsme se respondentů ptali, které podnikatelské kompetence by podle nich měly být více rozvíjeny v rámci výuky oboru tlumočení (mohli zaškrtnout i více možností nebo doplnit vlastní odpověď). Graf č. 26 ukazuje, že jednoznačně nejvíce respondentů (48) zaškrtnulo oblast marketingu a získávání zakázek a s malým odstupem následuje oblast financí a účetnictví (37). Oblast psychické odolnosti, flexibility a motivace uvedlo 23 osob. Stejný počet respondentů (18) označilo oblasti zlepšování poskytování služeb a inovace a organizace práce a plánování. Oblast práce v týmu zaškrtnulo 9 lidí. Pouze 2 osoby si myslí, že všechny kompetence jsou rozvíjeny dostatečně. V rámci možnosti „jiné“ respondenti uváděli například komunikaci s klienty a kolegy či vyjednávání s klienty. Někteří připojili delší komentář, kde popisují zkušenost z dob svého studia a zmiňují některé zajímavé postřehy:

„Bohužel za mého studia se na ÚTRL žádné takové kompetence nerozvíjely. Všechny výše uvedené jsou v praxi nutné, ale nevím, jestli je na to v rámci studia reálně prostor.“

„Mohu hodnotit pouze vzhledem ke stavu výuky cca před 10 lety, kdy jistě mohl být všem výše uvedeným oblastem věnován větší prostor, ale současně si nemyslím, že něco klíčového zcela chybělo. Pro zájemce byla také možnost navštěvovat téměř jakékoli předměty z celé fakulty, případně i jiné fakulty v rámci UK, takže existovala i tato příležitost k rozšíření studia.“

„Absolvovala jsem v roce 2019 a studium mi přišlo koncipované spíš pro kariéru v institucích než na volném trhu. Střípky praktických informací stran cenotvorby, jednání s klienty nebo přípravy na zakázku přicházely občas v rámci tlumočnických seminářů s mladšími vyučujícími; vrcholem nabídky z osnov byl VP Nakladatelská teorie a praxe. Nejsm oboznámena se současnými možnostmi a situací, ale velmi bych studentům přála, aby měli možnost se v rámci studia i alespoň základně připravit na vstup do podnikatelského režimu.“



Graf 26 – Které kompetence by měly být více rozvíjeny v rámci výuky tlumočení

Komentáře výše naráží mimo jiné i na jeden zásadní faktor, který zatím nebyl zmíněn. Při sestavování studijního plánu je pochopitelně nutné se řídit určitou omezenou časovou dotací a není vždy prostor věnovat se v dostatečném rozsahu všem důležitým kompetencím. Výsledný plán je tedy vždy do jisté míry kompromisem. Budeme-li vycházet ze získaných dat a toho, jak důležitost podnikatelských kompetencí hodnotí samotní tlumočníci, najdeme jistě argumenty pro to, aby byl podnikatelským kompetencím věnován v rámci tlumočnických oborů větší prostor. Pokud by to však mělo být na úkor rozvíjení jiných tlumočnických kompetencí, bylo

by nutné provést rozsáhlejší analýzu současných studijních plánů, případně šetření mezi absolventy.

3.3.5 Závěrečné poznámky k výzkumu a podobě dotazníku

Vyhodnocení otevřených otázek jsme nechali na závěr této části. Dotazník obsahoval celkem tři dobrovolné otevřené otázky, v nichž mohli respondenti doplnit další podnikatelské kompetence, které jsou z jejich pohledu pro tlumočnicka důležité, dále podněty pro rozvoj podnikatelských kompetencí tlumočnicků (např. kurzy o které by měli zájem, poznatky z praxe, vlastní zkušenosti apod.) a také komentáře či výtky k podobě dotazníku. Vzhledem k tomu, že se nám sešlo poměrně malé množství odpovědí a některé z nich spadají do několika z výše uvedených kategorií, vyhodnotíme všechny odpovědi souhrnně. Nebudeme zde uvádět všechny odpovědi v plném znění, vybereme pouze ty, které si podle nás zaslouží komentář, a zmíníme některá opakující se témata. Všechny odpovědi jsou k dispozici v příloze č. 2 k této práci.

Co se týče dalších podnikatelských kompetencí důležitých pro tlumočnicka, v odpovědích byla zmíněna například psychohygienu, dlouhodobé plánování, strategie vlastního rozvoje, vyhovující nastavení „work-life balance“, hájení práv pracujících, solidarita s kolegy, vědomí o etice a o společenských a environmentálních dopadech své práce, fiskální etika, „sales“, „customer care“, profesní etika, „soft skills“ (např. schopnost efektivní nenásilné komunikace) a proklientská komunikace. Respondenti také uváděli, že je důležité mít business plán a přehled o nutných výdajích a minimálním nutném příjmu. Z většiny se jedná o kompetence, které by se daly zahrnout do jedné z navrhovaných oblastí. Za zmínku stojí profesní etika, kterou jsme v našem výčtu explicitně nezmiňovali, i když ji lze chápat i jako důležitou podnikatelskou kompetenci (např. ve smyslu budování „dobrého jména“, šíření povědomí o profesi či kultivaci cenového prostředí).

V některých odpovědích se objevovaly poznámky k výuce podnikatelských kompetencí na tlumočnických oborech. Pět respondentů ve své odpovědi zmínilo, že si během svého studia tlumočení potřebné podnikatelské kompetence neosvojili a museli se je následně učit např. „metodou pokus omyl“ či v rámci jiných kurzů. Podle jedné z respondentek by oboru prospělo „větší propojení s praxí včetně podnikatelské (praktické semináře s lidmi, kteří se pohybují na trhu a mají ke své oblasti co říct)“ a zároveň uvádí, že je „vděčná mladším vyučujícím a zároveň aktivním tlumočnickům, že byli jedni z prvních, kteří s námi mluvili i o dalších aspektech práce tlumočnicka, než je samo tlumočení“. Někteří zase poukazovali na již zmíněný problém omezené časové dotace v rámci studijního programu: „...všechny možnosti uvedené

v poslední otázce jsou pro praxi přínosné či dokonce nutné, ale domnívám se, že při studiu jim nemůže být věnován prostor na úkor řemesla. Takže např. finance a účetnictví patří mezi oblasti, kde si může relativně snadno každý doplnit vzdělání podle potřeby, ale nepovažuji za selhání studijního programu, že se v něm dovednosti tohoto typu nevyučují. (...)“

Jeden z respondentů se v rámci své odpovědi pustil do širší úvahy o budoucnosti oboru: *„Obor prochází velkou změnou. Je třeba si říct, že trh se zmenšuje. A první podmínkou pro úspěšné budování podnikání je, že vaši službu někdo potřebuje. Takže v tomto smyslu taháme za kratší konec – ať na svých podnikatelských kompetencích makáme jakkoliv, narážíme na limity zmenšujícího se (soukromého) trhu. (...)*“ Domnívá se, že do budoucna přežije jen *„(...) prestižní vrcholek profese (AIIC, EU, tlumočení na vládní úrovni, oborově a jazykově velmi vzácné kompetence typu jaderná fyzika + minoritní pracovní jazyk)“*, kde podnikatelské kompetence nejsou nutně potřeba, neboť *„(...) stačí opakovaně podávat dobrý výkon a být extrémně spolehlivý a podnikání může být úspěšné. I bez aktivního vyhledávání nových klientů, sociálních sítí, webů atd.“*

Nebudeme zde hodnotit, nakolik je tato úvaha pravděpodobná. Jako protiargument lze nicméně uvést, že to mohou být právě podnikatelské kompetence a měkké dovednosti, které umožní tlumočnickům flexibilně reagovat na změny a uplatnit se na trhu (třeba i v jiných rolích), pokud se bude v budoucnu poptávka po tlumočnických službách (tak jak je chápeme dnes) zmenšovat. V tomto duchu se vyjadřuje i další z respondentů (pozn. do citace jsme doplnili diakritiku): *„Teorie ze školy a praxe se často rozcházejí, na což každý přijde v rámci své vlastní tlum. praxe. Je potřeba se připravit na mnohem větší flexibilitu, než se ve škole učí, a to jak v portfoliu služeb, tak i přístupu ke klientům.“* Jak je tedy vidět z komentářů našich respondentů, problematika podnikatelských kompetencí a jejich rozvíjení v rámci výuky tlumočení je složitější, než se může na první pohled zdát, a dotýká se nejen praktických aspektů, ale i budoucnosti samotné profese.

