

ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АНГЛО-АМЕРИКАНСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В НЕМЕЦКИХ ТЕКСТАХ ОБЪЯВЛЕНИЙ О ВАКАНСИИ

Н. В. Кожанова

Ключевые слова: заимствования, англо-американизмы, объявления о вакансии, слоган, грамматическая категория.

Keywords: borrowings, Anglo-American borrowings, job advertisements, slogan, grammatical category.

DOI 10.14258/filichel(2024)2–09

Любой язык в процессе своего развития испытывает влияние других языков. Происходит это в результате культурных, торговых, экономических и других взаимоотношений. Значительный рынок в развитии экономики, промышленности одной страны приводит к появлению связанной с этими событиями лексики в сопредельных странах. Часть подобных заимствований используется ситуативно, некоторое время, иные приживаются в другом языке и активно функционируют. Так, немецкий язык в своем историческом развитии оказывался под влиянием латинского и французского языков. Заимствования из этих языков значительно обогатили лексику немецкого языка, полностью адаптировались в лексической и грамматической системе немецкого языка и в настоящее время составляют многочисленную группу интернациональной лексики.

Во второй половине XX в. возросло мировое влияние Великобритании и США, что привело к взрывному росту заимствований из английского языка. Соответственно, к англицизмам относятся непосредственно слова английского происхождения, а к американизмам причисляются лексические единицы, возникшие в языковом пространстве Соединенных Штатов Америки. Так как американизмы образовались на базе английского языка, они получили общее название — англо-американизмы. В настоящее время количество заимствований из английского языка настолько велико, что многие немецкие лингвисты бьют тревогу и призывают изменить ситуацию и не превратить окончательно немецкий язык в *Denglisch* (*Deutsch+Englisch*), где английскому языку практически отводится главенствующая роль.

Использование английского языка обуславливается многочисленными экстралингвистическими и лингвистическими причинами. Считает-

ся, что использованное говорящим иностранное слово является более солидным, престижным для окружающих, оно представляется более модным, современным. Другой причиной использования заимствованных из английского языка слов является их простота, экономичность в употреблении, в сравнении с обилием многокомпонентных немецких лексических единиц, которые достаточно трудно запоминаются. Английские лексические единицы легко подстраиваются под существующую систему немецкой лексики. Следующей причиной может считаться отсутствие реалий в данном языке. Так, например, появление глобальной компьютерной сети Интернет в США привело к появлению соответствующего лексического пласта, который позднее был принят и используется еще сегодня во многих мировых языках, в том числе и немецком. Распространению англо-американизмов способствует также снижение использования немецкого языка в различных областях науки, экономики, туризма и СМИ; снижение заинтересованности в изучении немецкого языка во многих странах, а также возрастающая роль английского языка в различных интернациональных организациях [Омельченко, 2010].

Таким образом, нельзя не отметить большое влияние английского языка на данном этапе развития немецкого языка, что, в свою очередь, не может не вызывать интерес языковедов. Работы таких лингвистов, как М. Д. Степанова, И. Т. Ольшанский, В. Д. Девкин, Е. В. Розен, Н. В. Журавлева, Б. Карстенсен, Д. Циммер, и многих других посвящены анализу заимствований в различных сферах общественной жизни, особенно много исследований было проведено в сферах публицистики, рекламы и других средств массовой коммуникации Германии. Исследование данного вопроса может внести определенный вклад в понимание функционирования англо-американских заимствований в немецком языке. Это и определяет актуальность данного исследования.

Целью изучения стали заимствования из английского языка (англо-американизмы), которые используются авторами при составлении всех уровней немецкоязычных объявлений о вакансии — от заголовка до текста объявления в целом.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что оно вносит определенный вклад в изучение функционирования языковых заимствований в немецких реалиях, в частности, в таком явлении профессиональной деятельности человека, как объявления по поиску работы.

