

DOI: 10.12731/3033-5981-2025-17-3-518

EDN: IGEMXH

УДК 81.26 - 347.78.034



Научная статья |

Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика

ЭПИТЕТ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ, СЕМАНТИЧЕСКИЙ И ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

А.А. Билялова, Е.В. Дорофеева, М.В. Камашева

Аннотация

Обоснование. Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью медиа в формировании общественного сознания, где языковые средства, такие как эпитеты, становятся инструментом не только художественной выразительности, но и воздействия на аудиторию. Комплексный подход к классификации и функционированию эпитетов в медиатекстах способствует более глубокому пониманию их роли в формировании смыслов, эмоциональной окраски и манипулятивного потенциала. Также в статье рассмотрены переводческие стратегии, направленные на сохранение смысловой, эмоциональной и прагматической эквивалентности при передаче эпитетов из англоязычных медиатекстов на русский язык, включая приёмы модуляции, калькирования, грамматической замены, экспликации и антонимического перевода.

Цель – анализ типов эпитетов и их функционирования в англоязычных СМИ и выявление особенностей их перевода на русский язык.

Материалы и методы. Исследование основано на материале публикаций 2024–2025 гг., размещённых в изданиях The American Conservative, The Guardian, Military Watch Magazine, The Opinions, The Washington Post, а также их переводов, опубликованных на портале «ИноСМИ». На основе контекстуального, компонентного, сопоставительного анализа, а также при помощи статистического метода опреде-

лены основные типы англоязычных эпитетов и переводческие приемы их передачи на русский язык.

Результаты. Выявлено, что эпитет выполняет не только эмоционально-оценочную и экспрессивную функции, но и становится инструментом формирования медиаобраза и смыслового воздействия на массового адресата. Успешный перевод эпитета в медиатексте требует стратегии, нацеленной на функциональную эквивалентность, а не на формальное соответствие, другими словами, перевод эпитетов в СМИ – это стратегическая операция по перенастройке оценочной архитектуры текста, необходимая для адекватного межкультурного медиадиалога.

Ключевые слова: медиадискурс; эпитет; переводческие трансформации; перевод

Для цитирования. Билялова, А. А., Дорофеева, Е. В., & Камашева, М. В. (2025). Эпитет в англоязычном медиадискурсе: функциональный, семантический и переводческий аспекты. *Russian Social and Humanitarian Studies / Российские социогуманитарные исследования*, 17(3), 124–142. <https://doi.org/10.12731/3033-5981-2025-17-3-518>

Original article | Theoretical, Applied and Comparative Linguistics

THE EPITHET IN ENGLISH-LANGUAGE MEDIA DISCOURSE: FUNCTIONAL, SEMANTIC, AND TRANSLATION ASPECTS

A.A. Bilyalova, E.W. Dorofeeva, M.V. Kamasheva

Abstract

Background. The relevance of this research is driven by the growing influence of media in creating public consciousness, where linguistic devices such as epithets are not only literary devices but also tools in shaping the masses. An integrated approach to categorizing and functioning in the work of epithets in media texts facilitates the better comprehension of their work in building meaning, emotional associations, and manipulation. The

article also takes into account translation strategies of preserving semantic, emotional, and pragmatic equivalence when translating English-language mass media text epithets into Russian through strategies such as modulation, calquing, grammatical substitution, explication, and antonymic translation.

Purpose – analysis of types of epithets and their functioning in English-language media and identification of the peculiarities of their translation into Russian.

Materials and methods. The study is based on material published in 2024–2025 in The Guardian, The Washington Post, The New York Times, The Economist, and other publications, as well as their translations published on the InoSMI portal. Based on contextual, component, and comparative analysis, as well as statistical methods, the main types of English-language epithets and translation techniques for their rendering into Russian have been identified.

Results. It has been revealed that epithets not only perform emotional, evaluative, and expressive functions, but also become a tool for shaping media images and exerting semantic influence on the mass audience. Successful translation of epithets in media texts requires a strategy aimed at functional equivalence rather than formal correspondence. The translation of epithets in the media is a strategic operation to reconfigure the evaluative architecture of the text, which is necessary for adequate intercultural media dialogue.