Poslední okruh odpovědí se týkal připomínek k podobě samotného dotazníku. Některé z nich byly pozitivní a zdůrazňovaly, že jde o důležité téma, kterému by měla být věnována větší pozornost. Dále se objevila například výtky k délce dotazníku, která mohla být pro některé lidi odrazující, či způsobu zápisu ženských a mužských tvarů, kvůli kterým byly otázky údajně hůře čitelné. Podle jednoho z respondentů mohou být některé otázky zavádějící: *„U financí se u OSVČ hodně prolínají pracovní a soukromé finance. Na otázky pak člověk neví, co odpovědět.“* Někteří také zmiňovali, že nabízený výběr z odpovědí nerefletoval jejich specifickou situaci, např.: *„Otázka ohledně vzdělání v PT: nestudovala jsem obor na VŠ, ale*

absolvovala jsem postgraduální studium PT na VŠ a další kurzy. V dotazníku není pro tuto možnost jasná volba.“ nebo „Sice jsem na volné noze, ale posledních 20 let převážně pracuji pro evropské instituce, takže jsem hodně ztratila kontakt s podnikatelským prostředím. Z toho taky plyne, že se už v marketingu vzdělávat nechci. Pokud bych se pohybovala převážně na volném trhu, asi bych se k tomu stavěla proaktivněji. (...)“

Jsme si vědomi, že dotazník měl určitá omezení (snažili jsme se, aby zkoumané téma pokryl co nejdůkladněji a zároveň nebyl příliš dlouhý). K těmto omezením jsme přihlíželi i při interpretaci dat. Některé další limitace výzkumu zmiňujeme v kapitole 3.5.

3.4 Shrnutí odpovědí na výzkumné otázky a diskuze

Cílem našeho výzkumu bylo popsat, jaké podnikatelské kompetence jsou z pohledu tlumočnicků důležité pro výkon jejich profese a jakým způsobem si konkrétní kompetence osvojují, a získaná data následně využít pro identifikaci vzdělávacích potřeb studentů tlumočení v oblasti rozvíjení podnikatelských kompetencí. Níže nabízíme shrnutí získaných dat ve formě odpovědí na předem stanovené výzkumné otázky a diskuzi nad limitacemi výzkumu.

VO 1: Jak hodnotí tlumočníci důležitost podnikatelských kompetencí v porovnání s dalšími kompetencemi tlumočnicka?

H1: Tlumočníci hodnotí podnikatelské kompetence v porovnání s ostatními tlumočnickými kompetencemi jako stejně důležité pro výkon své profese.

Naše hypotéza k první výzkumné otázce se v rámci výzkumu potvrdila. Z šetření vyplynulo, že téměř tři čtvrtiny respondentů považují podnikatelské kompetence v porovnání s ostatními tlumočnickými kompetencemi za stejně důležité, a 20 % dokonce za důležitější. Pouze 7 % respondentů se domnívá, že jsou méně důležité.

VO 2: Jakým způsobem si tlumočníci nejčastěji osvojují podnikatelské kompetence – v rámci studia oboru tlumočnictví, zkušeností v praxi nebo v rámci cíleného samostudia?

H2: Tlumočníci si osvojují podnikatelské kompetence převážně v rámci praxe (tj. zkušeností).

Způsob, jakým si tlumočníci osvojují podnikatelské kompetence se mírně liší na základě typu kompetencí, nicméně ve všech sledovaných oblastech dominuje osvojování v rámci praxe (zkušeností), kterou uvedlo vždy nejvíce respondentů. Hypotéza č. 2. se tedy potvrdila.

V oblastech marketing a získávání zakázek; finance a účetnictví; organizace práce a strategické plánování respondenti kromě praxe nejčastěji zmiňovali samostudium (internetové zdroje, knihy), učení od kolegů a vzdělávací kurzy či přednášky na toto téma. Na posledních místech se pak objevovalo studium v oboru PT a v jiném oboru než PT. V oblastech psychická odolnost, flexibilita a motivace; práce v týmu a komunikace bylo složení odpovědí odlišné. Kompetence z první zmíněné oblasti si respondenti kromě praxe nejčastěji osvojovali během studia v oboru PT, v rámci samostudia a učením od kolegů. V poslední oblasti pak respondenti kromě praxe nejčastěji zmiňovali učení od kolegů a studium v oboru PT. Poměrně velká část respondentů také uváděla, že si žádné ze zmíněných kompetencí nijak aktivně neosvojovala.

VO 3: Přípravuje studium tlumočnickví tlumočnický (z jejich pohledu) dostatečně na výkon soukromého podnikání?

H3: Studium tlumočení dostatečně nepřipravuje tlumočnický (z jejich pohledu) na výkon soukromého podnikání.

Co se týče výzkumné otázky č. 3, potvrdila se naše hypotéza, že studium tlumočení dostatečně nepřipravuje tlumočnický (z jejich pohledu) na výkon soukromého podnikání. V rámci šetření respondenti hodnotili, zda je studium oboru tlumočení dostatečně připravilo na soukromé podnikání v oblasti PT (odpověď na Likertově škále, 1 = Rozhodně ano; 5 = Rozhodně ne), přičemž medián odpovědí se rovnal 4. Převažovalo tedy negativní hodnocení. Toto zjištění koresponduje s tím, že v odpovědích na otázky týkající se toho, jakou cestou si respondenti osvojovali podnikatelské kompetence, se studium v oboru PT objevovalo až na spodních příčkách (až na oblasti psychická odolnost, flexibilita a motivace; práce v týmu a komunikace). Je třeba upozornit, že získaná data mohou být ovlivněna výběrem výzkumného vzorku (kombinace studentů a absolventů z různých univerzit), a je proto nutné je brát s rezervou.

VO 4: Které podnikatelské kompetence jsou z pohledu tlumočnicků důležité pro výkon jejich profese?

Z šetření vyplynulo, že respondenti považují kompetence ve všech sledovaných oblastech (marketing a získávání zakázek; finance a účetnictví; organizace práce a strategické plánování; psychická odolnost, flexibilita a motivace; práce v týmu a komunikace) za velmi důležité nebo spíše důležité pro výkon profese tlumočnicka. Získaná data nenasvědčují tomu, že by vnímání důležitosti podnikatelských kompetencí bylo nějak ovlivněno délkou zkušenosti s podnikáním v oboru PT nebo vzděláním v oboru PT. Tato zjištění můžeme chápat jako potvrzení, že

sledované oblasti podnikatelských kompetencí jsou pro tlumočníky skutečně relevantní, a je proto na místě věnovat jim v rámci přípravy budoucích tlumočnicků pozornost.

VO 5: V jakých podnikatelských kompetencích by se chtěli tlumočníci dále zlepšovat či vzdělávat?

