



KAKO JEZIKOM PRIVUĆI TURISTE? ULOGA PRIJEVODA U TURISTIČKIM PROMOTIVNIM MATERIJALIMA U BOSNI I HERCEGOVINI



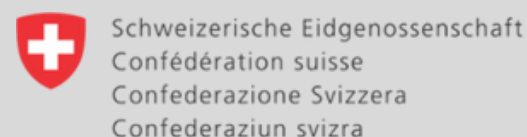
**KANDIDATKINJA:
INGA KOTLO**

Čin čitanja o specifičnoj turističkoj destinaciji je odlučujući moment; stoga, jezički izbori (tj. pažljivo osmišljene i prevedene promotivne poruke), uz vizualni sadržaj, igraju krucijalnu ulogu u privlačenju pažnje i uvjeravanju potencijalnih turista/turistkinja da prerastu u stvarne kupce. Kako određene ciljne grupe percipiraju jezičke izbore turističkih promotivnih materijala i kako jezik utječe na njihove odluke o kupovini čini srž ovog interdisciplinarnog istraživanja. Ono nudi novu metodološku perspektivu koja kombinira teoretsko i primijenjeno znanje lingvistike i marketinga kako bi minuciozno analizirala online turističke promotivne materijale (TPM) i njihove prijevode sa bosanskog/hrvatskog/srpskog jezika na engleski jezik (objavljene između 2018. i 2021. godine), a rezultati analize bit će podržani izvršenom anketom na stratificiranom uzorku – predstavnici/e generacije milenijalaca. Trostruka lingvistička analiza oslanjat će se na teoriju govornih činova, analizu žanra i interkulturalne medijacijske strategije – odomaćivanje i postranjivanje, istovremeno uzimajući u obzir AIDA marketing model. Predloženom studijom će se uvećati znanje o nivou i vrsti utjecaja kojeg jezik i prijevod online TPM-a imaju na uvjeravanje ciljnih grupa.

Utjecaj i mogućnosti za praktičnu primjenu ovog sveobuhvatnog istraživanja su višestruke. Prepoznavši značajnu društveno-ekonomsku korist koju turizam donosi Bosni i Hercegovini, ovom se studijom želi podržati povratak turizma nakon prinudne pauze uzrokovane COVID-19 pandemijom, i to kroz ispitivanje uloge jezika i prijevoda u online turističkim oglasima, odnosno stavljanjem fokusa na zanemarenu i nedovoljno istraženu lingvističku komponentu promocije turizma. Studija će generisati praktične preporuke koje mogu biti preoblikovane u priručnik za prevoditelj(ic)e, turističke vodiče i stručnjak(inj)e u polju turizma i marketinga, zatim sažete u smjernice dobre prakse posebno skrojene prema bh. kulturi i jezicima, ili pretočene u nastavni modul ili kurs (ne)formalnog obrazovanja. Konačno, rezultati istraživanja mogu biti korišteni kao argumentacijska baza za javne politike i prakse vezane za turizam, marketing, (visoko) obrazovanje, jezik i kulturu BiH.

**MENTORICA:
DŽENETA
KARABEGOVIĆ, PHD**

Podržali:



Švicarska agencija za razvoj i saradnju SDC



Implementira:



Centar za razvojne evaluacije i društvena istraživanja

Kralja Tvrtka 3/2 71000 Sarajevo
387(0)33 20 58 59
Website: www.inquire.ba
Email: inquire@credi.ba