Keywords: media discourse; epithet; translation strategies; translation

For citation. Bilyalova, A. A., Dorofeeva, E. W., & Kamasheva, M. V. (2025). The epithet in English-language media discourse: Functional, semantic, and translation aspects. *Russian Social and Humanitarian Studies*, 17(3), 124–142. <https://doi.org/10.12731/3033-5981-2025-17-3-518>

Введение

Современный медиадискурс представляет собой особый тип коммуникативного пространства, в котором язык используется не только как средство передачи информации, но и как инструмент интерпретации реальности [15; 16]. В условиях цифровизации и усиления идеологического влияния СМИ возрастает значение лингво-

стилистических средств, способных воздействовать на массовое сознание [17; 20]. К числу таких средств относится эпитет – универсальный компонент текстовой выразительности, соединяющий когнитивную и эмоциональную составляющие языка [1; 2; 7; 8; 13; 14].

В современной лингвистике закрепилось несколько исследовательских оптик, каждая из которых по-разному определяет эпитет и задает собственные диагностические признаки. Классико-стилистический подход описывает эпитет как атрибутивное определение с выраженной оценкой и экспрессией; когнитивно-семантический подход трактует эпитет как триггер фрейма и как маркер перераспределения внимания; функционально-прагматический подход связывает эпитет с ресурсами оценки и градуирования; переводоведческий подход подчеркивает роль эпитета как носителя оценочной и культурной информации [3; 6; 9; 11].

В данной работе под эпитетом понимается стилистически маркированное определение, которое выражает субъективно-оценочное отношение автора к предмету речи, усиливающее его выразительность и эмоциональную насыщенность. В данном определении в отличие от нейтральных определений, эпитет не только описывает признак, но и интерпретирует его через призму авторской оценки, культурных коннотаций или идеологических установок. В медиадискурсе эпитет выполняет кроме когнитивной и эмотивной функции, информативно-оценочную, манипулятивную и идеологическую, что делает его одним из ключевых инструментов воздействия на аудиторию.

Изучение эпитетов в медиадискурсе актуально по нескольким причинам. Во-первых, эпитеты формируют оценочные рамки восприятия информации, влияя на интерпретацию событий и формирование общественного мнения. Во-вторых, их анализ позволяет выявить механизмы манипуляции и убеждения, что особенно важно в эпоху информационных войн и медиаполитики. В-третьих, сравнительное изучение эпитетов в разных языковых культурах раскрывает специфику национального менталитета и культурные особенности восприятия действительности. Особое внимание требует перевод эпитетов между английским и русским медиадискур-

сом, где необходимо соблюдать баланс между семантической точностью и прагматической эквивалентностью. В процессе перевода наблюдаются сдвиги полярности и степени интенсивности, утрата или усиление культурно-специфических коннотаций [4; 5; 10; 12].

Таким образом, анализ функциональных и структурных особенностей эпитетов, а также механизмов их перевода позволяет не только глубже понять специфику медиадискурса, но и разработать рекомендации для более точной и эффективной межъязыковой коммуникации.

Материалы и методы

В качестве эмпирической базы использовались англоязычные публикации конца 2024 и 2025 годов из ведущих международных СМИ The American Conservative, The Guardian, Military Watch Magazine, The Opinions, The Washington Post. Параллельно анализировались их русскоязычные переводы на портале ИноСМИ, который является крупнейшим ресурсом переводов зарубежных медиатекстов. Такая конфигурация корпуса позволила сопоставить оригиналы и их переводы для русскоязычной аудитории и показать, как передаются эпитеты в межъязыковой и межкультурной коммуникации. Всего рассмотрено 80 контекстов с эпитетами разной семантической природы. Особое внимание уделялось материалам об актуальных глобальных событиях – геополитических конфликтах, экономических кризисах, социальных трансформациях и культурных феноменах – где эпитеты заметно влияют на интерпретацию и оценку происходящего.

Методологический инструментарий включал контент-анализ, лингвистическое наблюдение, сопоставительный анализ и статистическую обработку данных. Количественную основу обеспечивали контент-анализ и статистика, качественную глубину давали сопоставительный разбор и наблюдение. Совместное применение методов позволило описать распределение эпитетов по типам и функциям и оценить переводческие стратегии с точки зрения сохранения смысла, экспрессии и прагматического эффекта.

