

УДК 81'37

DOI: 10.26907/2782-4756-2026-84-2-87-93

## ЭТНОНИМЫ И ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНЧЕСТВА

© Наталья Отургашева

### ETHNONYMS AND ETHNIC STEREOTYPES IN THE MODERN STUDENTS' LINGUISTIC PICTURE OF THE WORLD

Natalya Oturgasheva

Ethnic stereotypes in culture and the ethnonyms they reflect in language are important components of the cultural and linguistic representation of a nation. Complex political processes and social reforms, occurring in the country throughout the 20<sup>th</sup> century, have led to historical discontinuities in the formation of ethnic identity and self-awareness among Russians, resulting in the emergence of a wide range of ethnonyms, replacing traditional names.

This article analyzes the results of a series of associative experiments that we conducted among Russian and international students to clarify the students' understanding of linguistic forms of presenting national identity and to elucidate the dynamics of change in these understandings.

The study shows that the choice of a particular ethnonym and the adequacy of its interpretation is the result of understanding and comprehension of the meanings and associations embedded in it, which directly depends on the socio-cultural and age characteristics of the respondents, the degree of their involvement in the process of individual and collective self-determination in the cultural space.

The choice and function of ethnonyms in society, as well as the formation and verbal production of ethnic stereotypes, their consolidation in the linguistic picture of the world, are impossible without the subjective experience of community solidarity, evaluative judgments, individual and collective self-reflection regarding national identity.

*Keywords:* ethnonyms, ethnic stereotypes, national identity, associative experiment, linguistic picture of the world

Важными компонентами культурной и языковой репрезентации нации выступают этнические стереотипы в культуре и отражающие их этнонимы в языке. Сложные политические процессы и социальные реформы, происходящие в стране на протяжении XX века, обусловили историческую прерывистость в формировании этнической идентичности и самосознания русских, в результате чего был сформирован широкий спектр этнонимов, вытеснивших из употребления привычные именованья.

Статья посвящена анализу результатов серии ассоциативных экспериментов, проведенных автором среди российских и иностранных студентов с целью уточнения представлений учащейся молодежи о языковых формах презентации национальной идентичности и выяснения динамики изменения данных представлений.

Исследование показало, что выбор того или иного этнонима, адекватность его интерпретации является результатом понимания и осмысления заложенных в нем значений и ассоциаций, что напрямую зависит от социокультурных и возрастных характеристик респондентов, степени их вовлеченности в процесс индивидуального и коллективного самоопределения в культурном пространстве.

Выбор и функционирование этнонимов в обществе так же, как формирование и вербальное продуцирование этнических стереотипов, их закреплённость в языковой картине мира, невозможны без субъективного переживания солидарности сообщества, оценочных суждений, индивидуальной и коллективной саморефлексии по поводу национальной идентичности.

*Ключевые слова:* этнонимы, этнические стереотипы, национальная идентичность, ассоциативный эксперимент, языковая картина мира

Для цитирования: Отургашева Н. Этнонимы и этнические стереотипы в языковой картине мира современного студенчества // Филология и культура. Philology and Culture. 2026. № 2 (84). С. 87–93. DOI: 10.26907/2782-4756-2026-84-2-87-93

В условиях поиска и утверждения национальной идентичности, актуальных в силу разных причин (среди них глобализация, массовая миграция, распад одних государств, возникновение других) для многих современных сообществ, особую значимость среди представителей гуманитарных наук приобрели дискуссии о смыслах и формах проявления национального в политике, культуре, литературе, языке. Концепция национального мифа включается в предложенный курс на правах актуального и перспективного направления, дополняя терминологический корпус уже сформировавшихся в науке понятий национального характера, национальной концептосферы, национальной картины мира.

В отличие от последней, национальный миф, как свидетельствуют исследования [1], [2], предполагает подвижность, историческое измерение, пластичность, изменчивость в зависимости от меняющихся условий и обстоятельств жизни нации, от поставленных перед сообществом идеологических и политических целей.