Практическая значимость определяется тем, что результаты проведенного исследования могут быть использованы в профессиональной сфере для правильного понимания и трактования немецкоязычного тек-

ста объявления о вакансии и получения представления о современных тенденциях развития немецкого языка.

Материалом для исследования послужили тексты объявлений о вакансии, размещенные на специализированных немецких сайтах *aktuelle-jobs.de* и *jobboerse.arbeitsagentur.de*. Всего были отобраны и проанализированы 125 объявлений о вакансиях, в которых имеются более 200 заимствований из английского языка (в общее количество включены и многократно повторяющиеся лексемы *team* и *manager*), и 7 текстов, полностью написанных на английском языке. В процессе работы были использованы описательный метод и контекстуальный анализ.

Многочисленные исследования показывают, что реклама стала важной составляющей жизни современного общества и считается частью общечеловеческой культуры. Реклама является особой формой вербальной и невербальной коммуникации, в которой язык используется и обрабатывается самыми различными и не всегда подходящими способами. Язык рекламы необходим в использовании специальных целей, обладает также дополнительной рекламной или аттрактивной функцией, который наряду с неязыковыми и невербальными средствами выражения облегчает восприятие рекламы на фоне современного состояния общества [Лейчик, 2006, с. 459].

Рекламный текст должен отвечать ряду требований. Он должен обладать оригинальностью, гибкостью, разнообразием, содержать новые понятия, определения, выражения, модные слова. Как следствие, возрастает потребность в новых средствах выразительности, одними из которых и является употребление большого количества англо-американизмов. Англицизмы и американизмы имеют большую эффективность в рекламной сфере и используются с целью оказания влияния как на восприятие, так и на поведение потенциальных покупателей. В большинстве случаев подобные заимствования вызывают у них только положительные ассоциации. Англо-американизмы, появляющиеся в тексте немецкой рекламы, привлекают внимание потребителей, служат для номинации новых предметов и явлений, звучат очень современно, продвинуто и в основной своей массе значительно короче немецких эквивалентов, что, в свою очередь, и добавляет тексту больше эмоциональной силы [Патрикеева, 2008].

Активное использование англо-американизмов наблюдается в текстах объявлений о вакансии, которые принято также относить к рекламным текстам. Считается, что в современный период жанр «объявление о вакансии» не только сохраняет языковые характеристики делового общения, но и приобретает основные прагматические (например,

оценочность, интерактивность, регулятивность, сигнальность) и формально-структурные характеристики рекламного текста: заголовок, слоган, иллюстрация. А это делает его избыточно маркированным, в своей прагматической функции он все больше отождествляется с рекламой [Володченкова, 2016, с. 17]. Тем более что уже с конца XX в. тексты объявлений о вакансии, кроме публикации в печатных изданиях, все чаще стали предлагаться на различных специализированных сайтах по поиску работы в сети Интернет. В современном обществе этот способ публикации объявлений о вакансии преобладает. В свою очередь, это привело к еще большему использованию рекламного компонента: тексты объявлений о вакансии стали более обширными, лексика характеризуется большей вариативностью, эмоциональностью, обязательно наличие одного, а чаще нескольких изображений, то есть все чаще используются определенные приемы для привлечения внимания читателя, претендента на вакансию, и побуждения его к действию.

Как и в обычной рекламе, которая имеет целью продвижение того или иного товара, использование заимствованной лексики в тексте объявления о вакансии повышает его экспрессивность, престижность, статусность [Черемисина, Бондаренко, 2020]. Следует отметить, что заимствования представлены не во всех сферах профессиональной деятельности, наибольшее количество случаев употребления заимствований из английского языка относится к таким областям, как высокие технологии, современные виды коммуникации, интерактивные связи и Интернет, экономика, мода, реклама. Использование заимствований из английского языка наблюдается на всех уровнях построения текста о вакансии.