Результаты и обсуждение

Эпитет представляет собой одно из наиболее рекуррентных стилистических ресурсов медийного дискурса, ключевая роль которого заключается в формировании эмоционально-оценочного фона текста, обеспечивая переход от фактуально нейтрального сообщения к его интерпретации в ценностной плоскости. Как отмечалось выше, для эпитетов в СМИ характерны функции: когнитивная, информативно-оценочная, манипулятивная и идеологическая. Использование эпитета позволяет автору не только описывать события, но и направлять их восприятие реципиентом, формируя определённое эмоциональное и аксиологическое отношение к объекту описания [18].

На когнитивном уровне эпитет выступает механизмом фреймирования, активирующим в сознании адресата не только денотативное значение, но и комплекс ассоциативных и коннотативных связей, включающих эмоциональные, культурные и идеологические компоненты [19]. В результате нейтральное изложение приобретает ценностную окраску, а медиатекст получает способность управлять интерпретационными траекториями восприятия.

В прагматическом аспекте эпитет служит инструментом имплицитного конструирования бинарных оппозиций типа «одобрение / неодобрение», «свой / чужой», «норма / девиация». Эти оппозиции выполняют функцию латентной аксиологической навигации, программируя интерпретацию событий в рамках заданного семантического поля.

Дополнительной функцией эпитета является смещение акцентов в структуре медиатекста. Он концентрирует внимание адресата на одних аспектах изображаемой действительности и одновременно маргинализирует другие. Особенно отчётливо данная функция проявляется в политическом и общественно-публицистическом дискурсе. Эпитет в медиадискурсе представляет собой вербальный механизм конструирования социальной реальности, посредством которого средства массовой информации интерпретируют события с позиций определённых ценностей, норм и идеологических установок. Анализ функционирования эпитетов позволяет выявить скрытые стратегии

речевого воздействия и проследить, каким образом языковые средства участвуют в формировании общественного восприятия и идеологического позиционирования медиапространства.

Изучение эпитетов предполагает анализ двух ключевых аспектов: структура и семантика.

С точки зрения структуры, эпитеты в СМИ можно разделить на несколько типов, от односложных до комплексных конструкций.

Простые (однокомпонентные) эпитеты являются наиболее частотным типом, представленным одним прилагательным или причастием, например: «*strong statement*», «*sharp decline*», «*fresh solution*». Подобные эпитеты выполняют функцию быстроты восприятия и мгновенную оценку.

Составные (двух- и трехкомпонентные) эпитеты состоят из двух или более слов, создавая более сложный и детализированный образ, например: «*socially oriented budget*», «*politically motivated case*», «*environmentally friendly technology*». Такие эпитеты позволяют ввести в текст сложные понятия и термины, а также усилить оценку за счёт нанизывания определённых характеристик.

Сравнительные и метафорические эпитеты (сложные) представляют собой развёрнутые конструкции, часто построенные на основе сравнения или метафоры. Они являются мощным средством образной оценки, например: “*The package of sanctions hangs over the economy like the sword of Damocles*” (сравнительный). “*The demographic decline of recent years is becoming increasingly pronounced*” (метафорический). Метафорические эпитеты создают яркие, наглядные образы, которые легко усваиваются и запоминаются аудиторией, упрощая сложные явления до понятных визуальных метафор.

Семантическая классификация, представленная в данном исследовании, базируется на оси «одобрение» – «неодобрение».

Мелиоративные (положительно-оценочные) эпитеты используются для создания привлекательного образа явления или идеи: «*progressive reform*», «*wise decision*», «*booming economy*», «*iron-willed leader*». Они формируют симпатию, одобрение и поддержж-

ку. Часто используются в портретных интервью или репортажах о достижениях власти.

Пейоративные (отрицательно-оценочные) эпитеты используются как основной инструмент критики и создания образа врага, проблемы или угрозы, например: *«defeatist sentiments»*, *«corrupt official»*, *«opaque deals»*. Данные эпитеты, вызывающие осуждение, негодование, страх или отторжение, направлены на дискредитацию оппонентов, явлений или действий, которые противоречат позиции издания.

Следующую группу составляют интенсифицирующие эпитеты, которые не столько оценивают, сколько усиливают характеристику, придавая ей масштаб или исключительность: *«abject failure»*, *«staggering losses»*, *«resounding victory»*, *«partial fulfillment»*. Функция интенсифицирующих эпитетов заключается в драматизации или, наоборот, приуменьшении значимости события, управляя уровнем эмоционального напряжения аудитории.

