

Дамир Груда  
Нови Пазар

## АНГЛИЦИЗМИ У НАЗИВИМА ПРИВРЕДНИХ СУБЈЕКТА У НОВОМ ПАЗАРУ

Циљ овога рада јесте да се истражи обим у ком се енглески језик употребљава у називима привредних субјеката у Новом Пазару у Србији. Употреба енглеског језика, као језика који је најзаступљенији, у комерцијалне сврхе имала је великог утицаја на називе који су дати привредним субјектима у Новом Пазару, а због веза који тај град има са глобализацијом и заступљеношћу у медијима. Студија обухвата 418 привредних субјеката преузетих из архиве Агенције за привредне субјекте у Србији (АПП) и директоријума привредних субјеката у области Санџака (АПСС).

**Кључне речи:** англицизми, рекламирање, билингвалност, позајмљенице, контактна лингвистика, глобализација, привредни субјекти, називи радњи

### Увод

Овај рад ће се бавити опсегом употребе англицизама у именима привредних субјеката у граду Новом Пазару. Нови Пазар као град је, историјски гледано, веома занимљив са становишта лингвистичких истраживања у пољу социолингвистике, као и контактне лингвистике, јер се налази у близини Црне Горе, Косова, Босне и Херцеговине, на 270 км јужно од Београда, на деоници старог пута који преко Ибарске магистрале води према Подгорици и Јадранском мору. Његов оснивач Иса-бег Исхаковић подигао је град у непосредној близини средњовековног утврђења Трговиште, познатог под именом Рас. Први писани документ који помиње име Нови Пазар датира из XV века, када је Мало вијеће Дубровачке републике одлучило да у њему постави свог конзула. То потврђује да је град у то време већ био развијен, захваљујући свом изузетном географском положају, јер се налазио на раскршћу важних путева који су водили од Дубровника према Нишу, Софији, Истанбулу, Солуну, Београду, Пешти и Сарајеву. С обзиром на то да трговина најви-

ше спаја људе и да под окриљем тих околности долази до језичког контакта између различитих нација, а самим тим и језика, са правом можемо рећи да је Нови Пазар историјски, географски и лингвистички гледано град са богатим историјским наслеђем, место судара разних култура и цивилизација, а самим тим и место језичког контакта. Оно на шта се ова студија фокусира јесте данашња лингвистичка позадина назива привредних субјеката којих у граду Новом Пазару има у великом броју због чињенице да је Нови Пазар добио у току последњих двадесетак година епитет града трговине, производње тексаса, обуће и разних других делатности. Експанзија трговине подразумева и отварање малих предузећа, продавница, кафића, кафана и осталих услужних субјеката, што укључује и давање имена овим привредним субјектима. Због мешавине разних утицаја Истока и Запада у Новом Пазару, а понајвише због утицаја исламске језичке културе, приметна је веома шаролика слика имена привредних субјеката који у себи садрже веома интересантан језички корпус позајмљеница из разних језика, као што су турцизми, арабизми, англицизми, као и речи италијанског порекла које су најчешће заступљене у називима фирми произвођача тексас одеће.

Према званичном попису из 1991. године Нови Пазар има 85.583 становника. Етнички састав становништва чине Срби са 22,36%, Бошњаци са 75,37%, Црногорци са 0,27%, Албанци са 0,25% и остали са 1,75%. Према незваничним подацима Нови Пазар данас броји преко 120.000 становника. Највећи ресурс Новог Пазара су креативни људи, који су током посљедњих деценија основали велики број приватних малих и средњих предузећа, чији је број преко 6.000. Преко 500 приватних предузећа се бави производњом одеће, обуће и намештаја, а остала претежно услужним делатностима и трговином. Значајну улогу имају и транспорт робе и путнички саобраћај са преко 2.650 фирми за превоз робе и путника. Нови Пазар је тренутно највећи произвођач тексас одеће у Србији.

Циљ нашег истраживања јесте да испитамо порекло имена привредних субјеката, тј. имена произвођа тексас одеће, при чему ћемо доћи до закључка да у тим именима доминирају позајмљенице из енглеског језика.