В процессе анализа объявлений о вакансии были выделены три группы текстов, содержащие заимствования. Первая группа — тексты объявлений, оформленные на немецком языке, но имеющие заимствованные из английского языка лексические единицы в заголовке; вторая группа — тексты, в содержании которых используются англо-американские заимствования (лексические единицы, словосочетания); третья группа — тексты, целиком составленные на английском языке.

Во многих заголовках, которые необходимы для целей представления информации, содержащейся в основном тексте (а в текстах объявлений о вакансии они представляют собой обозначения лиц по профессии), прописываются наименования на английском языке. Это делается для того, чтобы уже на момент просмотра заголовка обратить внимание конкретных специалистов, знакомых с подобными обозначениями. Таким образом, автор текста о вакансии ограничивает круг лиц, которые

могут откликнуться на объявление и действительно подходят на замещение существующей вакансии [Достовалова, 2011], например:

Talent Acquisition Manager, Senior Consultant SAP Banking, DevOps Engineer, Business Partner Manager, SAP Support Consultant First- & Second Level, Sales Specialist mit Schwerpunkt Datacenter und Cloud Transformation, Key Account Manager, Onsite-Supporter, Solution Architect mit Schwerpunkt Datacenter und Cloud, System Engineer Administration & Support и многие другие.

Тексты второй группы характеризуются большим содержанием англо-американизмов в самом объявлении о вакансии. Это могут быть как отдельные лексические единицы, так и словосочетания, представленные полностью или частично на английском языке. Если речь идет о сложных словах, то они также либо полностью являются собой заимствованную лексическую единицу, либо один из компонентов представляет собой заимствование. Этот вид англо-американских заимствований часто встречается в текстах объявлений о вакансии. В следующем примере заимствования из английского языка подчеркнуты линией:

TQG ist ein erfolgreiches mittelständisches Beratungs- und Softwareunternehmen. Seit über 30 Jahren setzen wir Trends und Standards für strukturierte und übergreifende IT-Lösungen mit unseren Produkten wie der bewährten TQG businessApp platform[®] oder der TQG-LotterySuite. Unsere Mitarbeiter bringen unsere erfolgreichen Projekte weiter voran und bewegen sich dabei in Bereichen, die vom Verwaltungs-, über den technisch/medialen bis hin zum Online-Gaming-Sektor reichen. Wir suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt

Softwareentwickler Java (m/w/d)

Als Teil unseres hochmotivierten Scrum Teams treiben Sie die Entwicklung unserer webbasierten Standard Software TQG businessApp platform[®] voran. Zusammen mit Ihnen stellen wir sicher, dass unsere Kunden die Herausforderungen der digitalen Transformation souverän meistern.

Anforderungsprofil:

- *Abgeschlossenes (Fach-) Hochschulstudium, abgeschlossene Berufsausbildung zum Fachinformatiker Anwendungsentwicklung oder Sie überzeugen uns mit Ihren bisherigen Leistungen;*
- *Mindestens 2–3-jährige Berufserfahrung im Bereich der Web-Softwareentwicklung mit Java;*
- *Kommunikations- und Teamfähigkeit, eigenverantwortliches Handeln und Zuverlässigkeit;*
- *Idealerweise beherrschen Sie ein breites Spektrum der oben genannten Technologien und bringen darüber hinaus weitreichende Kenntnisse in Webtechnologien mit (JavaScript, CSS, JQuery, GWT, ...);*

- *Gutes Verständnis von relationalen Datenbanken sowie SQL-Kenntnisse;*
- *Sehr sichere Deutschkenntnisse in Wort und Schrift;*
- *Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift.*

Bei uns erwarten Sie:

- *Ein sicherer Arbeitsplatz bei einem Premium-Software-Hersteller*
- *30 Tage Urlaub pro Jahr*
- *Flexible Arbeitszeiten, Mobiles Arbeiten und individuelle Arbeitszeitmodelle*
- *Fachliche und persönliche Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten*
- *Ein persönlicher Mentor in der Einarbeitungsphase*
- *Spannende Firmenevents und -feiern*
- *Nette Kollegen und Kolleginnen sowie ein familiäres Betriebsklima*
- *Generationsübergreifende Zusammenarbeit in einem Open Office*
- *Kostenlose Angebote wie Obst, Müsli, Knabberzeug und Heiß-/Kalt-Getränke*
- *Fahrtkostenzuschuss / Jobticket*
- *Optimale Verkehrsanbindung (S-Bahn/Bahn/Bus mit 5 Min. Fußweg)*
- *Zentrale Lage sowie zahlreiche Pausenangebote, z. B. Shopping (Einkaufszentrum Mercaden), Sightseeing oder Entspannen (Motorworld, Flugfeldsee etc.) und zahlreiche Restaurants und Imbiss-Angebote in unmittelbarer Umgebung.*

В представленном выше примере немецкого текста объявления о вакансии содержится значительное количество лексических единиц, заимствованных из английского языка. Наиболее представлены существительные, появление которых в немецком языке произошло путем прямого заимствования, например: *unseres ... Scrum Teams* (Gen. / род, падеж); *mit ... der TQG-LotterySuite* (Dat. / дат. падеж); *Trends; in einem Open Office* (Dat. / дат. падеж); *Jobticket; Shopping; Sightseeing*. В тексте объявления о вакансии использованы также существительные, образованные способом частичного переноса морфем. В таком случае в немецком языке появляются сложные слова, один из компонентов которых является морфемой из английского языка, а другой — морфемой немецкого языка, и это может быть любой компонент сложного слова, например: *Firmenevents; Softwareentwickler; ein ... Beratungs- und Softwareunternehmen; zum Online-Gaming-Sektor; die Web-Softwareentwicklung; Teamfähigkeit; in Webtechnologien; bei einem Premium-Software-Hersteller*. Подобным образом сформировано прилагательное *webbasiert* (основанный на интернет-технологии, работающий в сети), где первый компонент *web-* заимствован из английского языка. В тексте объявления представлены английские прилагательные, например: *medial, digital, mobile*, а также сло-

восочетание *TQG businessApp platform* (платформа бизнес-приложений *TQG*), заимствование которых произошло путем прямого переноса. Подобные заимствованные лексические единицы сохранили свое изначальное произношение и написание (кроме начальной буквы существительных), однако приобрели основные грамматические характеристики немецкого языка.

Следует отметить нередкое использование в рекламных текстах слоганов. Слоганы либо полностью составляются на английском языке, либо содержат английские слова. Они отражают не только сущность, но и философию фирмы, а также ее корпоративную политику. Креативные составители слоганов выходят за рамки норм литературного языка, в результате чего создаются различные окказионализмы, видоизменяются устойчивые словосочетания, сознательно нарушается лексическая сочетаемость слов в слогане [Романенко, 2007]. Главное требование к слогану заключается в том, чтобы он не только был кратким и запоминающимся, но и содержал название торговой марки и легко переводился на другие языки. В отличие от слоганов в рекламном тексте, слоганы в тексте объявлений о вакансии не отделяются от общего текста, а сам текст начинается со слогана и прописывается, как правило, на немецком языке, хотя и может содержать заимствованные лексические единицы или компоненты, например:

Wir arbeiten mit Menschen für Menschen! (Мы работаем с людьми для людей!)

Wir bewegen Menschen, Menschen bewegen uns! (Мы сподвигаем к действию людей, а они нас!)

Bei ponturo machen wir unsere Kunden fit für die Zukunft! (В *ponturo* мы готовим наших клиентов к будущему!). В слогане используется английское прилагательное *fit* (англ. *годный, пригодный*), которое в немецких реалиях получило значение: *в отличной форме, здоровый* и, следовательно, внушает клиентам бодрые, позитивные, спортивные, здоровые коннотации.