Respondenti hodnotili úroveň svých podnikatelských kompetencí ve většině sledovaných oblastí spíše pozitivně (výjimkou je oblast marketingu a získávání zakázek a oblast financí a účetnictví, kde nejčastěji volili neutrální odpověď) s tím, že sebehodnocení se ve většině oblastí mírně lepší s přibývajícím zkušenostmi s podnikáním v oboru PT. To však neznamená, že by tlumočníci neměli zájem se v těchto kompetencích dále zlepšovat. Respondenti vyjádřili zájem dále se vzdělávat a zlepšovat své kompetence v oblastech – marketing a získávání zakázek; finance a účetnictví; organizace práce a strategické plánování i psychická odolnost, flexibilita a motivace. U oblasti práce v týmu a komunikace nejčastěji volili neutrální odpověď (ani jasný zájem, ani nezájem).

Pokud jde o konkrétní kompetence, které by si tlumočníci chtěli dále zlepšovat, mezi nejčastěji zmiňované ve sledovaných oblastech patřily následující kompetence:

- marketing a získávání zakázek – oslovování nových klientů a získávání zakázek, využívání sociálních sítí k propagaci svých tlumočnických služeb, budování vlastní značky a budování kontaktní sítě mezi kolegy (networking);
- finance a účetnictví – vyjednávání o ceně a obchodních podmínkách s klientem, cenotvorba a znalost zahraničního trhu a povinností spojených s podnikáním v zahraničí;
- organizace práce a strategické plánování – sledování trendů v oboru a osvojování si nových postupů, technologií apod., hledání inovativních přístupů pro zefektivňování svých služeb a nastavení rovnováhy mezi pracovním a osobním životem;
- psychická odolnost, flexibilita a motivace – sebereflexe – rozpoznání svých silných a slabých stránek, flexibilita a schopnost reagovat na náhlé změny a schopnost udržet si motivaci a nepoddávat se občasnému neúspěchům;
- práce v týmu a komunikace – efektivní komunikace s klienty, schopnost delegovat práci, outsourcovat, schopnost sestavit a vést tým (například pro větší tlumočnickou zakázku) a spolupráce s kolegy.

Výše uvedený přehled tedy ukazuje, jaké jsou vzdělávací potřeby tlumočnicků v oblasti podnikatelských kompetencí. Domníváme se, že může sloužit jako vodítko při sestavování

studijních plánů tlumočnických oborů, ale třeba i při plánování vzdělávacích kurzů pro tlumočníky ze strany profesních organizací.

VO 6: Které kompetence by podle studentů a absolventů oboru tlumočnictví měly být více rozvíjeny v rámci výuky?

Respondenti, kteří vystudovali nebo aktuálně studují obor tlumočnictví, nejčastěji uváděli, že v rámci výuky by měly být více rozvíjeny kompetence v oblasti marketingu a získávání zakázek; financí a účetnictví a psychické odolnosti, flexibility a motivace. Poměrně velká část zmínila také oblasti zlepšování poskytování služeb a inovace a organizace práce a plánování. Tato zjištění do velké míry korespondují s oblastmi, ve kterých mají tlumočníci obecně zájem se zlepšovat.

Na základě závěrů z našeho šetření lze doporučit, aby byl podnikatelským kompetencím v rámci tlumočnických oborů věnován větší prostor. Zvláštní pozornost by si zasloužily zejména kompetence v oblasti marketingu a získávání zakázek a financí a účetnictví, u nichž jsme identifikovali největší zájem respondentů o další vzdělávání a zároveň nejnižší hodnocení, co se týče toho, jak respondenti vnímají úroveň svých kompetencí v těchto oblastech. V souvislosti s tímto doporučením je třeba zvážit dvě důležité otázky. První z nich souvisí s omezenou časovou dotací v rámci studijních plánů – pokud by mělo rozvíjení podnikatelských kompetencí při přípravě budoucích tlumočnicků probíhat na úkor jiných tlumočnických kompetencí, bylo by nutné provést rozsáhlejší analýzu současných studijních plánů, případně šetření mezi absolventy a pečlivě zvážit takovou skladbu výuky, která povede k co nejlepším výsledkům. Druhá otázka se týká způsobu, jakým podnikatelské kompetence vyučovat. Této problematice jsme se v rámci našeho výzkumu také částečně dotkli, nicméně k určení vhodné výukové metody by bylo třeba provést spíše experiment či případovou studii, které by objektivně ověřovaly přínosnost konkrétních metod.

3.5 Limitace výzkumu

Je důležité zmínit, že náš výzkum má jisté limitace, které by měly být brány v potaz při interpretaci získaných dat. Hlavní omezení souvisí se samotnou metodou výzkumu a výzkumným vzorkem. Výzkum se vztahoval k velmi široké a rozmanité výzkumné populaci (všichni aktivní tlumočnické, studenti*ky tlumočení i osoby, které se tlumočení profesně věnovaly v minulosti) a výzkumný vzorek byl určen metodou tzv. dostupného (příležitostného) výběru, jehož nevýhodou je nízká míra reprezentativnosti. Výsledná data tak nelze vztáhnout na celou populaci. Vzhledem k tomu, že šlo o první výzkum zaměřený specificky na rozvíjení

podnikatelských kompetencí ve výuce tlumočnicků (v českém kontextu), naší prioritou bylo získat co největší počet respondentů. Pokud bychom však chtěli získat přesnější data, bylo by nutné výzkumnou populaci zúžit (např. na absolventy magisterského oboru tlumočení na ÚTRL za posledních 10 let). Dalším omezením je subjektivnost získaných dat, která plyne z povahy dotazníkového šetření. Naším cílem nicméně nebylo objektivně testovat úroveň podnikatelských kompetencí tlumočnicků, takže toto omezení není zásadní. Upozorňujeme však, že získaná data vypovídají pouze o subjektivním hodnocení respondentů, nikoliv o skutečném stavu věcí.

Při sestavování dotazníku bylo nutné vytvořit seznam podnikatelských kompetencí, které budou respondenti hodnotit. Přestože jsme při tom primárně vycházeli z odborné literatury, zvolený seznam kompetencí není vyčerpávající a je do jisté míry ovlivněn naším subjektivním výběrem. Toto omezení jsme se snažili kompenzovat tím, že jsme v rámci odpovědí dali respondentům prostor k doplnění dalších kompetencí mimo náš seznam. V dotazníku pro zjednodušení a větší přehlednost pracujeme s obecnějšími „oblastmi podnikatelských kompetencí“. Uvědomujeme si nicméně, že toto rozdělení není dokonalé – některé kompetence mohou spadat i do více oblastí a kompetence v rámci jedné oblasti nemusejí být vždy přímo příbuzné.

Dále bychom chtěli zmínit několik problémů souvisejících s podobou dotazníku, které se nepodařilo odhalit v rámci pilotní studie. Otázka na pracovní jazyky respondentů nespécifikovala, zda v odpovědi uvádět i rodný jazyk. Pro účely vyhodnocení dat jsme předpokládali, že čeština je pracovním jazykem všech respondentů, ale je možné, že mezi respondenty byli tlumočníci, kteří rozumí česky (dokázali vyplnit dotazník v češtině), ale češtinu nepoužívají jako pracovní jazyk.

Otázka týkající se vzdělání v oboru PT nebyla formulovaná zcela jednoznačně, což mohlo vést k tomu, že někteří respondenti zaškrtnli pouze nejvyšší dosažené vzdělání v oboru, zatímco jiní zaškrtnli všechny platné odpovědi. Pro případné další šetření bychom proto doporučovali tuto otázku koncipovat jinak (např. rozdělit do více otázek).

V otázce, kde měli respondenti uvést, na jaké univerzitě obor tlumočení studovali, byla jako jedna z možností uvedena „Univerzita Karlova“. Vhodnější by však bylo specifikovat tuto možnost jako ÚTRL, protože pod UK spadá i obor Jazyky a komunikace neslyšících (tj. tlumočení českého znakového jazyka) na FF UK. Je také otázkou, zda je vhodné v rámci šetření míchat tlumočnický mluveného a znakového jazyka. Domníváme se nicméně, že téma našeho výzkumu se dotýká obou skupin obdobně.