### **Методологија**

С обзиром на то да су језичке позајмљенице веома честе у именима привредних субјеката у нашој земљи, а Нови Пазар није изузетак, није ни најмање необично то што се многи англицизми налазе у називима великог броја новопазарских предузећа, компанија, локала, ресторана, кафића...

У овом раду позабавићемо се и анализом појединих назива таквих фирми, као и питањем колико је заправо њихова употреба сврсисходна и примерена, са циљем да идентификујемо главне разлоге употребе језичких позајмљеница из енглеског језика у називима привредних субјеката и укажемо на креативност и привлачну улогу речи енглеског порекла и њихов утицај на локално становништво.

У овом истраживању су коришћени подаци из адресара привредних субјеката Санџака, АПСС, као и подаци Агенције за привредне регистре Србије, АПР<sup>1</sup>. У раду је анализирано 418 имена привредних субјеката у Новом Пазару. Типови делатности привредних субјеката који су били укључени у ово истраживање су: произвођачи и продавнице обуће, одеће, намештаја, грађевинских материјала, репро материјала, робе широке потрошње, интернет клубови, угоститељски објекти (кафићи, ресторани, пицерије, хотели, кафане), продавнице техничких уређаја, фотографске радње итд. Рад не обрађује имена свих привредних субјеката у граду, већ је узет одговарајући узорак одређеног броја привредних субјеката, који представљају регистроване привредне субјекте. Нерегистровани привредни субјекти нису узети у обзир у оквиру овог истраживања. Циљ истраживања је, и да се дође до релевантних података о коришћењу англицизама у именима привредних субјеката у Новом Пазару и одреди проценат употребе у односу на домаће речи. Привредни субјекти су подељени у групе и то: привредни субјекти који у свом називу имају само речи енглеског порекла и привредни субјекти који у својим називима имају двојезична имена.

### ***Зашто англицизми у називу привредних субјеката?***

Поједини речници страних речи англицизам дефинишу као енглеску реч која је ушла у неки други језик и ту се одомаћила. Енциклопедијска тумачења овог појма означавају утицај енглеског језика на друге језике, при чему се не ограничава тумачење само на речи, већ оно обухвата и гласовне промене и промене у синтакси. Неки аутори не виде разлику између термина „позајмљена реч“ и „англицизам“, јер су границе између њих веома мале и код појединих речи је тешко оценити да ли је то позајмљена реч из енглеског језика која се одомаћила у другом језику, или је то англицизам. Међутим, позајмљене речи се користе да обележе појмове, делатности, особине и предмете, уколико за њих у матерњем језику не постоје речи којима би се они обележили. Изговор и писање тих речи остају, обично, непромењени.

1 <http://www.seda.org.rs/>

Енглески језик је сигурно најдоминантнији језик коришћен у називима привредних субјеката у свету, па тако и у нашој земљи, услед своје повезаности са глобализацијом и модерним трендовима у скоро свим областима. Један од основних разлога за то је што енглески језик има статус *lingua franca*, а и због глобалног утицаја енглеског у ваздушном саобраћају, вестима, филму, науци, интернету, итд., он је и најраспрострањенији језик који се учи ка страни. Своју популарност енглески језик дугује и чињеници да има огроман број позајмљених речи из других језика, као и минималној граматичкој инфлексији у поређењу са другим индоевропским језицима. Имена привредних субјеката у Новом Пазару су део социолингвистичког мозаика овог подручја. Модерни трендови и глобализација у сфери бизниса и маркетинга нису могли да заобиђу ово подручје, а најмање окосницу индустрије Новог Пазара – производњу текстила, као и обуће.

