

EMIRA PREMROV

Visoka škola za hotelijerstvo i turizam Bled

IMPERATIV KAO SINTAKTIČKO SREDSTVO OSTVARIVANJA KONATIVNE FUNKCIJE TEKSTA NA PRIMJERU NJEMAČKOGA KATALOGA PUTOVANJA

Sažetak

Jezik nije samo kognitivni alat za razmjenu misli i za emocionalno izražavanje, već u isto vrijeme predstavlja ogledalo društva i djeluje kao posrednik sociokulturnoga iskustva i vrijednosti. Kao oblik profesionalne komunikacije i oglašavanja, katalog putovanja služi se jezičnim sredstvima u cilju nagovaranja mogućih kupaca, tj. za ostvarenje konativne funkcije teksta. Takvoj uporabi reklamnoga jezika cilj je učinkovit i produktivan marketing turističkih proizvoda i usluga, odnosno njihov utjecaj na percepciju potrošača, tako da su proizvodi ili usluge, koje se nude, u očima kupca toliko privlačne da im to daje prednost u odnosu na druge konkurentske ponude. Važnu ulogu u provedbi ovoga cilja imaju primijenjena verbalna sredstva. Članak predstavlja pokušaj osvjetljavanja imperativa kao sintaktičkoga sredstva za provođenje apelativne funkcije u korpusu, koji se sastoji od tekstova kataloga putovanja na njemačkome jeziku. Uporaba imperativa kao jezičnoga sredstva u ovakvim tipovima tekstova, koji osim informativne svrhe imaju i svrhu oglašavanja, više ne predstavlja sredstvo za izražavanje naredbi ili zabrana, već služi za izražavanje preporuka.

Ključne riječi: imperativ; persuasivna funkcija; konativna funkcija; katalog putovanja; reklamni jezik