I přes výše uvedené limitace věříme, že náš výzkum přináší zajímavá zjištění a odhaluje, jak tlumočníci hodnotí důležitost podnikatelských kompetencí pro výkon své profese a jakým způsobem si tyto kompetence osvojují. Jedná se o základní šetření, které může sloužit jako podnět pro další výzkum na toto téma.

Závěr

Tato diplomová práce se zabývala tématem rozvíjení podnikatelských kompetencí při přípravě budoucích tlumočnicků s cílem poskytnout teoretický základ k problematice, které dosud v českém odborném diskurzu nebyla věnována větší pozornost, popsat současnou situaci v rámci tlumočnických oborů v České republice a zmapovat postoj českých tlumočnicků a studentů tlumočení k podnikatelským kompetencím.

V teoretické části jsme se věnovali otázce, zda studenti tlumočení potřebují podnikatelské kompetence. Na základě analýzy kompetenčních modelů tlumočnicka, současného trhu s tlumočnickými službami a dat o uplatnění absolventů tlumočení na pracovním trhu jsme došli k závěru, že většina tlumočnicků na českém trhu působí jako nezávislí profesionálové (na volné noze), a podnikatelské kompetence tak představují nezbytnou součást jejich profesní výbavy.

Výše popsaný kontext nám posloužil jako východisko pro další část diplomové práce, v níž jsme se zaměřili na to, jakým způsobem jsou v současné době rozvíjeny podnikatelské kompetence v rámci tlumočnických oborů na dvou českých univerzitách – Univerzitě Karlově v Praze a Univerzitě Palackého v Olomouci. Poukázali jsme na některé silné i slabé stránky v současných studijních plánech a vymezili prostor pro možné zlepšení. K tomu nám posloužil i rozbor dosavadního výzkumu v oblasti rozvíjení podnikatelských kompetencí při přípravě budoucích tlumočnicků včetně některých konkrétních návrhů a strategií.

Na základě teoretických poznatků a studia odborné literatury jsme provedli vlastní empirický výzkum ve formě elektronického dotazníkového šetření mezi českými tlumočnickými a studenty tlumočení, jehož hlavním cílem bylo zmapovat, jak tlumočníci vnímají podnikatelské kompetence z hlediska jejich důležitosti pro výkon tlumočnické profese a způsob, jakým si tyto kompetence osvojují.

V empirické části diplomové práce jsme nejdříve představili cíle výzkumu a výzkumné otázky, zvolenou metodologii, výzkumný vzorek a popsali jsme samotný průběh výzkumu. Závěrečná část byla věnovaná analýze získaných dat a diskuzi nad závěry a případnými limitacemi výzkumu.

Co se týče odpovědí na výzkumné otázky, z šetření vyplynulo, že téměř tři čtvrtiny respondentů považují podnikatelské kompetence v porovnání s ostatními tlumočnickými kompetencemi za stejně důležité, a pětina dokonce za důležitější. Za velmi důležité nebo spíše důležité pro výkon profese tlumočnicka přitom považují respondenti podnikatelské kompetence ve všech

sledovaných oblastech (marketing a získávání zakázek; finance a účetnictví; organizace práce a strategické plánování; psychická odolnost, flexibilita a motivace; práce v týmu a komunikace). Šetření tedy potvrdilo, že sledované oblasti podnikatelských kompetencí jsou pro tlumočníky skutečně relevantní, a je proto na místě věnovat jim v rámci přípravy budoucích tlumočnicků pozornost.

Šetření dále ukázalo, že podnikatelské kompetence ve všech sledovaných oblastech si tlumočníci nejčastěji osvojují v rámci praxe (zkušeností). Další způsoby osvojování se mírně liší na základě typu kompetencí s tím, že nejčastěji respondenti zmiňovali samostudium (internetové zdroje, knihy), učení od kolegů a vzdělávací kurzy či přednášky. Poměrně velká část respondentů také uváděla, že si žádné ze zmíněných kompetencí nijak aktivně neosvojovala. Za zajímavé lze označit zjištění, že jen malá část tlumočnicků si osvojovala kompetence v oblastech marketing a získávání zakázek; finance a účetnictví; organizace práce a strategické plánování v rámci studia oboru PT. Naopak v oblastech psychická odolnost, flexibilita a motivace; práce v týmu a komunikace patřilo studium oboru PT mezi nejčastěji uváděné způsoby osvojování podnikatelských kompetencí.

S výše uvedenými závěry souvisí i zjištění, že studium tlumočnického oboru z pohledu studentů a absolventů dostatečně nepřipravuje tlumočníky na výkon soukromého podnikání. Je však třeba upozornit, že toto zjištění mohlo být ovlivněno výběrem výzkumného vzorku, a je proto nutné jej brát s rezervou. Respondenti, kteří vystudovali nebo aktuálně studují obor tlumočnictví, nejčastěji uváděli, že v rámci výuky by měly být více rozvíjeny kompetence v oblasti marketingu a získávání zakázek; financí a účetnictví a psychické odolnosti, flexibility a motivace. Poměrně velká část zmínila také oblasti zlepšování poskytování služeb a inovací a organizace práce a plánování.

Ze získaných dat vyplynulo, že respondenti hodnotí úroveň svých podnikatelských kompetencí ve většině sledovaných oblastí spíše pozitivně (výjimkou je oblast marketingu a získávání zakázek a oblast financí a účetnictví, kde nejčastěji volili neutrální odpověď) s tím, že sebehodnocení se ve většině oblastí mírně lepší s přibývajícimi zkušenostmi s podnikáním v oboru PT. Respondenti zároveň vyjádřili zájem dále se vzdělávat a zlepšovat své kompetence téměř ve všech sledovaných oblastech (s výjimkou oblasti práce v týmu a komunikace, kde neprojevíli jasný zájem, ani nezájem).

Domníváme se, že výsledky z našeho šetření mohou posloužit jako vodítko při sestavování studijních plánů tlumočnických oborů, ale třeba i při plánování vzdělávacích kurzů pro

tlumočnický ze strany profesních organizací. Obecně lze doporučit, aby byla podnikatelským kompetencím v rámci vzdělávání tlumočnicků věnována větší pozornost, zejména pak kompetencím v oblasti marketingu a získávání zakázek a financí a účetnictví. V souvislosti s tím je však třeba zvážit i vhodné složení studijních plánů tak, aby rozvíjení podnikatelských kompetencí neprobíhalo na úkor dalších důležitých tlumočnických kompetencí, a v neposlední řadě i vhodný způsob, jakým podnikatelské kompetence vyučovat. Této problematice jsme se v rámci našeho výzkumu sice také částečně dotkli, nicméně k formulaci konkrétních doporučení by bylo nutné provést podrobnější a úžeji zaměřený výzkum.

Zvolená metoda výzkumu, široká výzkumná populace i samotná podoba dotazníku se neobešly bez jistých omezení, která jsme se snažili zohlednit při interpretaci získaných dat. I přes tyto limitace náš výzkum přináší podnětná zjištění a odhaluje, jak tlumočníci hodnotí důležitost podnikatelských kompetencí pro výkon své profese a jakým způsobem si tyto kompetence osvojují. Věříme, že tato diplomová práce může posloužit jako inspirace pro další výzkum na toto téma, které z našeho pohledu získává v kontextu současného dynamického vývoje trhu s tlumočnickými službami na stále větší důležitosti.