### **Резултат истраживања**

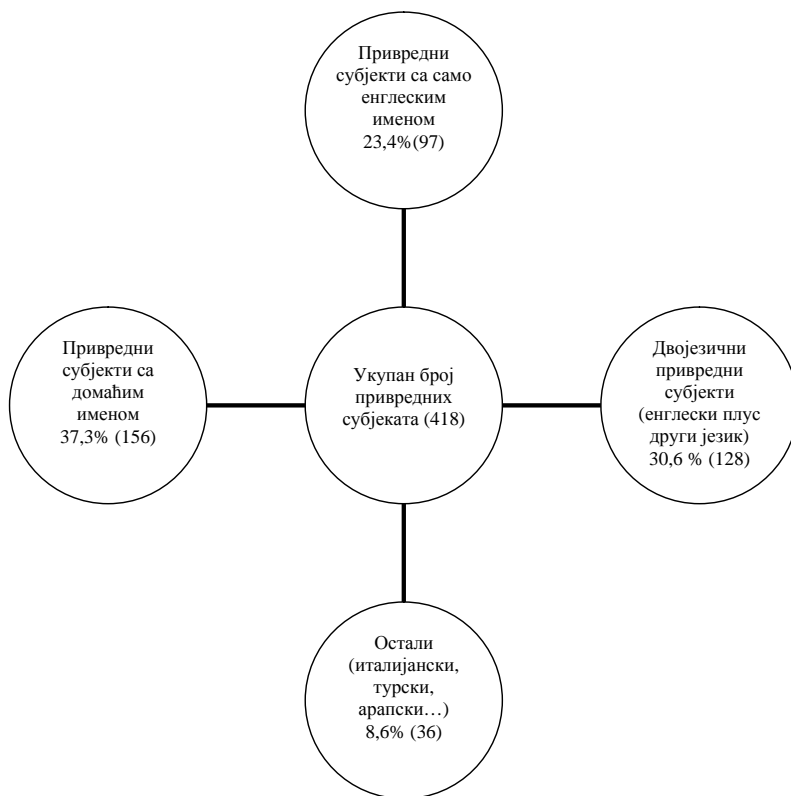
Резултат истраживања је показао да је од укупног броја привредних субјеката укључених у анализу, највећи број назива привредних субјеката у Новом Пазару чине називи који у себи садрже домаће речи 37,3%, затим следи 30,6% назива привредних субјеката који садрже у себи двојезичне називе (енглески плус други језик), затим називи само на енглеском 23,4%, док остали број отпада на речи италијанског, немачког, турског и арапског порекла. Речи турског и арапског порекла су најчешће улазиле у пословни простор Новог Пазара због већинског становништва исламске вероисповести и њихових трговачких и родбинских веза са Турском.

У истраживању је обрађено 418 фирми из различитих привредних сфера, почев од назива привредних субјеката који се баве производњом и продајом тексаса, произвођача и продаваца обуће, намештаја, угоститељских објеката, интернет клубова итд.<sup>2</sup>

Од 135 назива фирми за производњу тексаса и одеће, који су регистровани у ASSTEXU<sup>3</sup>, 127 садржи у себи англицизме или транслитерације англицизама или пак блендинг енглеског и српског језика. Остали број назива привредних субјеката у највећем броју садржи италијанизме, турцизме и арабизме. Највећи део њих садржи именице *jeans, company, tex (textile)*. Издавајмо неке које имају интересантне називе.

2 <http://www.apr.gov.rs/>

3 Асоцијација текстилних произвођача Новог Пазара



Слика 1. Однос коришћења језика у називима привредних субјеката у Новом Пазару

Име привредног субјекта	Делатност
DENISSTAR Jeans	Производња и продаја џинс одеће
HIS-EXACT Jeans	Производња и продаја дечје џинс одеће
GUNS - BIG BOYS Fashion	Производња и продаја џинс одеће
EXTREME jeans	Производња и продаја целокупног асортимана џинс одеће
AMIGO Jeans	Производња и продаја џинс одеће
FOREVER Jeans	Производња и продаја џинс одеће
JOIN-BRUG Jeans	Производња и продаја џинс одеће
MENUS Jeans	Производња и продаја дечије џинс одеће
CASABA Jeans	Производња и продаја џинс одеће
ABBA MARVEL & CO	Производња и продаја џинс одеће
ESBI Jeans	Производња и продаја џинс одеће
CITY LINE	Производња и продаја џинс одеће