Псевдонейтральные (скрыто-оценочные) эпитеты – это наиболее тонкий и эффективный тип. Формально они могут выглядеть как нейтральные или даже положительные, но в конкретном контексте несут строго определённую оценку, например: *the so-called «expert» expressed his opinion* (эпитет *«so-called»* ставит под сомнение компетентность); *«yet another statement from the politician»* (эпитет *«yet another»* имплицитно означает «надоевшее, бесполезное»). Псевдонейтральные эпитеты – это инструмент скрытой манипуляции, который позволяет автору сохранить видимость объективности, при этом транслируя чёткую оценочную позицию.

Таким образом, исследование эпитетов в медийном дискурсе раскрывает их полифункциональную природу, обусловленную как структурными особенностями, так и семантической нагруженностью. Как демонстрирует анализ, эпитеты выполняют не только описательно-сравнительную, но и экспрессивно-оценочную функцию, формируя у адресата определённое восприятие описываемого явления. Однако актуальность данного феномена выходит за рамки лингвистики одного языка, затрагивая сферу переводоведения –

дисциплины, изучающей механизмы и стратегии межъязыковой и межкультурной трансформации текста.

Главная трудность перевода эпитетов состоит в том, что переводчику необходимо сохранить не только значение слова, но и тот эмоциональный и оценочный эффект, который оно вызывает у носителя исходного языка. В разных культурах и языках одни и те же слова могут вызывать совершенно разные ассоциации, и потому буквальный перевод редко бывает удачным.

В медиадискурсе эта задача усложняется ещё больше. Эпитеты здесь работают как инструмент воздействия – они помогают журналисту задать нужный тон, сформировать позицию издания и направить восприятие читателя. Переводчик, сталкиваясь с такими выражениями, вынужден учитывать не только лексическое значение, но и авторскую интенцию, политический контекст и культурные коды аудитории, на которую ориентирован перевод. Поэтому перевод эпитетов в СМИ – это не просто технический процесс, а своего рода межкультурный диалог. В данном контексте ключевое значение приобретают переводческие приёмы – от калькирования и транслитерации до адаптации и смысловой компенсации. В рамках данного исследования был проведён анализ переводческих решений путём выявления доминирующих переводческих трансформаций (лексических, грамматических и лексико-грамматических) применительно к различным эпитетам.

Лексические трансформации, представленные переводческими приёмами генерализация, конкретизация, модуляция и калькирование, составляют 63 % всех случаев перевода эпитетов. Наиболее частотными среди них оказались модуляция и калькирование.

Примеры модуляции:

1) *A **seasoned** veteran, Kellogg is expected in Kyiv imminently* [22]. – Ожидается, что **многоопытный** Келлог, ветеран внешней политики, вскоре прибудет в Киев.

2) *Added to this has been a **mounting** frustration with the Biden administration* [22]. – К этому добавляется **зреющее** разочарование администрацией Байдена.

Примеры калькирования:

1) *Nevertheless, this historical story does not exhaust the causes of Britain's **exceptional** belligerence* [2323]. – Тем не менее, историческая перспектива не исчерпывает причин **исключительной** воинственности Британии.

2) *On a recent **icy** afternoon in the western Ukrainian city of Kovel, a **silver-haired** man in military fatigues prepared to board a train* [24]. – Недавним **морозным** днем в западноукраинском городе Ковеле **седовласый** мужчина в военной форме стоял на перроне, готовясь сесть в поезд.

3) *In one corner will be President Donald Trump, **hungry** for a Ukraine peace deal that would make him look like a global peacemaker* [25]. – В одном углу будет президент Дональд Трамп, **жаждущий** мирного соглашения с Украиной, которое сделает из него миротворца глобального масштаба.

При переводе эпитетов на грамматическом уровне широко применяется приём грамматической замены, его применение составляет 20 % всех случаев перевода анализируемых эпитетов. Его использование обусловлено расхождениями в грамматических системах английского и русского языков, которые нередко исключают прямой перенос эпитетов, выраженных прилагательными и причастиями, в русскоязычный текст. При этом сохраняется смысловое содержание и прагматическая функция исходной публикации, например:

1) *The United Kingdom has continued to face a **worsening** economic crisis, with the new Labour government expected to make continued cuts to the British Armed Forces* [26]. – Великобритании грозит **усугубление** экономического кризиса, и предполагается, что новое лейбористское правительство продолжит сокращать вооруженные силы.