Bibliografie

Primární zdroje

- ABEREIJO, Isaac Oluwajoba, 2018. *Entrepreneurship education: opportunities, challenges and future directions*. New York: Nova Science Publisher. ISBN 1-5361-3247-0.
- AGUIRRE FERNÁNDEZ BRAVO, Elena a GUINDAL PINTADO, María Dolores, 2020. Entrepreneurship in Interpreting: A Blue Ocean Strategy Didactic Toolkit for Higher Education Interpreter Training. Online. *Hermes*. Roč. 60, č. 60, s. 111–124. ISSN 0904-1699. Dostupné z: <https://doi.org/10.7146/hjlb.v60i0.121314>. [cit. 2024-10-24].
- ALBL-MIKASA, Michaela, 2012. The importance of being not too earnest. A process- and experience-based model of interpreter competence. In: AHRENS, Barbara; ALBL-MIKASA, Michaela a SASSE, Claudia (ed.). *Dolmetschqualität in Praxis, Lehre und Forschung: Festschrift für Sylvia Kalina*. Tübingen: Narr Verlag, s. 59–92. ISBN 978-3-8233-6745-1.
- ÁLVAREZ-ÁLVAREZ, Susana a ARNÁIZ-UZQUIZA, Verónica, 2017. Translation and interpreting graduates under construction: do Spanish translation and interpreting studies curricula answer the challenges of employability? Online. *The interpreter and translator trainer*. Roč. 11, č. 2–3, s. 139–159. ISSN 1750-399X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/1750399X.2017.1344812>. [cit. 2024-10-24].
- BACIGALUPO, Margherita; KAMPYLIS, Panagiotis; PUNIE, Yves a BRANDE, Godelieve Van den, 2016. *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Online. Publications Office of the European Union. ISBN 978-92-79-58538-8. Dostupné z: <https://doi.org/10.2791/593884>. [cit. 2024-10-21].
- BEEBY, A.; FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, M.; FOX, O.; HURTADO ALBIR, A.; NEUNZIG, W. et al., 2003. Building a translation competence model. In: *Benjamins Translation Library*. Vol. 45. John Benjamins Publishing Company, s. 43–66. ISBN 9027296049. ISSN 0929-7316. Dostupné z: <https://doi.org/10.1075/btl.45.06pac>.
- BLOCK, Joern H., 2023. *Progress in Entrepreneurship Education and Training New Methods, Tools, and Lessons Learned from Practice*. Cham: Springer International Publishing. ISBN 3-031-28559-X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/978-3-031-28559-2>.
- CUMINATTO, Claire; BAINES, Roger a DRUGAN, Joanna, 2017. Employability as an ethos in translator and interpreter training. Online. *The interpreter and translator trainer*. Roč. 11, č. 2–3, s. 123–138. ISSN 1750-399X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/1750399X.2017.1350899>. [cit. 2024-10-24].
- ČEŇKOVÁ, Ivana, 1999. Jací jsou absolventi oboru překladatelství a tlumočnictví Ústavu translatologie FF UK Praha? *ToP (Tlumočení-překlad)*. Roč. 9, č. 45, s. 5–7. ISSN 1210-4159.

- DÖRNYEI, Zoltán a TAGUCHI, Tatsuya, 2010. *Questionnaires in Second Language Research: Construction, Administration, and Processing*. 2nd ed. New York: Routledge. ISBN 978-0-415-99820-8.
- GALÁN-MAÑAS, Anabel a OLALLA-SOLER, Christian, 2021. Perceptions of entrepreneurship in translation training. Online. *The interpreter and translator trainer*. Roč. 15, č. 4, s. 395–410. ISSN 1750-399X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/1750399X.2020.1850037>. [cit. 2024-10-24].
- GENTILE, Paola, 2018. Through women's eyes. Conference interpreters' self-perceived status in a gendered perspective. Online. *Hermes (Århus, Denmark)*. Č. 58, s. 19–42. ISSN 0904-1699. Dostupné z: <https://doi.org/10.7146/hjlc.v0i58.111658>. [cit. 2024-11-06].
- GEORGESCU, Renata, 2022. The Conference Interpreter Trainee: A Successful Start-up? Online. *Journal of Research in Higher Education*. Roč. 6, č. 2, s. 52–69. ISSN 2559-6624. Dostupné z: <https://doi.org/10.24193/JRHE.2022.2.3>. [cit. 2024-10-24].
- GILE, Daniel, 1995/2009. *Basic concepts and models for interpreter and translator training*. Rev. ed. Amsterdam: John Benjamins. ISBN 978-90-272-2433-0.
- GONZÁLEZ-DAVIES, Maria a ENRÍQUEZ-RAÍDO, Vanessa, 2016. Situated learning in translator and interpreter training: bridging research and good practice. Online. *The interpreter and translator trainer*. Roč. 10, č. 1, s. 1–11. ISSN 1750-399X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/1750399X.2016.1154339>. [cit. 2024-10-24].
- GOUADEC, Daniel, 2007. *Translation as a profession*. Amsterdam: John Benjamins. ISBN 978-90-272-1681-6.
- HALE, Sandra a NAPIER, Jemina, 2013. *Research methods in interpreting: a practical resource*. Dotisk 2018. London: Bloomsbury. ISBN 978-1-4411-6851-1.
- HENDL, Jan a REMR, Jiří, 2017. *Metody výzkumu a evaluace*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-1192-1.
- HENRY, Colette; HILL, Frances a LEITCH, Claire, 2005a. Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. Online. *Education & training (London)*. Roč. 47, č. 2, s. 98–111. ISSN 0040-0912. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/00400910510586524>. [cit. 2024-10-23].
- HENRY, Colette; HILL, Frances a LEITCH, Claire, 2005b. Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part II. Online. *Education & training (London)*. Roč. 47, č. 3, s. 158–169. ISSN 0040-0912. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/00400910510592211>. [cit. 2024-10-23].
- HERMAN, Michal, 2019. *Profil absolventů překladatelských a tlumočnických oborů, jejich hodnocení studia a uplatnění v profesním životě*. Online. Diplomová práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. Dostupné z: <https://theses.cz/id/ltrvy5/>. [cit. 2024-10-22].

- CHROMÝ, Jan, 2014. *Práce s empirickými daty: příručka pro studenty Bc. studia ČJL*. Nakladatelství Karolinum. ISBN 978-80-246-2801-1.
- JONES, Paul, 2017. *Entrepreneurship education: new perspectives on entrepreneurship education*. United Kingdom: Emerald Publishing. ISBN 1-78743-030-8.
- KASÍK, Jan, 2023. *Nové technologie v tlumočení a budoucí vývoj tlumočnické profese*. Diplomová práce, vedoucí Ešnerová, Kateřina. Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav translatologie.
- KAUTZ, Ulrich, 2002. *Handbuch: Didaktik des Übersetzens und Dolmetschens*. 2., Aufl. Iudicium Verlag. ISBN 3-89129-449-2.
- KICKUL, Jill R. a LYONS, Thomas S, 2020. *Understanding social entrepreneurship the relentless pursuit of mission in an ever changing world*. 3rd ed. New York: Routledge. ISBN 1-000-04154-9.
- KIM, W. Chan a MAUBORGNE, Renée, 2005. *Strategie modrého oceánu: umění vytvořit si svrchovaný tržní prostor a vyřadit tak konkurenty ze hry*. Praha: Management Press. ISBN 80-726-1128-3.
- KIM, W. Chan a MAUBORGNE, Renée, 2023. *What is Blue Ocean Strategy?*, 2004–2023. Online. Blue Ocean. [blueoceanstrategy.com](https://www.blueoceanstrategy.com) Dostupné z: <https://www.blueoceanstrategy.com/what-is-blue-ocean-strategy/>. [cit. 2024-10-24].
- KIRALY, Donald C., 2000. *A social constructivist approach to translator education: empowerment from theory to practice*. Manchester: St. Jerome Publishing. ISBN 1-900650-33-9.
- KIRALY, Donald C., 2012. Growing a Project-Based Translation Pedagogy: A Fractal Perspective. Online. *Meta: Journal des traducteurs*. Roč. 57, č. 1, s. 82–95. Dostupné z: <https://doi.org/10.7202/1012742ar>. [cit. 2024-10-23].
- KLIMKOWSKA, Katarzyna, 2014. Entrepreneurial Potential of the Students of Applied Linguistics Programme, Majoring in Translation. Online. *Academic Journal of Modern Philology*. Č. 3, s. 17–26. ISSN 2299-7164. Dostupné z: <https://ajmp.uwr.edu.pl/2014/10/01/vol-3-2014/>. [cit. 2024-10-24].
- KLIMKOWSKI, Konrad, 2015. Entrepreneurial training in translator and interpreter education. Online. *Roczniki Humanistyczne*. Roč. 63, č. 11, s. 67–83. ISSN 00357707. Dostupné z: <https://doi.org/10.18290/rh.2015.63.11-5>. [cit. 2024-01-12].
- LIŠKOVÁ, Martina, 2023. *Vzdělávání profesionálních tlumočnicků v České republice*. Diplomová práce, vedoucí Pokojová, Jana. Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav translatologie.
- MELLINGER, Christopher D. a HANSON, Thomas A., 2017. *Quantitative research methods in translation and interpreting studies*. London: Routledge. ISBN 978-1-138-12496-7.