SANATEX	Производња и продаја цинс одеће
OXA COMPANY	Производња и продаја цинс одеће
STAR COMPANY	Производња и продаја цинс одеће, велепродаја метраже
Butik GENTLEMAN	Продаја мушке одеће и обуће
EDIHAL COMPANY	Производња и продаја цинс одеће
STONE	Производња и продаја цинс одеће
HAOS Trade Mark FASHION	Продаја ексклузивне женске одеће
CLASSIC Jeans	Производња и продаја цинс одеће
STAR COMPANY	Производња и продаја цинс одеће, велепродаја метраже
STRONG Jeans	Џинс програм за децу и одрасле
LIDO JEANS	Производња и продаја цинс одеће на велико и мало
BACCARA Jeans	Производња и продаја цинс одеће
CAST	Производња и продаја цинс одеће
NN-FASHION	Продаја на велико свих модела јакни од еко коже
OPS Jeans	Производња свих врста цинса
PANDA Jeans	Производња и продаја дечје цинс одеће
BEN X	Производња мушких и женских тренерки, дуксева и мајица
BAD BOYS	Мушки и женски спортски памучни програм
ASSTEX	Асоцијација текстилаца
DENIM-LIZARD Jeans 2000	Производња и продаја цинс одеће
BEST Jeans	Производња и продаја цинс одеће
SIMSS Jeans	Производња и продаја цинс одеће
KVALITET-ELIT JEANS	Производња и продаја цинс одеће
BENNELI-TRI B	Производња и продаја цинс одеће
HER	Производња завеса, постељина, пешкира
INSEL Jeans	Производња и продаја цинс одеће
CONSUL Jeans	Рајсфершлуси свих дужина
ARMANI Jeans	Женска и мушка одећа
ZEMAX Jeans	Производња и продаја цинс одеће
ARSENAL Jeans	Производња и продаја цинс одеће
STOP LINE-EXIT Fashion	Производња и продаја цинс одеће
BORG	Производња и продаја спортске одеће
BAD BOYS	Мушки и женски спортски памучни програм
BRUNO Jeans	Производња и продаја одеће за труднице

LIDER Fashion	Продаја ексклузивне одеће, кожане галантерије
NESAL Jeans	Производња и продаја џинс одеће
NaR Jeans	Производња и продаја џинс одеће
BROS Jeans Industry	Производња и продаја џинс одеће
NN-FASHION	Продаја на велико свих модела јакни од еко коже
RULEX JEANS	Производња џинс мушке и трикотажене женске одеће
HATEX	Производња и продаја на велико и мало одеће за одрасле
STARTEX	Производња и продаја џинс одеће

У неким називима се на морфолошком нивоу могу приметити разни облици грађења речи карактеристични за давање назива привредним субјектима од *blending-a*, акронима, транслитерације, *clipping-a*, скраћеница, сложенице, звучних симболизама, властитих имена итд. Одређен број привредних субјеката је двојезичан као NAR JEANS, LIDER FASHION, LIDO JEANS, BACCARA JEANS, MIRADZ JEANS.

Однос једнојезичних и двојезичних имена је скоро подједнак. Код двојезичних имена доминирају акроними, који углавном подразумевају иницијале власника фирме или имена чланова породице. Постоје и мешавине турцизама, арабизама, псеудоиталијанизма са англицизмима.

Само енглески	Двојезични (енглески плус други језик)
HIS-EXACT Jeans	DENISSTAR Jeans
GUNS - BIG BOYS Fashion	AMIGO Jeans
EXTREME jeans	JOIN-BRUG Jeans (BRUG-Браћа Уљанин)
FOREVER Jeans	MENUS Jeans
CITY LINE	CASABA Jeans (турцизам касаба плус англицизам)
STAR COMPANY	ABBA MARVEL & CO
STONE	ESBI Jeans
CLASSIC Jeans	SANATEX
STRONG Jeans	OXA COMPANY
CAST	Butik GENTLEMAN
PANDA Jeans	EDIHAL COMPANY
BAD BOYS	
BEST Jeans	

