

Abstrakt

Předkládaná práce se zabývá novými technologiemi a sociálními sítěmi v oblasti tlumočení. Teoretická část popisuje, jak technologický vývoj v průběhu času proměnil samotné tlumočení i způsob práce tlumočnicků a jaké možnosti nabízí tlumočení nové technologie. Dále teoretická část nastiňuje historii a fungování sociálních sítí Facebook, Twitter a LinkedIn a popisuje možnosti, které tyto sítě nabízí v oblasti marketingu.

Empirická část představuje výsledky dotazníkového šetření, jehož cílem bylo zmapovat obecné trendy v používání nových technologií a sociálních sítí mezi českými tlumočníky. Online dotazníkové šetření se zaměřilo mj. na to, do jaké míry jsou čeští tlumočníci vybaveni chytrými zařízeními, jaké mají povědomí o technických novinkách a zdali využívají sociální sítě i pro profesní účely. V neposlední řadě pak dotazník zjišťoval, jestli tlumočníci využívají i možnosti marketingu na sociálních sítích. Výzkum proběhl na vzorku 150 lidí. Výsledky analýzy sebraných odpovědí ukázaly, že vybavenost chytrými zařízeními je mezi respondenty poměrně vysoká, vůči netradičním způsobům tlumočení jsou respondenti spíše skeptičtí a sociální sítě tlumočníci využívají spíše ke komunikaci v rámci tlumočnické komunity, nikoliv pro marketing.

Klíčová slova: tlumočení, nové technologie, tablet, sociální sítě, sociální média, marketing