Werde Teil unseres Teams! (Стань частью нашей команды!) Если можно говорить о существовании определенной моды по отношению к использованию того или иного заимствованного слова, то английское существительное *team* (англ. *команда, коллектив*) — одно из таких слов. Следует отметить, что существительное *team* с легкостью встроилось в грамматическую парадигму немецкого языка: пишется с большой буквы, как все существительные немецкого языка, имеет род и склоняется по падежам, как в данном слогане, где существительное стоит в родительном падеже и имеет окончание *-s*. Однако существительное *das Team* сохранило свое произношение по правилам английского языка.

Jetzt ein Teil von Securitas Deutschland werden! (Станьте частью Securitas прямо сейчас!) В данном слогане заимствованное обозначение *securitas* (англ. *безопасность, надежность*) используется как название известной в Германии службы безопасности.

Wir leben, lieben und liefern Better Banking und setzen Maßstäbe, die nachhaltig sind! (Мы живем, любим и обеспечиваем лучшее банковское обслуживание и устанавливаем стандарты, которые действительно устойчивы!)

В последнем примере из английского языка заимствовано понятие *Better Banking* (англ. *банковское обслуживание*), которое используется в банковской сфере и является более сокращенной версией, чем немецкий эквивалент *die Bankdienstleistung*, при этом содержит еще и описательный компонент *Better* (англ. *лучший*), подчеркивающий отличное качество данного обслуживания.

Среди англо-американизмов, которые чаще всего встречаются в текстах объявлений, на первом месте стоят имена существительные как самая выразительная часть речи. В рассматриваемых текстах объявлений о вакансии были обнаружены среди прочих следующие заимствованные из английского языка существительные:

Social-Media-Kampagne, Digitalkampagne, E-Mail, Team, Teamplayer, Business-Software, Meeting, Healthcare, Action, Marketing, E-Invoicing, IT-System-Management, Outsourcing, Frameworks, Premium-Lifestyle-Branche.

На втором месте после существительных стоят заимствованные английские прилагательные и наречия, выполняющие аттрактивную функцию. Например:

fair, digital, fit, innovativ, kontinuierlich, online, agile, detailorientiert, serviceorientiert, teamfähig, global, inklusive.

Заимствованных из английского языка глаголов в рассматриваемых текстах объявлений о вакансии обнаружено не было.

Следует заметить, что англо-американские заимствования легко наделяются активными грамматическими категориями немецкого языка. Так, существительные приобретают категории рода и числа и пишутся с заглавной буквы, как принято писать все имена существительные в немецком языке, например: *in einem hochmotivierten Team, einen Call Center Agent für den Second Level Support mit IT-Affinität, mit unserer businessApp Plattform LCM, einem der führenden Enterprise Information Managementsysteme, durch die zahlreichen Team-Events, den Webservices, unseres internationalen Teams, dem Debugging unter Windows*; прилагательные по аналогии с правилами немецкой грамматики могут склоняться, например: *Teil des agilen Entwicklungsprozesses, für die agile Softwareentwicklung, einen Arbeitsvertrag*

mit fairer Bezahlung, für diverse Hotels und Restaurationsbetrieb, Interesse an der digitalen Welt, bei einem innovativen SAP-Beratungshaus.

Третья группа представляет собой тексты объявлений о вакансии, составленные полностью на английском языке, от заголовка до контактной информации. В профессиональных кругах это объясняют глобализацией бизнеса. Большое количество немецких специалистов работают в филиалах зарубежных организаций как на территории Германии, так и за ее пределами. Это вынуждает организации реагировать на происходящие изменения и вводить единые стандарты. Так как международным признается английский язык, то и тексты объявлений составляют в данном случае на английском языке, например:

***Permanent Position Electrical Commissioning and Service Engineering
Über uns***

To strengthen our team at our Dresden location, we are looking for a Commissioning engineer or service engineer with electrotechnical background to join us as soon as possible on a permanent basis, in full-time or part-time capacity. TRICERA energy specializes in the development, construction, and operation of medium (>100 kWh) to large (>2 MWh) battery storage systems and operates both in Germany and internationally. Our mission is to actively shape an optimized, demand-oriented, and renewable energy supply worldwide. Our greatest achievement is our exceptional team, which now consists of nearly 80 employees. Over the past decades, we have significantly influenced the battery industry and place great emphasis on flat hierarchies and fair interaction among ourselves. We want to continue developing our company together with you and implement the energy transition as soon as possible, not tomorrow.