HER ARSENAL Jeans BAD BOYS BROS Jeans Industry DENIM-LIZARD Jeans 2000 STOP LINE-EXIT Fashion NN-FASHION CONSUL Jeans BEN X ASSTEX WINNER TRADE MARK TCR JEANS EXIT LASSO JEANS BLUE JEANS COOL JEANS DENIM COMPANY DOUBLE EN GOLD TIME COBRA JEANS TNT JEANS GOLD JEANS PUBLIC JEANS WANTED JEANS LITTLE BIG LITTLE JEANS	HAOS Trade Mark FASHION LIDO JEANS BACCARA Jeans (италијанизам плус англицизам) OPS Jeans SIMSS Jeans KVALITET-ELIT JEANS BENNELI-TRI B INSEL Jeans ARMANI Jeans ZEMAX Jeans BORG jeans BRUNO Jeans LIDER Fashion NESAL Jeans NAR Jeans RULEX JEANS HATEX STARTEX – kolekcija VEM COLLECTION SANT-LINE ROMA JEANS MIRADZ JEANS (арабизам плус англицизам) ECCO JEANS (италијанизам и англицизам у комбинацији) KOCA COMPANY KOCA IN ENCO TEXTILES GOLUB JEANS
---	---

Од привредних субјеката који се баве производњом и продајом обуће анализирано је 56 привредних субјеката који имају у имену речи енглеског порекла. У већини њих се спомињу именице *shoes*, *line*, *trade*. Издвајамо неколико интересантих.

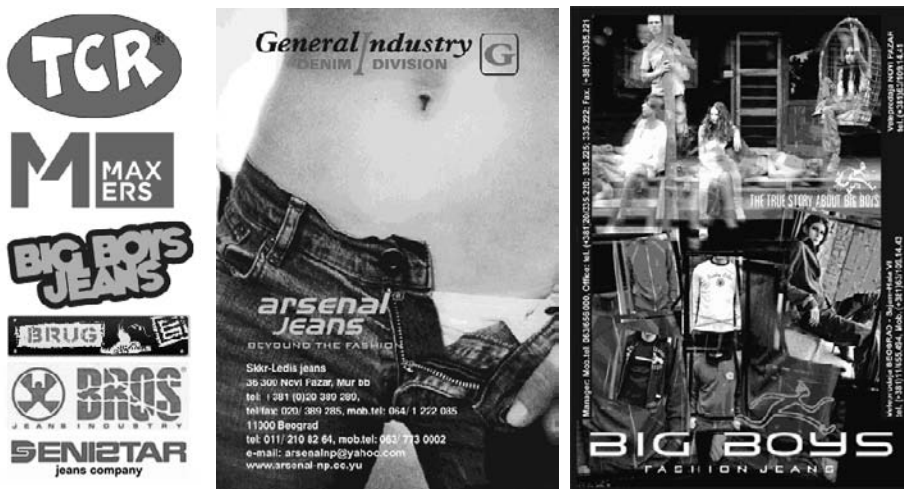
<b>Једнојезичан (само англицизми)</b>	<b>Двојезичан (англицизам – домаћи или неки други назив)</b>
ALLIGATOR ANTILOP ROBERTO LINE SHOES ART-X BOSS BUFFALO TRADE	БОЈАТЕХНОС СЕКО ЛАЈН СЕНЕКС ЕССО ЛАЈН ЕЛМ УНЛИМИТЕД ЕКСТРА БЕСО



DERBY EURO SHOES FLORIDA PANAMA LOCK TREND SHOES STOP AND GO PANAMA JACK DALLY SHOES (dally- pseudoanglicizam)	INA LINE MAL IMPEX MOB MUR NIKI SHOES MODA PELLE SHOES ROMANA SHOES YUGOATEX BOSHA SHOES
--	---



Слика 2. Језички однос у називима привредних субјеката који се баве производњом цинса