2) *So far, the signaling between Putin and Trump does not immediately suggest a new era of **warmer** relations* [27]. – Пока что сигналы между Путиным и Трампом не говорят о начале новой **оттенели** в отношениях.

Лексико-грамматические трансформации составляют 16 % всех случаев перевода анализируемых эпитетов. В рамках данной переводческой трансформации были выявлены приемы экспликации и антонимического перевода.

Примеры экспликации:

1) *But with Russia continuing to find **fresh** recruits for its grinding advances, the army is struggling to find enough people to fill the gaps at the front [24].* – Но поскольку российская армия **успешно пополняет свои ряды**, ВСУ тоже приходится искать людей, чтобы заткнуть зияющие бреши на фронте.

2) *In Britain, it was considered almost **treasonable** to suggest otherwise [2323].* – В Великобритании любые сомнения в правильности этой линии практически **приравнивались к измене**.

Примеры антонимического перевода:

1) *The government **did not ignore** the crisis[28].* – Правительство **отреагировало** на кризис.

2) *It's **not uncommon** for politicians to change their views [2426].* – Политики **часто** меняют свои взгляды.

На Рисунке представлено общее соотношение случаев использования переводческих трансформаций при переводе эпитетов в англоязычных публикациях в СМИ на русский язык.

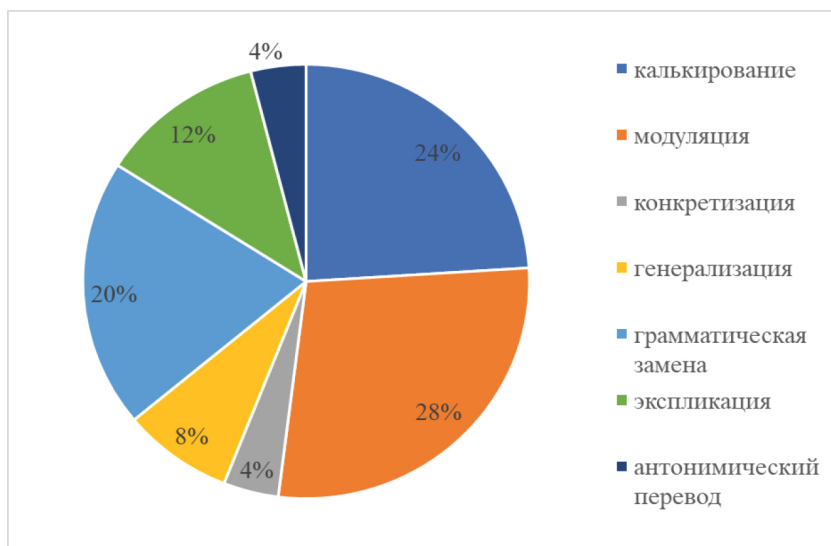


Рис. Соотношение случаев использования переводческих трансформаций при переводе эпитетов в англоязычных публикациях в СМИ на русский язык

Количественный анализ показывает, что наиболее продуктивными трансформациями в переводе эпитетов являются модуляция (28%), калькирование (24%), грамматическая замена (20%).

Заключение

Проведённый анализ подтвердил, что эпитет в англоязычном медиадискурсе выполняет не только экспрессивную роль, но и задаёт интерпретационные рамки высказывания, выступая средством идеологического сигнала. Перевод на русский язык требует сохранения оценочной нагрузки и прагматики оригинала, поэтому выбор стратегии определяется принципами функциональной эквивалентности, а не формальным совпадением формы.

Корпус включал 80 контекстов из материалов 2024-2025 годов, что позволило зафиксировать типовое распределение приёмов. Лексические трансформации составили 63% с преобладанием модуляции 28% и калькирования 24%, грамматическая замена дала 20%, лексико-грамматические решения экспликации и антонимического перевода суммарно составили 16%. Эти данные отражают системные асимметрии английского и русского языков и нормативные ожидания российского новостного стиля, где предпочтительны прямые утвердительные формулы и точная дозировка интенсивности оценки.

Практическая ценность работы состоит в особых критериях выбора перевода эпитетов для медиатекстов. Рекомендуется соотносить приём с целевой прагматикой высказывания и жанром, учитывать редакционную политику издания, дозировать пояснения при экспликации, избегать избыточной драматизации и контролировать фактическую точность при сохранении эмоционального эффекта.