Your responsibilities

- *Taking over the electrical commissioning of our battery storage systems in the low and medium voltage range*
- *Support with commissioning, system maintenance and necessary services*
- *Instruction of our external service staff*
- *Verification and compliance with safety and documentation standards*

Your skills

- *Successful completion of an apprenticeship or degree in the field of electrical engineering*
- *practical experience in electrical installations desirable*
- *experience in the interface between electrical engineering and IT*
- *high willingness to travel, i. e. 50–70% to carry out commissioning throughout Germany*
- *Reliability, structured and independent way of working*
- *strong communication skills, ability to work in a team, commitment*

We offer you

- *Permanent employment with an attractive salary*
- *30 vacation days, remote work options, flexible working hours, and flextime*
- *Job bike leasing, available for private use as well*
- *Tailored training and development opportunities*
- *Taking responsibility by independently leading projects*
- *Participation in team events and weekly sports activities (yoga, volleyball)*
- *Complimentary beverages in the office*
- *Actively contributing to the energy transition and shaping new future technologies*

Interested?

Simply send us an e-mail with your question or application to

В данном примере компания международного уровня ищет сотрудника для работы в своем филиале в Дрездене. Чтобы подчеркнуть свою интернациональность, открытость к сотрудникам не только немецкого происхождения, а также ограничить круг соискателей теми, кто лично владеет английским языком и будет с легкостью взаимодействовать со специалистами из других филиалов и центрального офиса, расположенного за пределами границ страны, составители использовали при оформлении всех компонентов текста вакансии только английский язык. Тем не менее стоит отметить, что структура самого текста максимально приближена к структуре аналогичных текстов на немецком языке, размещаемым на специализированных сайтах. Так, разделы требований к соискателю, его обязанностей и предлагаемых условий работы представлены подробными перечислениями, состоящими преимущественно из словосочетаний. Интересно заметить, что единственным, что представлено в тексте на немецком языке, является подзаголовок раздела информации о самой организации (*Über uns — О нас*). Подобным образом оформлен подзаголовок как в этом объявлении о вакансии, так и в других.

Таким образом, можно говорить о взаимном влиянии английского и немецкого языков в сфере употребления профессиональной и около-профессиональной лексики в текстах объявлений о вакансии. Английский язык может влиять в большей или меньшей степени на все языковые уровни — от произношения до построения предложения, так как нередко вместе с заимствованными словами перенимаются иностранная орфография, произношение, грамматические формы, способы словообразования и словоупотребления и т.д. [Омельченко, 2010]. В данном случае речь идет о произношении, орфографии и в некоторых случаях словооб-

разовании английских слов, которые сохранили эти признаки в процессе заимствования в немецкий язык. Однако даже сохраняя некоторые этимологические особенности, заимствования из английского языка могут при необходимости легко трансформироваться под воздействием формальных и функциональных средств немецкого языка.

Библиографический список

Володченкова О. И. Динамика характеристик жанра «Объявление о приеме на работу» в английской лингвокультуре : автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2016.

Достовалова Е. К. Объявление о найме как особый жанр текста // Филология и лингвистика: проблемы и перспективы : материалы Междунар. науч. конф. Челябинск, 2011.

Лейчик В. М. Язык рекламы в контексте глобализации // Глобализация — этнизация: этнокультурные и этноязыковые процессы : в 2 кн. М., 2006.