Слика 3. Неки од лога произвођача цинса у Новом Пазару

MALOPRODAJA & VELEPRODAJA  
OBUČARSKOG REPROMATERIJALA



Ul. Kej Skopskih Žrtava bb,  
36 300 Novi Pazar

Tel: + 381 20 420 183  
Fax: + 381 20 387 100

website: [www.buffalonp.com](http://www.buffalonp.com)  
e-mail: [office@buffalonp.com](mailto:office@buffalonp.com)



Слика 4. Buffalo shoes

Анализа је показала да највећи број англицизама садрже називи интернет клубова и привредних субјеката који се баве продајом и сервисом рачунара, као и сервисирањем и продајом мобилних телефона, са чак 85% енглеских речи које се углавном односе на називе који су везани за компјутерску терминологију и мобилне комуникације. Најчешће речи у називима су net, com, mobile, link итд. Већина назива привредних субјеката који се баве овим делатностима је једнојезична, али постоји неколико интересантних кованица и мешавина англицизама и арабизама, као у називу IKRESOFT, у којем је први део арабизам, и значи „читај“ док је други англицизам и скраћеница је од речи software. Од анализираних 39 привредних субјеката можемо издвојити:

ART COMPUTER  
ENTER  
INA DESIGN AND ENGINEERING  
MICRO DISC  
PC CODE

COMPUTER LINK  
ESCAPE  
LASER  
NP ELECTRONIC  
PC PERFECT

IKRE SOFT  
 UNITEL  
 ETC SYSTEMS  
 PRONET TEAM  
 ELIX NET  
 VOX ELECTRONICS

STRONG  
 EURO SAT  
 ETATEL COMPANY  
 VERAT NET  
 DIGITALPRO

У оквиру назива угоститељских објеката анализирано је 56 назива привредних субјеката који у себи садрже англицизме или мешавине англицизама и домаћих речи, а налазе се у градском језгру. У оквиру анализе имена угоститељских објеката мора се направити разлика у типу локала. Утврђено је да је највећи број англицизама присутан у називима кафића у које долази урбана омладина, за разлику од градских кафана и кафечајница (кафана без алкохолних пића), у чијим називима скоро да и нема англицизама. Италијанизми предњаче у називима пицерија. У називима хотела и мотела углавном предњаче домаћи називи, топоними и турцизми. Код већине назива угоститељских објеката приметно је да су англицизми правилно написани, мада има изузетака које би требало преправити у којима предњачи погрешна употреба речи *café*. Навешћемо само неке од њих:

CAFÉ ART  
 STAGE  
 RED CAFFE  
 SILVER CAFE  
 CITY CAFE  
 CINEMA CAFÉ  
 INDEX  
 STUDIO  
 TIME  
 SILVER MOON  
 ADDRESS  
 OXA COMPANY

BEST CAFÉ  
 HOUSE  
 CORNER  
 BLUE NIGHT  
 THEATRE  
 COP CAFFE  
 TABOO  
 MR DONALDS (алитерација)  
 PRESTIGE  
 ROMANCE  
 GALLERY  
 CITY CAFÉ CLUB

HAPPY DAY (власник објекта у почетку користио назив Неру Деј који је касније преправљен)

У називима привредних субјеката који се баве производњом и продајом намештаја предњаче домаће речи, а затим следе речи италијанског порекла. Издвојићемо неке од назива који у себи садрже речи енглеског порекла:

DALLAS COMPANY (седиште у Тутину)  
HASIMOVIC COMPANY  
TIME OUT  
ZIPE CARPET

DEMIROVIC COMPANY  
HOME DESIGN  
COVER

Најфреквентнија реч у називима ових привредних субјеката јесте *company* у комбинацији са породичним презименом.



Слика 5. Dallas company

У називима апотека и приватних докторских ординација најчешће су речи латинског порекла, углавном везане за медицинску и фармацеутску терминологију. У њиховим називима англицизама има у мањем броју. Навешћемо неколико примера:

- DJERLEK DENTAL CENTAR
- SKADRANIN DENTAL CENTAR
- ECHO KARDIOSEK
- APOTEKA DRY
- DENTAL ELEKTRONIK

Приметно је погрешно спеловање речи *center* и транслитерација речи *cardio check* као и речи *electronic*.