Перспективы развития исследования включают расширение корпуса за счёт мультижанровых текстов и иных языковых пар, внедрение автоматизированных методов детекции эпитетов и полярности, а также продольный анализ изменений оценочной лексики в связи с актуальными медийными повестками.

В целом перевод эпитетов в СМИ выступает стратегической операцией по перенастройке оценочной архитектуры текста, при которой сохраняется медиаэффект и не искажается авторская интенция.

Список литературы

1. Ашимова, А. Ф., & Юсуфов, М. Г. (2019). Семантические группы прилагательных-эпитетов, логически несовместимых с определяемыми существительными в поэтической речи. *Вестник Социально-педагогического института*, 3, 30–34.
2. Боровкова, Е. Р. (2022). Лингвостилистические особенности эпитета в англоязычной и русскоязычной сказках. *Международный научно-исследовательский журнал*, 116(2–3). <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.116.2.095>
3. Булахова, Н. П., & Сковородников, А. П. (2017). К определению понятия эпитет (предуготовление к функциональной характеристике). *Экология языка и коммуникативная практика*, 2, 5–15.
4. Бурова, Е. А., & Турчина, А. В. (2021). Специфика передачи эпитетов при переводе художественных произведений с английского на русский язык. *Инновационные аспекты развития науки и техники*, 11, 94–100.
5. Гималетдинова, Г. К., & Перминова, М. А. (2016). Трудности художественного перевода английских эпитетов (на примере романа Н. Хорнби «Как стать добрым»). *Учёные записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки*, 158(5), 1392–1403. Получено с: https://kpfu.ru/portal/docs/F2094929751/158_5_gum_17.pdf
6. Губанов, С. А. (2020). Проблема дефиниции эпитета. *На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы гуманитарного знания*, 3, 98–103.
7. Кожемяченко, Е. В. (2023). Эпитет как средство образной выразительности в поэзии М. Цветаевой. *Вестник Белорусского государственного педагогического университета. Серия: Педагогика. Психология. Филология*, 1, 67–71.
8. Котов, А. А., & Мухина, Е. А. (2022). Об эпитетах в русских духовных стихах. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 8(171), 112–116.

-
9. Красавский, Н. А., & Москалев, И. Ю. (2021). Эпитет и метафора как художественно-выразительные средства идиостиля Артура Шницлера. *Мир лингвистики и коммуникации*, 2, 121–136. Получено с: http://tverlingua.ru/archive/064/9_64.pdf
 10. Махмутова, А. Н., & Закирова, Р. Г. (2024). Способы переводов экспрессивной лексики в коротких рассказах Дафны Дю Морье на примере эпитетов. *Russian Linguistic Bulletin*, 5(53). Получено с: <https://rulb.org/archive/5-53-2024-may/10.60797/RULB.2024.53.21>
 11. Митичева, В. А. (2023). Эпитеты в системе средств характеристики душевного состояния героев в романе И. С. Тургенева «Дым». *Ceteris Paribus*, 5, 98–101.
 12. Молчанова, Г. Г. (2025). Деривационные возможности фразового эпитета как источник порождения новых лексем. *Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация*, 28(1), 9–20.
 13. Щелок, Т. И. (2021). Эпитеты в рассказе «Der große Wildenberg» Зигфрида Ленца. *Научный диалог*, 4, 181–196.
 14. Aitken, J. K. (2022). The Septuagint within the history of Greek praise epithets. *Hebrew Bible and Ancient Israel*, 11(2–3), 186–204. <https://doi.org/10.1628/hebai-2022-0033>
 15. Al-Sofi, B. (2023). A cognitive-stylistic analysis of epithets in media headlines: The case of the Yemen war. *Journal of Media Linguistics*, 9(2), 45–67.
 16. Berdimuratova, A. (2025). Linguistic analysis of epithets in newspaper-journalistic and scientific genres. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(3), 208–211.
 17. Boulianne, S., & Larsson, A. O. (2021). Engagement with news and political misinformation: The role of digital media literacy. *New Media & Society*, 23(9), 2647–2666. <https://doi.org/10.1177/1461444820948161>
 18. Kudrnac, A. (2023). “Ruthless aggressor” and “heroic people”: The use of evaluative epithets in the media coverage of the Russia-Ukraine war. *Discourse & Communication*, 17(5), 569–587. <https://doi.org/10.1177/17504813231177241>
 19. Ibrahim, N. (2024). The semiotics of emotive epithets in Arab media discourse: A case study of the Palestinian-Israeli conflict. *Social Semiotics*, 34(1), 88–105. <https://doi.org/10.1080/10350330.2022.2159362>