Омельченко М. С. Особенности функционирования заимствованной лексики в текстах СМИ: на материале текстов немецкоязычной прессы : дисс. ... канд. филол. наук. М., 2010. URL: <https://www.dissercat.com/content/osobennosti-funktsionirovaniya-zaimstvovannoi-leksiki-v-tekstakh-smi>

Патрикеева А. А. Англицизмы в немецком языке: на материале языка рекламы : дисс. ... канд. филол. наук. М., 2008. URL: <https://www.dissercat.com/content/anglitsizmu-v-nemetskom-yazyke-na-materiale-yazyka-reklamy>

Романенко Я. Н. Рекламный текст как объект лингвистического исследования : дисс. ... канд. филол. наук. М., 2007. URL: <https://www.dissercat.com/content/reklamnyi-tekst-kak-obekt-lingvisticheskogo-issledovaniya>

Черемисина Т. И., Бондаренко А. В. Иноязычная лексика в рекламе как средство маркетинговой коммуникации (на примере европейских языков) // Вестник МГУ. Гуманитарные науки. 2020. Вып. 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/inoyazychnaya-leksika-v-reklame-kak-sredstvo-marketingovoy-kommunikatsii-na-primere-evropeyskih-yazykov>

Список источников

Aktuelle Jobs in Deutschland. URL: <https://www.aktuelle-jobs.de/suche.php>
Jobbörse: die innovative Seite für deine Stellensuche. URL: <https://jobboerse.arbeitsagentur.de/prod/vamJB/stellenangeboteFinden.html>

References

Volodchenkova O. I. *Dinamika harakteristik zhanra "Objavlenie o prieme na rabotu" v anglijskoj lingvokulture*. [Dynamics of characteristics of the "Job

Advertisement” genre in English linguistic culture. Abstract of Philol. Cand. Diss. Volgograd, 2016.

Dostovalova E. K. *Objavlenie o najme kak osobyj zhanr teksta*. [Hiring advertisement as a special genre of text]. In: *Filologija i lingvistika: problemy i perspektivy*. [Hiring advertisement as a special genre of text]. Chelyabinsk, 2011.

Lejchik V. M. *Jazyk reklamy v kontekste globalizacii*. [The language of advertising in the context of globalization]. In: *Globalizacija — jetnizacija: jetnokulturnye i jetnojazykovye processy*. [Globalization — ethnicization: ethnocultural and ethnolinguistic processes]. Moscow, 2006.

Omelchenko M. S. *Osobennosti funkcionirovanija zaimstvovannoj leksiki v tekstah SMI: na materiale tekstov nemeckojazychnoj pressy*. [Features of the functioning of borrowed vocabulary in media texts: based on the texts of the German-language press]. Thesis of Philol. Cand. Diss. Moscow, 2010. URL: <https://www.dissercat.com/content/osobennosti-funksionirovaniya-zaimstvovannoi-leksiki-v-tekstakh-smi>

Patrikeeva A. A. *Anglicizmy v nemeckom jazyke: na materiale jazyka reklamy*. [Anglicisms in the German language: based on the language of advertising]. Thesis of Philol. Cand. Diss. Moscow, 2008. URL: <https://www.dissercat.com/content/anglitsizmy-v-nemetskom-yazyke-na-materiale-yazyka-reklamy>

Romanenko Ja. N. *Reklamnyj tekst kak objekt lingvisticheskogo issledovanija*. [Advertising text as an object of linguistic research]. Thesis of Philol. Cand. Diss. Moscow, 2007. URL: <https://www.dissercat.com/content/reklamnyi-tekst-kak-obekt-lingvisticheskogo-issledovanija>

Cheremisina T. I., Bondarenko A. V. *Inojazychnaja leksika v reklame kak sredstvo marketingovoj kommunikacii (na primere Evropejskih jazykov)*. [Foreign language vocabulary in advertising as a means of marketing communication (on the example of European languages)]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*. [Bulletin of the Moscow State Linguistic University]. 2020. Iss. 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/inoyazychnaya-leksika-v-reklame-kak-sredstvo-marketingovoy-kommunikatsii-na-primere-evropejskih-yazykov>