Специалисты обращаются к различным предметным областям социокультурной практики общества для изучения его представлений о себе и механизмов формирования таких представлений. Среди перспективных областей исследования национальной идентичности и способов конструирования национальной мифологии – художественная литература, кино и телевидение, тексты СМИ и рекламы, языковая политика государства, национально-прецедентные имена, коллективная память, которая находит свое наиболее концентрированное выражение в макротопонимах и этнонимах. По мнению Д. Шевляковой, макротопоним и этноним «не просто обозначают народ как этническую общность, но вызывают в сознании свернутые в единый образ воспоминания о предшествующих контекстах его употребления, оценки соответствующих референтов и отношение к ним. Этноним включает в себя мифы, которые служат потенциальным руководством к действию», он «приписывает участнику коммуникации классификационные признаки еще до вступления в общение...» [3, с. 251–252].

Признаком сформированного национального мифа становится, в числе прочих показателей, оформленный «образ национального „мы“ в сложном соотношении с национальным „другим“» [4, с. 186], который является важной составляющей коллективной национальной иден-

тичности. Противопоставление «своего» и «чужого» мира, образов «мы» и «они» выступает одним «из древнейших социально-психологических механизмов консолидации людских общностей» [5, с. 729].

Свое оформление образ национального «мы» получает в системе устойчивых и обобщенных представлений членов общества о самих себе (этнических автостереотипов), а также посредством гетеростереотипов, отражающих в схематическом, зачастую упрощенном виде мнение о данном народе другого, «чужого» этноса. Следует иметь в виду, что стереотипы представляют собой не только «устойчивое культурно-национальное представление», фрагмент концептуальной картины мира, ментальный образ, но и вербальную оболочку этого образа [6, с. 110].

В языке функцию самопрезентации индивида и сообщества, частью которого он себя осознает, реализуют (авто)этнонимы – слова, обозначающие их этническую и национальную принадлежность. Именования и самоименования этносоциумов являются, по мнению исследователей языка А. Д. и С. П. Васильевых, одним из фундаментальных компонентов языковой картины мира, поскольку они определяют границу между «своими» и «чужими», выступают в качестве «максимально концентрированного описания народа», способствуют самоидентификации представителей того или иного сообщества [7, с. 152]. В свою очередь, идентификация индивида с определенной группой, этносом, народом имеет своим основанием общее историческое прошлое и единое символическое пространство, которое проявляет себя в традициях, обычаях, знаках, эмблемах, языковых концептах, системе ценностей и отношений.

Таким образом, нация существует не только через повествовательную репрезентацию (национальный нарратив), но и через культурную и языковую репрезентацию (национальная картина мира в различных аспектах ее проявления). Важными взаимосвязанными компонентами таких проявлений выступают этнические стереотипы в культуре и отражающие их этнонимы в языке.

Для граждан современной России выбор этнонима оказывается непростой задачей в силу наличия достаточно широкого спектра существующих в языке вариантов, что, в свою очередь, отражает сложные процессы в истории государства на протяжении последнего столетия. На историческую прерывистость в формировании эт-

нической идентичности и самосознания русских справедливо указывает Г. С. Степанова, напоминая о переходе в течение короткого периода от советской надэтнической идентичности к собственно этнической, а позднее – к попыткам конструирования гражданского самосознания у жителей России [8, с. 41, 48].

В качестве закономерного отклика на многочисленные политические потрясения и социальные реформы уходили из речевого обихода старые этнонимы и появлялись новые именованья, в результате чего сформировался целый спектр разнообразных номинаций: *русский, советский, российский, отечественный, русскоязычный*. Выбор варианта для носителя языка во многом зависит от его возраста, принадлежности к определенной социальной группе, характера деятельности, мировоззрения и образования.

В современных исследованиях часто высказываются дискуссионные взгляды на соотношение этнонима *русский* и этатонима *российский*, на возможность примирения *русскости* и *российскости* [9]. При этом большинство специалистов полагают, что *российский* фиксирует гражданскую идентичность и очерчивает идеологические и политические контуры объекта или субъекта, а *русский* обозначает национальную принадлежность человека или явления и указывает на символические характеристики, связанные с менталитетом народа, его культурой, складом народной души. Так, для В. Х. Тхакахова *русское* выступает символическим ресурсом российской идентичности [10, с. 252]. На важности изучения соотношения и перспектив развития этнической и российско-гражданской идентичности настаивает Т. Боргоякова [11, с. 20].

Весьма продуктивным для изучения функционирования этнонимов в отечественной лингвокультуре представляется постмодернистский подход к осмыслению национального, который смещает акцент с объективных «измерений бытования нации на трактовку феномена как субъективного опыта переживаемой общности, множественной субъективной проекции индивидуального или коллективного бессознательного». В рамках данного подхода исследователи предлагают понимать под национальной идентичностью «саморефлективную интерпретацию сообщества „нации“, которая выражается в разнообразных текстах» [12].