У називима грађевинских привредних субјеката има највише домаћих речи, након којих следе германизми, вероватно због радне снаге која је из овога краја највише ишла на привремени рад у Немачку, где су углавном обављали грађевинске послове и долазили у контакт са немачким грађевинским фирмама. Од назива привредних субјеката који се баве грађевинарством, а у себи садрже англицизме могу се издвојити:

STAINLESS STEEL  
 ELOKSAL PVC (порекло речи елоксал није утврђено)  
 DELTA PLAST  
 EL-BI TRADE  
 BACEVAC COMPANY  
 HARI TRADE  
 EDO INZINJERING (транслитерација engineering)  
 WEDO COLOR

У називима саобраћајних привредних субјеката (такси службе, ауто школе, превозници путника и робе) доминирају речи и појмови *driver*, *taxi*, *trans*, *tours*, *travel*, као и неки топоними. Веома су присутни и германизми, нпр. *reisen* (*travel*), јер је већина интернационалних дестинација окренута ка Немачкој због велике дијаспоре са овог подручја. Издвајамо нека од интересантних имена ових привредних субјеката:

KADRIC COMPANY  
 MEGA TAXI  
 TAXI DRAJVER (промењено у *driver*)  
 BENKO TOURS  
 EURO TAXI  
 TAMKO INTERNATIONAL  
 SPORTTURIST  
 DELIX TOURS  
 EDEX (алудира на FEDEX)  
 FLORIDA PROMET  
 GAMEX TOURS  
 LOTUS TRAVEL

Даљом анализом је установљено да најмање англицизама има у називима пекара, фризерских салона, месара, киоска, продавница, намирница, где су доминантни домаћи називи. Неки од једнојезичних и двојезичних назива су интересантни као:

FRIZER SHOP  
 POP JUNIOR

TEAM TRADE  
JALTA COLORS

У анализи су посебно била интересантна имена фотографских радњи, у којима доминирају речи *foto* или *photo* и студио, углавном у комбинацији са именом власника привредног субјекта. Тако смо затекли:

FOTO IZET  
FOTO RIZO  
FOTO DINE  
CLICK PHOTO  
AMIZOOM  
VIDEO STUDIO LALE  
PHOTO LIK  
STUDIO DELIC

Анализом назива привредних субјеката у Новом Пазару дошло се до закључка да постоји одређен број назива фирми који у себи сједињују англицизме са турцизмима и арабизмима, а пошто је Ислам као религија најприсутнији на овом подручју, то овим кованицама даје одређени призивок Оријента у комбинацији са глобализационим призвуком енглеског језика, који делује привлачно на становништво, а нарочито на купце који су верски оријентисани. Навешћемо нека од креативних решења:

MIRADZ JEANS  
SAFF JEANS  
SEHER TRADE  
BIG MANTIJE  
IKRESOFT-BROTHER  
OZLEM TOURS  
REKIC TRAVEL TADZ.  
SULTAN CAFFE  
CAFFE BEDEM  
NUR TAXI (nur – светлост, арапског порекла)  
IMAN DENT  
CASABA JEANS  
RADIO FES



Слика 6. *Ikresoft computers*

Име привредног субјекта MIRADZ, тј. Mi'raḏẓā Ḥāẓāẓā значи: испети се на висину, уздигнути се у вис, а у верском смислу означава духовно уздизање.

Име субјекта SAFF је арапског порекла и односи се на поглавље у Кур'ану.

Реч *seher* је турцизам и значи град. *Mantije* су врста пите од меса, а реч води порекло из турског језика. *Ikre* у називу IKRESOFT је арапска реч, императивни облик глагола и значи „читај“, и односи се на прве речи које је Божји Посланик Мухамед примио у објави муслиманске свете књиге Кур'ана од анђела Џибрила (Gabrijel). Реч *Iman* је арабизам и значи вера.