20. KhosraviNik, M. (2020). Digital discourse and the politics of polarization: A case study of the 2018 US midterm elections. B *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies* (с. 545–561). Routledge.
21. Reyes, A. (2020). The discursive construction of nationalism: A comparative analysis of news coverage of territorial disputes in Asia. *Discourse & Communication*, 14(6), 569–589. <https://doi.org/10.1177/1750481320939731>

References

1. Ashimova, A. F., & Yusufov, M. G. (2019). Semantic groups of adjective epithets logically incompatible with the defined nouns in poetic speech. *Bulletin of the Social and Pedagogical Institute*, 3, 30–34.
2. Borovkova, E. R. (2022). Linguostylistic features of epithets in English and Russian fairy tales. *International Research Journal*, 116(2–3). <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.116.2.095>
3. Bulakhova, N. P., & Skovorodnikov, A. P. (2017). Toward defining the concept of epithet (preparation for functional characterization). *Ecology of Language and Communicative Practice*, 2, 5–15.
4. Burova, E. A., & Turchina, A. V. (2021). Specificity of translating epithets in literary works from English into Russian. *Innovative Aspects of Science and Technology Development*, 11, 94–100.
5. Gimaletdinova, G. K., & Perminova, M. A. (2016). Challenges of literary translation of English epithets (a case study of N. Hornby's novel *How to Be Good*). *Proceedings of Kazan University. Humanities Series*, 158(5), 1392–1403. Retrieved from https://kpfu.ru/portal/docs/F2094929751/158_5_gum_17.pdf
6. Gubanov, S. A. (2020). The problem of defining the epithet. *At the Intersection of Languages and Cultures. Topical Issues of Humanitarian Knowledge*, 3, 98–103.
7. Kozhemyachenko, E. V. (2023). Epithet as a means of figurative expression in Marina Tsvetaeva's poetry. *Bulletin of Belarusian State Pedagogical University. Series: Pedagogy. Psychology. Philology*, 1, 67–71.
8. Kotov, A. A., & Mukhina, E. A. (2022). On epithets in Russian spiritual verses. *Proceedings of Volgograd State Pedagogical University*, 8(171), 112–116.

9. Krasavskiy, N. A., & Moskalev, I. Yu. (2021). Epithet and metaphor as expressive means of Arthur Schnitzler's individual style. *World of Linguistics and Communication*, 2, 121–136. Retrieved from http://tverlingua.ru/archive/064/9_64.pdf
10. Makhmutova, A. N., & Zakirova, R. G. (2024). Methods of translating expressive vocabulary in Daphne du Maurier's short stories: A case study of epithets. *Russian Linguistic Bulletin*, 5(53). Retrieved from <https://rulb.org/archive/5-53-2024-may/10.60797/RULB.2024.53.21>
11. Miticheva, V. A. (2023). Epithets as means of characterizing the emotional state of characters in I. S. Turgenev's novel *Smoke*. *Ceteris Paribus*, 5, 98–1 Newton.
12. Molchanova, G. G. (2025). Derivational potential of phrasal epithets as a source of generating new lexemes. *Bulletin of Moscow University. Series 19: Linguistics and Intercultural Communication*, 28(1), 9–20.
13. Shchelok, T. I. (2021). Epithets in the short story *Der große Wildenberg* by Siegfried Lenz. *Scientific Dialogue*, 4, 181–196.
14. Aitken, J. K. (2022). The Septuagint within the history of Greek praise epithets. *Hebrew Bible and Ancient Israel*, 11(2–3), 186–204. <https://doi.org/10.1628/hebai-2022-0033>
15. Al Sofi, B. (2023). A cognitive stylistic analysis of epithets in media headlines: The case of the Yemen war. *Journal of Media Linguistics*, 9(2), 45–67.
16. Berdimuratova, A. (2025). Linguistic analysis of epithets in newspaper journalistic and scientific genres. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(3), 208–211.
17. Boulianne, S., & Larsson, A. O. (2021). Engagement with news and political misinformation: The role of digital media literacy. *New Media & Society*, 23(9), 2647–2666. <https://doi.org/10.1177/1461444820948161>
18. Kudrnac, A. (2023). “Ruthless aggressor” and “heroic people”: The use of evaluative epithets in the media coverage of the Russia–Ukraine war. *Discourse & Communication*, 17(5), 569–587. <https://doi.org/10.1177/17504813231177241>
19. Ibrahim, N. (2024). The semiotics of emotive epithets in Arab media discourse: A case study of the Palestinian–Israeli conflict. *Social Semiotics*, 34(1), 88–105. <https://doi.org/10.1080/10350330.2022.2159362>