MUÑOZ-MIQUEL, Ana, 2020. Translation and Interpreting as a Profession: Some Proposals to Boost Entrepreneurial Competence. Online. *Hermes*. Roč. 60, č. 60, s. 29–46. ISSN 0904-1699. Dostupné z: <https://doi.org/10.7146/hjlc.v60i0.121309>. [cit. 2024-10-24].

NOVOTNÁ, Eva, 2013. *Uplatnění absolventů oboru překladatelství a tlumočnictví v praxi*. V Praze: Filozofická fakulta Univerzity Karlovy. ISBN 978-80-7308-477-6.

OLALLA-SOLER, Christian, 2019. Bridging the Gap between Translation and Interpreting Students and Freelance Professionals. The Mentoring Programme of the Professional Association of Translators and Interpreters of Catalonia. Online. *The interpreter and translator trainer*. Roč. 13, č. 1, s. 64–85. ISSN 1750-399X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/1750399X.2018.1540741>. [cit. 2024-10-24].

PIELMEIER, Helène a O'MARA, Paul, 2020. *The State of the Linguist Supply Chain: Translators and Interpreters in 2020*. Online. In: CSA Research. *csa-research.com*. Dostupné z: <https://insights.csa-research.com/reportaction/305013106/Toc?IsSearchWithin=False>. [cit. 2024-11-06].

RODRÍGUEZ DE CÉSPEDES, Begoña, 2017. Addressing employability and enterprise responsibilities in the translation curriculum. Online. *The interpreter and translator trainer*. Roč. 11, č. 2–3, s. 107–122. ISSN 1750-399X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/1750399X.2017.1344816>. [cit. 2024-10-24].

SALO, Pia; VEIVO, Outi a SALMI, Leena, 2020. Building Pre-professional Identity during Translator Education – Experiences from the Multilingual Translation Workshop at the University of Turku. Online. *Hermes*. Roč. 60, č. 60, s. 97–110. ISSN 0904-1699. Dostupné z: <https://doi.org/10.7146/hjlc.v60i0.121313>. [cit. 2024-10-24].

SELESKOVITCH, Danica a LEDERER, Marianne, 2002. *Pédagogie raisonnée de l'interprétation*. Online. 2. ed. corr. et augm. Publications Office of the European Union, Didier Érudition. ISBN 2-86460-640-2. Dostupné z: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/7b26eb7e-be42-460e-afcd-363efc6be0aa>. [cit. 2024-10-23].

SETTON, Robin a DAWRANT, Andrew, 2016. *Conference interpreting: a complete course*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. ISBN 978-90-272-5862-5.

STOKLASOVÁ, Hedvika, 2017. *Profesionální tlumočnické ve 21. století: nové technologie a sociální sítě*. Diplomová práce, vedoucí Čeňková, Ivana. Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav translatologie.

TORRES-SIMÓN, Ester a PYM, Anthony, 2019. European masters in translation: A comparative study. In: SAWYER, David B.; AUSTERMÜHL, Frank; SAWYER, David B. a RAÍDO, Vanessa Enríquez (ed.), 2019. *The evolving curriculum in interpreter and translator education: stakeholder perspectives and voices*. Online. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, s. 64–78. ISBN 90-272-6253-5. Dostupné z: <https://doi.org/10.1075/ata.xix.04tor>. [cit. 2024-10-24].

TRUSOVÁ, Veronika, 2021. *Analýza odborných tlumočnických praxí studentů magisterského oboru tlumočnictví na Ústavu translatologie FF UK*. Diplomová práce, vedoucí Čeňková, Ivana. Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav translatologie.

TUMOVÁ, Ema, 2023. *Materiály zaměřené na rozvoj tlumočnických dovedností*. Diplomová práce, vedoucí Čeňková, Ivana. Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav translatologie.

VAN EGDOM, Gys-walt; KONTTINEN, Kalle; VANDEPITTE, Sonia; FERNÁNDEZ-PARRA, María; LOOCK, Rudy et al., 2020. Empowering Translators through Entrepreneurship in Simulated Translation Bureaus. Online. *Hermes (Århus, Denmark)*. Roč. 60, č. 60, s. 81–95. ISSN 0904-1699. Dostupné z: <https://doi.org/10.7146/hjlb.v60i0.121312>. [cit. 2024-10-24].

VEIGA DÍAZ, Maite, 2020. Moving towards Entrepreneurial Translator Education: a Review of Entrepreneurship Competence in Spanish Translator Education Programmes. Online. *Hermes*. Roč. 60, č. 60, s. 47–64. ISSN 0904-1699. Dostupné z: <https://doi.org/10.7146/hjlb.v60i0.121310>. [cit. 2024-10-24].

VIENNE, Jean, 2000. Which Competences Should We Teach to Future Translators, and How? In: SCHAFFNER, Christina a ADAB, Beverly (ed.). *Developing Translation Competence*. The Netherlands: John Benjamins Publishing Company, s. 91–100. ISBN 9789027216434. ISSN 0929-7316.

ZYMINKOWSKA, Katarzyna a OŻAŃSKA-PONIKWIA, Katarzyna, 2024. *Entrepreneurship education and pedagogy in central and eastern european countries: critical and pragmatic perspectives*. Abingdon, England: Routledge. ISBN 1-00-345335-X.

Sekundární zdroje

AIIC Association Internationale des Interprètes de Conférence / The International Association of Conference Interpreters. *aiic.org*. Online. ©2024. Dostupné z: <https://aiic.org/> [cit. 2024-10-24].

Akreditační databáze FF UK. Online. Dostupné z: <https://akredb.ff.cuni.cz/studijni-program-public>. [cit. 2024-10-23].

ASKOT Asociace konferenčních tlumočnicků. *askot.cz*. Online. ©2024. Dostupné z: <https://askot.cz/> [cit. 2024-10-23].

BADALEC, Petra, 2023. *5 poznatků z panelové diskuze „Jak se po covidu změnilo tlumočení“*. Online. In: ASKOT Asociace konferenčních tlumočnicků. *askot.cz*. Dostupné z: <https://askot.cz/tlumoceni-po-covidu/>. [cit. 2024-10-23].

CKTZJ Česká komora tlumočnicků znakového jazyka. *ctzj.com*. Online. ©2024. Dostupné z: <https://www.cktzj.com/> [cit. 2024-10-24].