Опираясь на данный тезис, автор настоящей статьи обратился к анализу результатов ассоциативных экспериментов, которые были проведены среди студентов гуманитарного профиля в Сибирском институте управления – филиале РАН-ХиГС в 2004, 2023 и 2026 гг. Цель проведенной

работы – уточнение представлений учащейся молодежи о языковых формах презентации национальной идентичности и выяснение динамики данных представлений. В эксперименте приняли участие 210 российских студентов, обучающихся на первом курсе по направлениям подготовки «Международные отношения» и «Реклама и связи с общественностью».

В качестве стимулов студентам были предложены варианты этнонимов (*русский, российский, советский, русскоязычный*) и сопровождающие их задания: подобрать синонимы и подходящие существительные к прилагательным, назвать ассоциации к слову-стимулу.

Кроме того, в 2025 г. подобное задание, с включенным в перечень слов-стимулов топонимом *Россия*, выполнили 22 иностранца из Китая и нескольких африканских стран, обучающиеся на подготовительном факультете Новосибирского государственного педагогического университета. Опрос проводился на русском языке с возможностью ответа на английском языке.

В докладе представлен анализ результатов эксперимента с опорой на ответы респондентов: они выделены курсивом, при этом наиболее частотные ответы приводятся в начале списка и сопровождаются указанием на их процентное отношение к общему числу полученных реакций, округленное до целого значения; единичные варианты такого указания не имеют. Кроме того, использован материал аналогичного исследования, проведенного автором 20 лет назад, позволяющий выявить динамику представлений студентов о сообществе, к которому они принадлежат.

Данные, полученные в результате экспериментов 2023 и 2026 гг., свидетельствуют о том, что ассоциации, вызванные у респондентов словом-стимулом «русский / русская», связаны, прежде всего, с антропоцентрическими и культурными ценностями: *человек* (17), *народ* (6), *женщина, девушка, красавица; язык* (18), *речь, культура* (6), *литература*. Символическая составляющая ассоциативного поля представлена понятиями *дух* (6), *душа* (5), *менталитет, мир*. Пространство, обозначаемое этнонимами «русский / русская», воспринимается как обжитое и одушевленное: *Русь* (5), *Россия* (4), *земля, страна, дом*; оно наполнено чувством радостного узнавания, которое передается лексикой с позитивным значением: *хлеб, праздник, красота, доблесть, необъятность*.

При выборе синонимов к слову *русский* доминирует этнический аспект: *русский* означает *славянский* для 21% опрошенных, для 16 % участников эксперимента «русский» и «российский»

совпадают по своим значениям. Позитивная окраска имен прилагательных при подборе контекстуальных синонимов передает эмоциональную вовлеченность респондентов, отраженную в выборе оценочных слов с мелиоративным значением: *родной* (7), *сильный* (6), *великий*, *славный*, *щедрый*, *великодушный*, *могучий*.

Этатоним «российский» представлен, в основном, абстрактной лексикой, обозначающей различные формы и символы государственного устройства: *Федерация* (17), *флаг* (9), *империя* (6), *паспорт* (5), *государство*, *Президент*, *гимн*, *армия*, *кодекс*, *политика*, *рубль*. Ассоциации с пространством при этом описаны безоценочной лексикой (*империя*, *держава*, *страна*, *территория*, *земля*, *город*), а приметами российской действительности для студентов выступают *вуз*, *сыр*, *шоколад*, *хоккей*, *газ*.

Частотным сочетанием в рамках эксперимента оказалась *российская культура* (9), поддержанная такими ассоциациями, как *российская наука*, *история*, *фильм*.

В качестве синонимического ряда закономерно возникают лексические единицы со значением государственности: *государственный* (16), *отечественный* (11), *общероссийский*, *всероссийский*, *федеральный*, *многонациональный*. Однако для трети опрошенных (28 %) в синонимических отношениях оказываются слова – маркеры государственной и национальной идентичности – *российский* и *русский*. Кроме того, встречаются такие единичные ответы, как *родной* (5), *советский*, *славянский*.