20. KhosraviNik, M. (2020). Digital discourse and the politics of polarization: A case study of the 2018 US midterm elections. In *The Routledge Handbook of Critical Discourse Studies* (pp. 545–561). Routledge.
21. Reyes, A. (2020). The discursive construction of nationalism: A comparative analysis of news coverage of territorial disputes in Asia. *Discourse & Communication*, 14(6), 569–589. <https://doi.org/10.1177/1750481320939731>

Материал для исследования/Research material

22. <https://www.theguardian.com/world/2025/jan/04/ukraine-dealmaker-trump-putin-war-russia-zelensky> (дата обращения: 05.08.2025).
23. <https://www.theamericanconservative.com/why-is-the-uk-so-invested-in-the-russia-ukraine-war/> (дата обращения: 05.08.2025).
24. <https://www.theguardian.com/world/2024/dec/21/ukraine-faces-difficult-decisions-over-acute-shortage-of-frontline-troops> (дата обращения: 05.08.2025).
25. <https://www.washingtonpost.com/world/2024/12/20/trump-putin-russia-ukraine-relations/> (дата обращения: 05.08.2025).
26. <https://militarywatchmagazine.com/article/british-defence-sources-vulnerability-ballistic-missile-defence> (дата обращения: 05.08.2025).
27. <https://www.washingtonpost.com/world/2024/12/20/trump-putin-russia-ukraine-relations/> (дата обращения: 05.08.2025).
28. <https://www.aljazeera.com/opinions/2024/1/23/the-uk-cannot-ignore-the-crisis-in-drc> (дата обращения: 05.08.2025)

ДАННЫЕ ОБ АВТОРАХ

Билялова Альбина Анваровна, доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой иностранных языков Елабужского института
Казанский (Приволжский) федеральный университет
ул. Кремлевская, 18, г. Казань, 420008, Российская Федерация
abill71@mail.ru

Дорофеева Елена Вениаминовна, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики перевода Институт международных отношений, истории и востоковедения

*Казанский (Приволжский) федеральный университет
ул. Кремлевская, 18, г. Казань, 420008, Российская Федерация
elena.dor@mail.ru*

Камашева Марина Викторовна, старший преподаватель кафедры
иностраннных языков Елабужского института
*Казанский (Приволжский) федеральный университет
ул. Кремлевская, 18, г. Казань, 420008, Российская Федерация
kat.mar@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHORS

Albina A. Bilyalova, Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Foreign Languages, Yelabuga Institute
*Kazan (Volga Region) Federal University
18, Kremlevskaya Str., Kazan, 420008, Russian Federation
abill71@mail.ru
SPIN-code: 1343-7998
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9539-2363>
ResearcherID: N-8599-2015
ScopusAuthor ID: <http://www.scopus.com/authid/detail.url?authorId=56151147200>
Google Scholar: <https://scholar.google.ru/citations?hl=ru&user=ND318soAAAAJ>*

Elena W. Dorofeeva, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of the Theory and Practice of Translation, Institute of International Relations, History and Oriental Studies
*Kazan (Volga Region) Federal University
18, Kremlevskaya Str., Kazan, 420008, Russian Federation
elena.dor@mail.ru
SPIN-code: 6316-9240
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9088-2171>
Researcher ID: P-3458-2017*

Google scholar: <https://scholar.google.ru/citations?hl=ru&user=-uFlqNkAAAAJ>

Marina V. Kamasheva, Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages, Yelabuga Institute
Kazan (Volga Region) Federal University
18, Kremlevskaya Str., Kazan, 420008, Russian Federation
kam.mar@mail.ru
SPIN-code: 4661-6761
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8568-359X>
Google Scholar: <https://scholar.google.ru/citations?user=qF-hWdN4AAAAJ&hl=ru>

Поступила 01.10.2025

После рецензирования 11.10.2025

Принята 27.10.2025

Received 01.10.2025

Revised 11.10.2025

Accepted 27.10.2025