Заимствования из английского языка (англицизмы) широко используются в немецкоязычной прессе для описания современных явлений, технологий, культурных тенденций и мировых событий, а также делают текст более актуальным и привлекательным для читателей. Особенно широко англицизмы представлены в публикациях в сфере моды.

Целью данного исследования является выявление особенностей англицизмов в немецком языке на стилистическом уровне. Материалом послужили публикации о моде на немецком языке на сайтах *brigitte.de, elle.de*, которые предназначены для широкого круга читателей.

В своей работе мы опираемся на определение термина «заимствование» О. С. Ахмановой [1, с. 150‒151] с уточнением: в нашем исследовании мы рассматриваем прежде всего лексические элементы, заимствованные из английского языка в немецкий язык.

Стилистические особенности англицизмов в немецком языке связаны с их функциями в тексте: наряду с реализацией номинативной функции англицизмы «способствуют созданию экспрессивности для выражения оценки и привлечения внимания читателей» [3, с. 158].

В основе исследования стилистических особенностей англицизмов лежит система лексических единиц, описанная М. П. Брандес, в которой выделяются три взаимосвязанные и нередко взаимообусловленные группы лексики с разной стилистической окраской[2].

На основе проведенного лингвостилистического анализа языкового материала выделим следующие стилистические особенности англицизмов в публикациях о моде на немецком языке:

1. Употребление английских слов из разговорной речи в публикациях о моде (***hello, bye, cool, welcome, hot, new, wow, what?, why not?*** и др.).

Приведем примеры: ***Hello again****, liebe Radlerhosen! [4]*

***Wow,*** *damit sehen wir genauso* ***cool*** *aus wie die Modemädels![4]*

Слова из разговорной речи употребляются для установления контакта с аудиторией, добавляют эмоциональности высказыванию, подчеркивают интернациональный характер общения в сфере моды.

2. Использование профессиональной лексики для точного описания модных тенденций, брендов, коллекций и моделей, что демонстрирует глубокое понимание модной индустрии со стороны автора и добавляет тексту авторитетности в глазах читателей.

Например: *Fast so gesund wie Karotten sind die „****Carrot Pants****“ sicherlich: Immerhin schnüren sie im Gegensatz zu* ***Skinny Jeans*** *nichts ab. Sie sind luftig, bequem und werden heute viel eleganter kombiniert als noch in den 80ern.[4]*

Автор сравнивает джинсы разных моделей, отдавая предпочтение «брюкам-морковкам» (*Carrot Pants*). Это брюки, которые заужены к низу и имеют объем в области бедер и верхней части брюк, напоминающие форму моркови. *Carrot Pants* часто ассоциируются с модным и элегантным стилем и являются популярным выбором.

3. Употребление словосочетаний из официальной сферы.

Например: *Und zum anderen die jungen Talente, die in London an einigen der besten Modeschulen der Welt studiert haben und die* ***Fashion Week*** *im Anschluss dank guter Förderung durch den* ***British Fashion Council*** *mit frischen Ideen bereichern.[5]*

Официальные обозначения из английского языка *Fashion Week, British Fashion Council* указывают на профессиональный и компетентный подход автора к освещению темы публикации.

4. Употребление молодежной лексики. Это обусловлено тем, что именно молодежь является основными потребителями модной индустрии.

Приведем фрагмент публикации: *Die Dior* ***Saddle Bag*** *ist das absolute* ***Must-have*** *aller* ***It-Girls****. Auch Influencerin und Mode-Liebhaberin Carmen Grace Hamilton liebt die* ***It-Bag.*** *Das Besondere: die asymmetrische Form der Tasche. [4]*

Отмеченные англицизмы привлекают молодежную целевую аудиторию и делают содержание текста более насыщенным и занимательным для читателей.

5. Употребление экспрессивной лексики.

Например: *Elizabeth Taylor ist nicht nur die Mutter des* ***Hollywood-Glamours*** *…[4]*

В данном примере Элизабет Тейлор отождествляется с идеалом голливудского гламура, что придаёт ей особое сверкающее величие. Это позволяет читателям ассоциировать ее образ с изысканной красотой и стилем, что делает текст более запоминающимся и эмоционально заряженным для целевой аудитории.

Таким образом, стилистические особенности англицизмов в немецком языке проявляются в употреблении элементов разговорной речи, молодежной лексики, профессиональной лексики, словосочетаний из официальной сферы общения, экспрессивно окрашенной лексики. Эти стилистические особенности делают текст публикации о моде более привлекательным и интересным для читателей, создают уникальный стиль описания модных тенденций. Англицизмы помогают актуализировать текст и установить прямой контакт с целевой аудиторией. Дальнейшее изучение стилистических особенностей англицизмов в немецком языке представляется перспективным направлением лингвистических исследований.

**Литература**

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Сов. энциклопедия, 2004. 607 с.

2. Брандес М. П. Стилистика текста. Теоретический курс. М.: Прогресс- Традиция; ИНФРА-М, 2004. 416 с.

3. Казачевская О. В., Антонова Е. А. Функции англицизмов в заголовках публикаций о моде на немецком языке // Актуальные вопросы современной лингвистики: материалы X региональной научно-практической конференции (с международным участием) «Иностранные языки в межкультурном пространстве: методы исследования и технологии обучения» (г. Москва, МГОУ, 23 сентября 2022 г.) / отв. ред. М. Н. Левченко, ред. колл.: О. О. Сорокина (отв. сек.), А. В. Изгаршева. Электрон. текстовые дан. (5,97 Мб). М.: МГОПУ, 2023. С. 155–159.

4. BRIGITTE.de: Mode, Beauty&Rezepte [Электронный ресурс]. URL: <https://www.brigitte.de> (дата обращения 05.02.2024)

5. ELLE – Mode-Trends, Beauty-Tipps und Lifestyle [Электронныйресурс]. URL: https://www.elle.de (дата обращения 05.02.2024)