Не всегда корректно респонденты выстраивают семантические связи со словом *русскоязычный*, которое не так давно вошло в активный фонд лексики, используемой широким кругом носителей языка. Наряду с уместными сочетаниями типа *русскоязычный человек* (29), *русскоязычный словарь* (17), *сайт* (4), *портал*, *переводчик* встречаются ответы, демонстрирующие слабое представление о значении данного прилагательного: *народ* (10), *язык*, *россиянин*. Между тем, толковые словари подчеркивают маргинальность русскоязычного субъекта и называют русскоговорящими таких людей, которые живут вне России, сохраняя при этом русский язык в качестве родного или второго родного языка [13, с. 677]. Студенты не чувствуют разницы между термином «русскоязычный», фиксирующим положение в иноязычной среде говорящего на русском языке человека, и этнонимом «русский», выступающим средством самоидентификации народа и его представителей.

Прилагательное *советский* по понятным причинам (участники эксперимента родились

после распада СССР и знают о нем со слов старших родственников, из книг, фильмов или Интернет-источников) воспринимается студентами как *старый*, *устаревший* (11), связанный с *прошлым*. Среди синонимов встречаются слова с нейтральным (*коммунистический* (11), *социалистический* (7), *партийный*), пейоративным (*советский* (11), *совдеповский* (9), *старый*, *страшный*) и мелиоративным значением (*качественный*, *дружественный*, *здоровый*, *родной*, *правильный*, *надежный*). Ассоциации с прилагательным показывают знание студентами исторических реалий и свидетельствуют об успешно пройденном ими курсе отечественной истории: среди наиболее частотных сочетаний – *Советский Союз* (23), *советская власть* (14), *советская республика* (6), *советский народ* (5).

Слова с бытовой семантикой демонстрируют ассоциативные ощущения от эпохи и пространства через вещно-предметную сферу: *дом и хлеб* (*русский*), *сыр и шоколад* (*российский*), *учебник*, *торт*, *пломбир* (*советский*). Это означает, что понятия освоены не только на уровне абстрактной, понятийной лексики, но и на уровне конкретных, бытовых представлений, что важно для полноты и точности функционирования этнонима в языке.

Сравним результаты лингвистических экспериментов, проведенных среди студенческой молодежи с разницей в 20 лет [14, с. 245–250], для выявления устойчивых и динамичных сегментов в языковом сознании респондентов через их реакцию на предъявляемые слова-стимулы

Следует констатировать, что ассоциации респондентов с этнонимом «русский / русская» демонстрируют устойчивость представлений в рамках антропоцентрического и символического подходов (*язык*, *человек*, *народ*, *культура*, *дух*, *душа*), а этатоним «российский / российская» связывают с атрибутами государственности: *Федерация*, *флаг*, *гимн*, *паспорт*. В данном случае результат исследования подтверждает наличие и актуальность в языковом сознании молодежи разных форм идентичности: национальной, этнической (*русский*) и гражданской (*российский*).

Результаты последних 2-х опросов показали большую вариативность реакций участников эксперимента по сравнению с первым, когда ответы тяготели к ассоциативным доминантам: сравним 78 % откликов «русский язык» в 2004 г., 18 % – в 2023 г. 26 % – в 2026 г. или 32 % реакций «российский флаг» в 2004 г., 9 % – в 2023 г., 13 % – в 2026 г.

Термин «русскоязычный» приобрел более отчетливые контуры в лексиконе современных студентов по сравнению с респондентами 20-

летней давности, которые в ответ на данный стимул приводили такие ассоциации, как *народ, этнос, нация, речь*. Современные студенты дают, в основном, более точные отклики: *человек, слюварь, сайт, портал*.

Понятие «советский» также укоренилось в активной лексике молодежи: адекватные ассоциации предложили большинство опрошенных, в отличие от эксперимента 2004 года, значительное количество участников которого (35%) не смогли определить значения слова. Полагая, возникшая временная дистанция дала возможность и СМИ, и лидерам общественного мнения, а значит, и молодежи взглянуть на опыт советской эпохи более спокойно, объективно и взвешенно и включить этот опыт в культурную и языковую картину мира как ее необходимый компонент. Соответственно, сократилось число языковых и когнитивных лагун в сознании студенческой молодежи.