ČERVENKA, Jan, 2003. *Názory na podnikání a podnikatele*. Online. In: Centrum pro výzkum veřejného mínění. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/tiskove->

zpravy/ekonomicke/ekonomicke-ostatni/375-nazory-na-podnikani-a-podnikatele?highlight=WyJwb2RuaWtcdTAwZTFuXHUwMGVklI0=. [cit. 2024-11-08].

ČESKO. Zákon č. 354/2019 Sb., o soudních tlumočnicích a soudních překladatelích ve znění zákona č. 166/2020 Sb.

ČESKO. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon)

DATA USA, 2022. *Interpreters and translators*. Online. In: DELOITTE, DATAWHEEL. *Datausa.io*. Dostupné z: <https://datausa.io/profile/soc/interpreters-and-translators#gender-and-age>. [cit. 2024-11-06].

DELOITTE, 2024. *Průzkum Deloitte mezi mileniály a zástupci generace Z 2024*. Online. In: Deloitte Česká republika. Dostupné z: <https://www2.deloitte.com/cz/cs/pages/about-deloitte/articles/millennialsurvey.html>. [cit. 2024-11-08].

DIRECTORATE-GENERAL FOR TRANSLATION, 2022. *Updated version of the EMT competence framework now available*. Online. In: European Commission. Dostupné z: https://commission.europa.eu/news/updated-version-emt-competence-framework-now-available-2022-10-21_en. [cit. 2024-10-22].

Doporučení Evropského parlamentu a Rady ze dne 18. prosince 2006 o klíčových schopnostech pro celoživotní učení. Online. In: Úřední věstník Evropské unie L 394/10, s. 10–18. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A32006H0962>. [cit. 2024-10-22].

Doporučení Rady ze dne 22. května 2017 o evropském rámci kvalifikací pro celoživotní učení, kterým se zrušuje doporučení Evropského parlamentu a Rady ze dne 23. dubna 2008 o zavedení evropského rámce kvalifikací pro celoživotní učení. Online. In: Úřední věstník Evropské unie C 189/15, s. 15–28. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A32017H0615%2801%29>. [cit. 2024-10-21].

ELIS 2024. *European Language Industry Survey 2024: Trends, expectations and concerns of the European language industry, 2024*. Online. In: European Language Industry Survey 2024. Dostupné z: <https://elis-survey.org/wp-content/uploads/2024/03/ELIS-2024-Report.pdf>. [cit. 2024-10-23].

Europeans and their languages, 2024. Online. In: European Union. *europa.eu*. Dostupné z: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2979>. [cit. 2024-10-23].

FF UK, 2024a. *Studijní plány*. Online. Filozofická fakulta Univerzita Karlova. *ff.cuni.cz*. Dostupné z: <https://www.ff.cuni.cz/studium/studijni-obory-plany/studijni-plany/>. [cit. 2024-10-23].

FF UK, 2024b. *Mezikulturní komunikace: překlad a tlumočení (rozcestník)*. Online. Filozofická fakulta Univerzita Karlova. *ff.cuni.cz*. Dostupné z: <https://www.ff.cuni.cz/prijimaci-rizeni/studijni-obory/bakalarske-obory/mezikulturni-komunikace-prekld-tlumoceni/>. [cit. 2024-10-24].

FF UP, 2024a. *Katedry a zařízení*. Online. Univerzita Palackého v Olomouci: Filozofická fakulta. *ff.upol.cz*. Dostupné z: <https://www.ff.upol.cz/katedry-a-zarizeni/>. [cit. 2024-10-24].

FF UP, 2024b. *Studijní plány a předměty*. Online. Univerzita Palackého v Olomouci: Filozofická fakulta. Dostupné z: <https://www.ff.upol.cz/studenti/studium/studijni-plany-a-predmety/>. [cit. 2024-10-24].

FF UP, 2024c. *Nabídka studijních programů*. Online. Studuj na FF UP. *studuj.ff.upol.cz*. Dostupné z: <https://studuj.ff.upol.cz/>. [cit. 2024-10-24].

FIT International Federation of Translators / Fédération internationale des traducteurs. *en.fit-ift.org*. Online. ©2024. Dostupné z: <https://aiic.org/> [cit. 2024-10-24].

JIRÁKOVÁ, Edita, 2024. *Mezinárodní federace překladatelů se důrazně staví proti českému návrhu na zavedení strojového tlumočení v cizineckých řízeních*. Online. In: JTP Jednota tlumočnicků a překladatelů. *jtpunion.org*. Dostupné z: <https://www.jtpunion.org/2024/08/mezinarodni-federace-prekladatelu-se-durazne-stavi-proti-ceskemu-navrhu-na-zavedeni-strojoveho-tlumoceni-v-cizineckych-rizenich/>. [cit. 2024-10-23].

JTP Jednota tlumočnicků a překladatelů. *jtpunion.org*. Online. ©2024. Dostupné z: <https://www.jtpunion.org/> [cit. 2024-10-23].

JTP, 2023. *Stanovisko překladatelských organizací ke strojovému překladu v cizineckém zákoně*. Online. In: JTP Jednota tlumočnicků a překladatelů. *jtpunion.org*. Dostupné z: <https://www.jtpunion.org/2023/10/stanovisko-prekladatelskych-organizaci-ke-strojovemu-prekladu-v-cizineckem-zakone/>. [cit. 2024-10-23].

JTP, 2024. *Neakceptovatelný návrh Ministerstva vnitra ČR na strojové tlumočení v cizineckých řízeních*. Online. In: JTP Jednota tlumočnicků a překladatelů. *jtpunion.org*. Dostupné z: <https://www.jtpunion.org/2024/05/neaakceptovatelnny-navrh-ministerstva-vnitra-cr-na-strojove-tlumoceni-v-cizineckych-rizenich/>. [cit. 2024-10-23].

K. TITE, Barbora. Blog. *barboratite.cz*. Online. Dostupné z: <https://barboratite.cz/blok/> [cit. 2024-10-23].

Konferenční teorie a praxe – AMTFPV020. Online. Informační systém UK. *is.cuni.cz*. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/studium/predmety/index.php?do=predmet&kod=AMTFPV020>. [cit. 2024-10-24].

Koordinační centrum pro EQF při Národním ústavu odborného vzdělávání, 2011. *Národní přiřazovací zpráva České republiky*. Online. Národní ústav odborného vzdělávání. Dostupné z: <https://www.nuov.cz/narodni-prirazovaci-zprava-ceske-republiky>. [cit. 2024-10-21].

KST ČR Komora soudních tlumočnicků a soudních překladatelů České republiky. *kstcr.cz*. Online. ©2024. Dostupné z <https://www.kstcr.cz/cz> [cit. 2024-10-23].

LOMMEL, Arle, 2024. *The Language Sector Slowdown: A Multifaceted Outlook*. Online. In: CSA Research. *csa-research.com*. Dostupné z: <https://csa-research.com/Blogs-Events/Blog/The-Language-Sector-Slowdown-A-Multifaceted-Outlook>. [cit. 2024-10-23].

Ministerstvo vnitra, 26. 4. 2023. Návrh zákona o vstupu a pobytu cizinců (cizinecký zákon). PID: KORNCR9BXQCP. Online. Portál informačního systému ODok Úřadu vlády České republiky. Dostupné z: <https://www.odok.cz/portal/veklep/material/KORNCR9BXQCP/>. [cit. 2024-10-22].

NENUTIL, Libor. Blog. *libornenutil.cz*. Online. Dostupné z: <https://libornenutil.cz/blog/> [cit. 2024-10-23].

Prohlížení IS/STAG. Online. Studijní agenda: Informační systém Univerzity Palackého. *stag.upol.cz*. Dostupné z: <https://stag.upol.cz/portal/studium/prohlizeni.html>. [cit. 2024-10-24].