За називе који поред речи енглеског језика садрже у себи арабизме и турцизме не постоји преовлађујуће правило у којим називима привредних субјеката се најчешће срећу. Заступљени су подједнако у називима привредних субјеката из различитих делатности.

## Закључак

Резултати су показали да већина назива привредних субјеката зависи од области којом се привредни субјекат бави. Потребна за укључивањем у глобалне економске токове је условила новопазарске привреднике, нарочито произвођаче тексаса и обуће, да се окрећу новим стандардима у давању имена својим фирмама, јер је осим пласмана квалитетне робе на домаће или светско тржиште потребна креативност у одабиру имена фирме. Експанзија енглеског језика у економском смислу пробија баријере не само у већим срединама, већ и у мањим као што је Нови Пазар. Нови Пазар је као град трговине са нивоом присуства енглеског језика у називима привредних субјеката је еквивалентан или чак већи од већих градова као сто су Трст, Беч, Љубљана, а и Токијо у којима су обављена слична истраживања (MacGregor, 2003, Schlick, 2003). У поређењу са градовима у балканском региону где су изведене сличне анализе као сто је Љубљана у Словенији (Schlick, 2003) и Велес у Македонији (Димова, 2009) може се рећи да Нови Пазар предњачи у фреквентности употреба англицизама, двојезичних назива у називима привредних субјеката због свог географског положаја и потребе локалне мале привреде да лансира своје производе ван граница региона као би преживела конкуренцију. Потребна брзог уклапања у светска тржишна кретања је највише допринео „westernizацији“ и англицизацији новопазарског привредног простора. Обрасци фреквентности енглеског језика у одређеним називима привредних субјеката не одударују од већ спроведених истраживања у другим

градовима (Schlick, 2003). Однос је скоро истоветан тако да називи привредних субјеката који се баве техничким услугама (сервиси мобилних телефона, тв сервиси итд.), Интернет кафеима, бутицима, кафићима најчешће су на енглеском језику или двојезични тј. представљају мешавину енглеског и неког другог језика док је заступљеност енглеских речи у називима фризерских радњи, месара, пекара, аптека подједнако мали као и у другим градовима који су анализирани у претходним истраживањима.

### Извори

Агенција за привредне регистре, <http://www.apr.gov.rs/>

Адресар привредних субјеката Санцака, <http://www.apss.biz>

Званична презентација града Новог Пазара, <http://www.novipazar.org.rs/>

### Литература

[http://www.uni-regensburg.de/Fakultaeten/phil\\_Fak\\_IV/Anglistik/aie/abstracts.doc](http://www.uni-regensburg.de/Fakultaeten/phil_Fak_IV/Anglistik/aie/abstracts.doc), Anglicisms in Europe

Paulo A. L. D. Nunes Laura Onofri, Jasone Cenoz and Durk Gorter, Language Diversity in Urban Landscapes: An Econometric Study, <http://www.eukn.org/binaries/eukn/netherlands/research/2009/07/language-diversity-in-urban-landscapes---an-econometric-study.pdf>

Кристал 1997: D. Crystal, *English as a global language*, Cambridge: Cambridge University press.

Кујовић 2001: Д. Кујовић, *Арајско-срски речник*, Paideia.

МакГрегор 2003: L. MacGregor, The language of shop signs in Tokyo, in: *English today*, 18-23.

Милојевић 2000: J. Milojevic, *Words and words of English*, Papirus.

Шлик 2002: M. Schlick, The English of shop signs in Europe, in: *English today*, 18:2, 3-7.

**Damir Gruda**

## **ANGLICISMS IN THE NAMES OF ECONOMY ENTITIES IN NOVI PAZAR**

Summary

The purpose of this study is to investigate the extent to which English language is used in the names of economic entities in the city of Novi Pazar in Serbia. English as the most dominant foreign language used in commercial names has had a great impact on naming economic entities in the city of Novi Pazar because of its association with globalization and presence in the media. The study analyses 418 names of economic entities obtained from register of Agency of economic entities in Serbia (APR) and directory of economic entities of Sandzak (APSS).

*Прихваћено за штампу октобра 2009.*