В иностранной аудитории следует указать на два отчетливо выделившихся сегмента: только китайские студенты назвали ассоциации со словами *российский* и *советский*. Полагая, это свидетельствует не только о лучшей языковой подготовке, но и о большей исторической осведомленности китайцев, их знаниях в области политической истории России XX века и наличия субъективного, эмоционально-окрашенного отношения к ней. Их ассоциации весьма разнообразны, носят нейтральный или позитивный характер и чаще всего, за несколькими исключениями, фиксируют адекватное понимание значения предложенного этнонима. Так, *российским / российской* оказались *книга, писатель, школа, культура, флаг, гимн, государство, народ, федерация, метро, село, девушка, озеро*. Соответственно, к *советским / советской* были отнесены *люди, человек, народ, девушка, армия, солдат, наука, техника, культура, школа, жизнь, хоккеист, газета, музыка, семья, Советский Союз*. Примечательно, что этноним *советский* вошел в ряд контекстуальных синонимов с выраженным мелиоративным значением: *великий, большой, красный, хороший, супер*.

Интерпретация этнонима *русский / русская* обусловлена социокультурным статусом и речевыми возможностями респондентов-иностранцев, изучающих русский язык в российском вузе и осваивающих лексику бытового общения. Приводим ассоциативный ряд в порядке убывания частотности ответов, оставляя за его пределами единичные отклики: *еда* и ее отдельные наименования: *суп, мясо, курица, торт, огурец* и т. п. (всего 90 % упоминаний), *язык* (54),

*культура* (32), *музыка* (23), *девушка* (23), *одежда* (18), *университет* (14), *книга* (9), *страна* (9).

Образ России, судя по данным опроса, во многом соответствует распространенным гетеростереотипам [15] и опирается чаще всего на климатические (*холодная, холод, очень холодно* – всего 59), географические (*большая, очень большая, самая большая* – 50), эстетические (*красивая, очень красивая* – 41) и этические (*хорошая* – 14) параметры. В данном ассоциативном поле следует выделить отдельный сегмент, связанный с концептом культуры: *богатая культура, язык, книга, музей, Зимний дворец, театр, Санкт-Петербург*.

В число ассоциаций с мегатопонимом *Россия* вошли необычные для африканцев приметы сибирского климата (*снег, 23*) и топоним, обладающий не только политическим, но и символическим значением (*Москва, 18*).

Таким образом, представления иностранных респондентов о России отражают, по преимуществу, внешние параметры и приметы страны через призму включенного в образовательный процесс и иноязычную культуру человека. Работа с этнонимами продемонстрировала различный уровень рефлексии китайских и африканских студентов, обусловленный разной степенью знакомства с русской историей и культурой и наличием различного субъективного опыта их осмысления.

В рамках эксперимента 2026 г. российским студентам в качестве слов-стимулов также были предложены топонимы: *Россия, Советский Союз, Китай*. Наиболее частотными реакциями оказались следующие: *Россия* – *большая* (37), *великая* (28), *родная* (23), *красивая* (18), *многонациональная* (16); *Советский Союз* – *старый* (12), *сильный* (11), *строгий* (11), *развалившийся* (6), *жестокый* (6); *Китай* – *древний* (22), *большой* (8), *интересный* (8), *красивый* (8). В ответах заметно преобладание оценочных характеристик с мелиоративным значением в отношении России и Китая и с пейоративным значением в отношении Советского Союза, что связано, на наш взгляд, с имиджем СССР в современном медийном пространстве.

В качестве заключения отметим, что функционирование этнонимов в языке отражает сложные процессы социокультурной идентификации как целого народа, так и определенных социальных групп, сообществ, индивидов. Выбор и функционирование этнонимов в обществе так же, как формирование и вербальное продуцирование этнических стереотипов, их закрепленность в языковой картине мира, невозможны без субъективного переживания солидарности

сообщества, оценочных суждений, индивидуальной и коллективной саморефлексии по поводу национальной идентичности. Исследование показало, что в языковом сознании молодежи представлены разные формы идентичности (национальной и гражданской) через различение этнонима *русский* и этатонима *российский*.

Этноним выступает языковой оболочкой ментального представления об этническом сообществе и содержит, в свернутом виде, систему автостереотипов, выработанных на протяжении поколений представителями данного сообщества. Изменения в самономинации отражают процессы последовательного реформирования или внезапного слома, происходящие на разных уровнях данной социальной системы.