Sdělení komise Radě, Evropskému parlamentu, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů – „Zelenou malým a středním podnikům.“ „Small Business Act“ pro Evropu, KOM(2008) 394 v konečném znění, 2008. Online. CELEX number: 52008DC0394. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A52008DC0394>. [cit. 2024-10-22].

Sdělení komise Radě, Evropskému parlamentu, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů Přehodnocení vzdělávání: investice do dovedností pro dosažení lepších socioekonomických výsledků, 2012. Online. CELEX number: 52012DC0669. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?qid=1729603475632&uri=CELEX%3A52012DC0669>. [cit. 2024-10-22].

Sdělení komise Radě, Evropskému parlamentu, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů Akční plán podnikání 2020 Opětovné probuzení podnikatelského ducha v Evropě, 2012. Online. CELEX number: 52012DC0795. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A52012DC0795>. [cit. 2024-10-22].

Sdělení komise Radě, Evropskému parlamentu, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů Nová agenda dovedností pro Evropu Společně pracovat na posílení lidského kapitálu, zaměstnatelnosti a konkurenceschopnosti, 2016. Online. CELEX number: 52016DC0381. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX:52016DC0381>. [cit. 2024-10-22].

Simultánní blekotání. Soukromá skupina na sociální síty Facebook. Online. Dostupné z: <https://www.facebook.com/groups/simtlum>. [cit. 2024-11-18].

SKADCHENKO, Yulia. LinkedIn profile. Online. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/in/yulia-skadchenko/> [cit. 2024-10-23].

ÚTRL, 2024a. *Kdo jsme?* Online. Ústav translatologie Filozofická fakulta Univerzita Karlova. *utrl.ff.cuni.cz*. Dostupné z: <https://utrl.ff.cuni.cz/cs/ustavkatedra/kdo-jsme/>. [cit. 2024-10-23].

ÚTRL, 2024b. *Odborná praxe*. Online. Ústav translatologie Filozofická fakulta Univerzita Karlova. *utrl.ff.cuni.cz*. Dostupné z: <https://utrl.ff.cuni.cz/cs/studium/navazujici-magisterske-studium/odborna-praxe/>. [cit. 2024-10-24].

Vítejte na Šporkovi. Soukromá skupina na sociální síti Facebook. Online. Dostupné z: <https://www.facebook.com/groups/1412935115635903>. [cit. 2024-11-18].

Working Group on Employability Report to Ministers 2009. Online. In: The European Higher Education Area. *ehea.info*. Dostupné z: https://ehea.info/media.ehea.info/file/2009_Leuven_Louvain-la-Neuve/91/5/2009_employability_WG_report_594915.pdf. [cit. 2024-10-24].

Seznam obrázků

Obrázek 1 – EntreComp (Bacigalupo et al., 2016, s. 6).....	12
Obrázek 2 – Kompetenční model překladatele od skupiny PACTE (Beeby et al., 2003, s. 60)	16
Obrázek 3 – Kompetenční rámec EMT 2022 (Directorate-General for Translation, 2022, s. 4)	18
Obrázek 4 – Kompetenční model tlumočnicka Michaely Albl-Mikasy (Albl-Mikasa, 2012, s. 63)	21
Obrázek 5 – Data o velikosti trhu s jazykovými službami od CSA Research (Lommel, 2024)	28
Obrázek 6 – Obsah chybějící v učebních plánech PT podle absolventů (podle počtu odpovědí). (Álvarez-Álvarezand a Arnáiz-Uzquiza, 2017)	38
Obrázek 7 – Procentuální podíl rámcových kompetencí EntreComp v učebních plánech bakalářského studia překladatelství a tlumočnictví ve Španělsku (Veiga Díaz, 2020, s. 55) ..	39
Obrázek 8 – Hodnocení podnikatelských kompetencí studenty tlumočení a překladu (Klimkowska, 2014, s. 23)	41
Obrázek 9 – Průměrné skupinové skóre pro jednotlivé výroky týkající se španělského tlumočnického trhu (Fernández Bravo a Guindal Pintado, 2020, s. 122)	46
Obrázek 10 – Témata a obsah mentoringového programu (Olalla-Soler, 2018, s. 73).....	48

Seznam grafů

Graf 1 – Pohlaví respondentů.....	59
Graf 2 – Věk respondentů	60
Graf 3 – Pracovní jazyky respondentů (kromě češtiny).....	61
Graf 4 – Počet pracovních jazyků respondentů (bez českého jazyka).....	61
Graf 5 – Sociálně-ekonomická situace respondentů	62
Graf 6 – Zkušenost s podnikáním v oboru PT	63
Graf 7 – Podíl poskytování tlumočnických služeb na příjmech respondentů za poslední rok.	63
Graf 8 – Považujete se za podnikatele * podnikatelku?.....	64
Graf 9 – Asociace k pojmu „podnikatelské kompetence“.....	65
Graf 10 – Osvojování kompetencí v oblasti marketingu a získávání zakázek.....	67
Graf 11 – Zlepšování kompetencí v oblasti marketingu a získávání zakázek	68
Graf 12 – Osvojování kompetencí v oblasti financí a účetnictví	69
Graf 13 – Zlepšování kompetencí v oblasti financí a účetnictví.....	69
Graf 14 – Osvojování kompetencí v oblasti organizace práce a strategického plánování.....	70
Graf 15 – Zlepšování kompetencí v oblasti organizace práce a strategického plánování.....	71
Graf 16 – Osvojování kompetencí v oblasti psychické odolnosti, flexibility a motivace.....	72
Graf 17 – Zlepšování kompetencí v oblasti psychické odolnosti, flexibility a motivace	73
Graf 18 – Osvojování kompetencí v oblasti práce v týmu a komunikace.....	74
Graf 19 – Zlepšování kompetencí v oblasti práce v týmu a komunikace	74
Graf 20 – Důležitost podnikatelských kompetencí v porovnání s ostatními tlumočnickými kompetencemi	80
Graf 21 – Hodnocení způsobů výuky podnikatelských kompetencí z hlediska přínosnosti	82
Graf 22 – Vzdělání v oboru tlumočení.....	83
Graf 23 – Studium tlumočení – univerzita	84
Graf 24 – Studium tlumočení jako příprava na podnikání v oboru PT	85
Graf 25 – Hodnocení předmětů zaměřených na rozvíjení podnikatelských kompetencí.....	86
Graf 26 – Které kompetence by měly být více rozvíjeny v rámci výuky tlumočení	87

Seznam tabulek

Tabulka 1 – Přehled kompetencí z modelu EntreComp.....	13
Tabulka 2 – Hodnocení důležitosti podnikatelských kompetencí – porovnání.....	76
Tabulka 3 – Hodnocení úrovně podnikatelských kompetencí – porovnání	77
Tabulka 4 – Zájem o zlepšování podnikatelských kompetencí – porovnání	79
Tabulka 5 – Hodnocení přínosnosti způsobů výuky podnikatelských kompetencí	81
Tabulka 6 – Stupeň vzdělání v oboru tlumočení.....	84

Seznam zkratk

ASKOT – Asociace konferenčních tlumočnicků
FF UP – Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
JTP – Jednota tlumočnicků a překladatelů
KST ČR – Komora soudních tlumočnicků a soudních překladatelů České republiky
OSVČ – osoba samostatně výdělečně činná
PT – překlad a tlumočení
RSI – simultánní tlumočení na dálku (<i>Remote Simultaneous Interpretation</i>)
UPOL – Univerzita palackého v Olomouci
ÚTRL – Ústav translologie, Filozofická fakulta Univerzity Karlovy

Přílohy

Příloha č. 1 – Dotazník

Příloha č. 2 – Data z dotazníkového šetření

Příloha č. 3 – Grafy k otázkám na hodnocení podnikatelských kompetencí