Кроме того, выбор того или иного этнонима, адекватность его интерпретации является результатом понимания и осмысления заложенных в нем значений и ассоциаций, что напрямую зависит от социокультурных и возрастных характеристик респондентов, степени их вовлеченности в процесс индивидуального и коллективного самоопределения в культурном пространстве. Этот процесс имеет для молодежи особое значение в связи насущной необходимостью, в силу возраста, определить свое место в системе национальных, социальных, культурных, идеологических координат. Именно поэтому изучение отдельных сегментов языкового сознания молодежи представляется актуальным и перспективным направлением лингвокультурологических исследований, позволяющих увидеть в языковой картине мира контуры тех изменений, которые происходят в стране и формируют новые поколения наших соотечественников, осознающих себя частью общества, ответственной за все происходящее.

#### Список источников

1. Бреева Т. Н. Русский миф в славянском фэнтези // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. Т. 157, № 2. С. 171–180.
2. Хабибуллина Л. Ф. Национальный миф в английской литературе второй половины XX века: автореф. дис. ... докт. филол. наук: Самара, 2010. 39 с.
3. Шевлякова Д. А. К вопросу о национальной идентичности: теоретико-методологические подходы исследования // Культура и цивилизация. 2018. Т. 8, № 1А. С. 248–256.
4. Хабибуллина Л. Ф. Национальный миф в современной английской литературе // Вестник Татарского государственного гуманитарно-педагогического университета. 2010. № 2(20). С. 183–187.
5. Исина Г. И. О роли этнонима в процессе стереотипизации // Международный журнал прикладных

и фундаментальных исследований. 2015. № 9–4. С. 726–729; URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=7583> (дата обращения: 02.01.2026).

6. Маслова А. В. Лингвокультурология. М.: Издательский центр «Академия», 2001. 208 с.

7. Васильев А. Д., Васильева С. П. Русский – российский? Вопрос идентификации и самоидентификации // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева (Вестник КГПУ). 2020. № 1(51). С. 152–160.

8. Степанова Г. С. Особенности этнической идентичности русских: проблемы и перспективы исследования // Социальная психология и общество. 2012. № 4. С. 41–52.

9. Теленков А. В. О соотношении наименований русские и россияне: история, современность и перспективы // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения РАН. 2008. Вып. 8. С. 326–340.

10. Тхакахов В. Х. Конструирование российской идентичности: ресурсы русского // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика. 2012. № 3. С. 251–255.

11. Боргоякова Т. Г. Психолингвистические аспекты формирования этнической и российской идентичности // Вопросы психолингвистики. 2017. № 33. С. 19–31.

12. Лукина А. В. Социокультурные технологии формирования национальной идентичности: Историко-методологический аспект: автореф. дис. ... канд. культурологии: Екатеринбург, 2004. 26 с.

13. Ожегов С. И. Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка; 80000 слов и фразеологических выражений. М.: АЗЪ, 1995. 928 с.

14. Отургашева Н. В. Традиционные смыслы и новые значения в языке и культуре: языковая картина мира в условиях социокультурной модернизации общества // Традиционное сознание: проблемы реконструкции. Выпуск 9. Томск: Издательство научнотехнической литературы, 2004. С. 240–253.

15. Тиханович А. Н., Тиханович А. К. «Умом Россию не понять...»: авто- и гетеростереотипы. // Вестник Череповецкого государственного университета, 2014, № 6. С. 80 – 83.

#### References

1. Breeva, T. N. (2015). *Russkii mif v slavyanskom fentezi* [Russian Myth in Slavic Fantasy]. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*. T. 157. No. 2, pp. 171–180. (In Russian)
2. Khabibullina, L. F. (2010). *Natsional'nyi mif v angliiskoi literature vtoroi poloviny XX veka: avtoref. dis. ... dokt. filol. nauk* [National Myth in English Literature of the Second Half of the Twentieth Century: Doctoral Thesis Abstract]. Samara, 39 p. (In Russian)
3. Shevlyakova, D. A. (2018). *K voprosu o natsional'noi identichnosti: teoretiko-metodologicheskie podkhody issledovaniya* [On the Issue of National Identity: Theoretical and Methodological Approaches to Research]. *Kul'tura i tsivilizatsiya*. T. 8. No. 1A, pp. 248–256. (In Russian)

4. Khabibullina, L. F. (2010). *Natsional'nyi mif v sovremennoi angliiskoi literature* [National Myth in Modern English Literature]. Vestnik Tatarskogo gosudarstvennogo gumanitarno-pedagogicheskogo universiteta. No. 2(20), pp. 183–187. (In Russian)
5. Isina, G. I. (2015). *O roli etnonima v protsesse stereotipizatsii* [On the Role of Ethnonym in the Process of Stereotyping]. Mezhdunarodnyi zhurnal prikladnykh i fundamental'nykh issledovaniy. No. 9–4, pp. 726–729. URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=7583> (accessed: 02.01.2026). (In Russian)
6. Maslova, A. V. (2001). *Lingvokul'turologiya* [Linguoculturology]. 208 p. Moscow, Izdatel'skii tsentr "Akademiya". (In Russian)
7. Vasil'ev, A. D. (2020). *Russkii - rossiiskii? Vopros identifikatsii i samoidentifikatsii* [Russian - Rossiskiy? A Question of Identification and Self-Identification]. Vestnik Krasnoyarskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. V. P. Astaf'eva (Vestnik KGPU). No. 1(51), pp. 152–160. (In Russian)
8. Stepanova, G. S. (2012). *Osobennosti etnicheskoi identichnosti russkikh: problemy i perspektivy issledovaniya* [Peculiarities of Ethnic Identity of Russians: Problems and Prospects of Research]. Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo. No. 4, pp. 41–52. (In Russian)
9. Telenkov, A. V. (2008). *O sootnoshenii naimenovaniy russkie i rossiyane: istoriya, sovremennost' i perspektivy* [On the Relationship between the Names "Russians" and "Rossiyane": History, Modernity, and Prospects]. Nauchnyi ezhegodnik Instituta filosofii i prava Ural'skogo otdeleniya RAN. Vyp. 8, pp. 326–340. (In Russian)
10. Tkhakakhov, V. Kh. (2012). *Konstruirovaniye rossiiskoi identichnosti: resursy russkogo* [Constructing Russian Identity: Resources of Russian]. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya 12. Psikhologiya. Sotsiologiya. Pedagogika. No. 3, pp. 251–255. (In Russian)
11. Borgoyakova, T. G. (2017). *Psiholingvisticheskie aspekty formirovaniya etnicheskoi i rossiiskoi identichnosti* [Psycholinguistic Aspects of the Formation of Ethnic and Russian Identity]. Voprosy psiholingvistiki. No. 33, pp. 19–31. (In Russian)
12. Lukina, A. V. (2004). *Sotsiokul'turnye tekhnologii formirovaniya natsional'noi identichnosti: Istoriko-metodologicheskii aspekt: avtoreferat dis. ... kand. kul'turologii* [Sociocultural Technologies for the Formation of National Identity: Historical and Methodological Aspect: Ph.D. Thesis Abstract]. Ekaterinburg, 26 p. (In Russian)
13. Ozhegov, S. I., Shvedova, N. Yu. (1995). *Tolkovyi slovar' russkogo yazyka; 80000 slov i frazeologicheskikh vyrazhenii* [Explanatory Dictionary of the Russian Language; 80,000 Words and Phraseological Expressions]. 928 p. Moscow, AZ. (In Russian)
14. Oturgasheva, N. V. (2004). *Traditsionnye smysly i novye znacheniya v yazyke i kul'ture: yazykovaya kartina mira v usloviyakh sotsiokul'turnoi modernizatsii obshchestva* [Traditional Meanings and New Meanings in Language and Culture: The Linguistic Picture of the World in the Context of Socio-Cultural Modernization of Society]. Traditsionnoe soznanie: problemy rekonstruktsii. Vypusk 9, pp. 240–253. Tomsk, Izdatel'stvo nauchno-tekhnicheskoi literatury. (In Russian)
15. Tikhanovich, A. N., Tikhanovich, A. K. (2014). *"Umom Rossiyu ne ponyat'...": avto- i heterostereotipy* ["You Can't Understand Russia with Your Mind...": Auto- and Hetero-Stereotypes]. Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta. No. 6, pp. 80–83. (In Russian)

The article was submitted on 16.05.2026

Поступила в редакцию 16.05.2026

**Отургашева Наталья Вадимовна,**  
кандидат филологических наук,  
доцент,  
Сибирский институт управления –  
Филиал РАНХиГС,  
630102, Россия, Новосибирск,  
Нижегородская, 6.  
oturgasheva-nv@ranepa.ru

**Oturgasheva Natalya Vadimovna,**  
Ph.D. in Philology,  
Associate Professor,  
Siberian Institute of Management –  
Branch of the RANEPa,  
6 Nizhegorodskaya Str.,  
Novosibirsk, 630102, Russian Federation.  
oturgasheva-nv@ranepa.ru