



УДК 811.161.1'373.613:811.111

DOI 10.31483/r-156165

АГНОНИМЫ-АНГЛИЦИЗМЫ КАК КОММУНИКАТИВНАЯ ПРОБЛЕМА

Кочкарева Ирина Витальевна

канд. филол. наук, доцент

ФГАОУ ВО «Пермский государственный
национальный исследовательский университет»

г. Пермь, Российская Федерация

<https://orcid.org/0000-0003-2288-7434>, e-mail: ikochkareva@yandex.ru

***Аннотация:** настоящая статья посвящена изучению агнонимов английского происхождения в современном русском языке. Обозначенный пласт заимствований часто является непонятной или малопонятной для большинства, а потому может стать причиной коммуникативных сбоев. В результате таких ошибок партнеры по коммуникации болезненно осознают разницу между собой в плане образования, воспитания, опыта общения, восприятия картины мира. Материалом исследования послужили примеры из общих новостных чатов в мессенджерах, объявлений на информационных панелях в общественном транспорте и других общественных местах г. Перми, а также телевизионных передач. Отобранный материал также был использован в ассоциативных экспериментах. Респонденты представляли разные возрастные группы. В работе использовались общенаучные методы исследования — описательный, сравнительно-сопоставительный, а также опрос и анкетирование. Особое внимание в исследовании было уделено проблеме частичной агнонимии, при которой говорящий считает, что понимает значение лексической единицы, а в действительности использует ее неверно. В ходе анализа были выявлены основные факторы, влияющие на семантическую адаптацию англицизмов в лексиконе языковой личности, а также способы профилактики агнонимических ошибок.*

***Ключевые слова:** агноним, неологизм, англицизм, заимствованная лексика, коммуникативная неудача.*

AGNONYMS-BORROWINGS FROM ENGLISH AS A COMMUNICATIVE PROBLEM

Kochkareva Irina Vitalevna

candidate of philological sciences, associate professor

Perm State National Research University

Perm, Russian Federation.

<https://orcid.org/0000-0003-2288-7434>, e-mail: ikochkareva@yandex.ru

Abstract: *this article examines agnonyms of English origin in modern Russian. This layer of borrowings is often unclear or obscure to most people, and can therefore cause communication breakdowns. As a result of such errors, communication partners become acutely aware of differences in education, upbringing, communication experience, and worldview. The study's material includes examples from shared news chats on instant messengers, announcements on information panels on public transportation and other public spaces in Perm, and television broadcasts. The selected material was also used in associative experiments. Respondents represented different age groups. General scientific research methods were used in the study—descriptive, comparative, survey, and questionnaire. Particular attention was paid to the problem of partial agnonymy, in which the speaker believes they understand the meaning of a lexical unit, but in fact uses it incorrectly. During the analysis, the main factors influencing the semantic adaptation of Anglicisms in the lexicon of a linguistic personality, as well as methods for preventing agnonymic errors, were identified.*

Keywords: *agnonym, neologism, Anglicism, English borrowing, communicative failure.*

Введение

Агноним (др.-греч. ἀ- ‘не’, γνῶσις ‘знание’, ὄνομα ‘имя’) — лексическая единица, которая неизвестна или непонятна большинству носителей языка в тот или

иной период его истории. Агнонимами могут быть устаревшие слова, неологизмы, слова, относящиеся к каким-либо профессиональным или социальным жаргонам, сленгу, диалектам.

Впервые агнонимы стали объектом изучения лингвистов в 1990 гг. Языковеды В. В. Морковкин и А. В. Морковкина дали первое определение агнонимов, которое остается актуальным до сих пор: «Агнонимы — это совмещенная единица лексической системы, представляющая собой совокупность лексических и фразеологических единиц родного языка, которые неизвестны, непонятны или малопонятны многим его носителям»¹.

К агнонимам традиционно относят лексику пассивного фонда (историзмы, архаизмы, редкие слова), заимствованную лексику (как новейшую, так и освоенную, включая модные слова), специальную лексику (термины). По мнению исследователей, агнонимия представляет собой антропоцентрическую категорию, отражающую меру незнания своего родного языка его носителями².

Агнонимия — сложное явление, которое можно изучать в разных аспектах: когнитивном, коммуникативном, лингвокультурологическом, ортологическом, лингводидактическом и т. п. Так, в рамках когнитивного подхода может проводиться экспериментальное изучение языковой способности индивида. Целью таких исследований часто становится выявление дефектной структуры лексической единицы в индивидуальном лексиконе конкретной или совокупной языковой личности [Миронова, 2025]³. Коммуникативный подход предполагает исследова-

¹ Морковкин В. В., Морковкина А. В. Русские агнонимы (Слова, которые мы не знаем). Москва : Институт русского языка им. А. С. Пушкина ; Институт русского языка им. В. В. Виноградова, 1997. С. 106.

² Мандрикова Г. М. От орфографии к агнонимии (к вопросу о причинах орфографических неудач) // Экология языка и коммуникативная практика. 2017. № 3. С. 40–47.

³ См. также: Зыбина Н. П. Явление агнонимии в лексиконе языковой личности: экспериментальное исследование // Мир науки, культуры, образования. 2013. № 4. С. 57–59; Савина Е. О. Агнонимы в языке и в тексте // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2014. № 2. С. 291–295.

дование зон коммуникативного риска при столкновении носителей языка с незнакомой или малопонятной лексикой⁴. Ортологические исследования посвящены анализу узуального ослабления лексико-семантических норм⁵. Лингвокультурологи обращают внимание на несовпадение тезаурусов различных языковых личностей из-за их принадлежности к разным социальным группам [Буряк, 2025]. Исследования, выполненные в рамках лингводидактики, посвящены таким проблемам как определение зон агнонимического риска при работе с учащимися разных возрастов⁶ [Вилкова, 2022; Милованова, Зенкова, 2024], при этом агнонимия рассматривается как одна из причин орфографических неудач учащихся⁷. Немало работ посвящено изучению агнонимов-архаизмов и историзмов в произведениях отечественных и зарубежных авторов⁸. В ряде исследований анализируются агнонимы на материале других языков, в частности, японского и французского⁹, арабского¹⁰ и китайского [Ингул, 2025]. Авторы также анализируют место агнонимов в лексической системе языка [Касымова, 2021; Игнатьева,

⁴ Черняк В. Д. Агнонимы в лексиконе языковой личности как источник коммуникативных неудач // Русский язык сегодня : сборник статей. Москва : Азбуковник, 2003. Выпуск 2. С. 295–304; Мандрикова Г. М. Агнонимия как коммуникативная проблема // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2011. № 4. С. 236–245; Страхова О. А. К вопросу об определении понятий «коммуникативный риск» и «зона коммуникативного риска» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 9–2. С. 150–153.

⁵ Голев Н. Д. Современная русская ортология: концепция, содержание и программа курса на филологическом факультете // Человек — коммуникация — текст : сборник статей. Барнаул : Алтайский государственный университет, 2002. С. 215–232.

⁶ Авдонина А. Ю. Организация словарно-семантической работы в начальной школе на основе определения словаря зон агнонимического риска // Самарский научный вестник. 2019. Том 8, № 3. С. 248–250; Мандрикова Г. М. Агнонимия как нарушение лексико-семантической нормы (анализ учебников «Русский язык и культура речи») // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. 2011. № 23. С. 188–192; Иванова Н. К., Костина Е. В., Меркулова Н. Е. Русский и английский языки в культурно-когнитивном пространстве русскоязычных студентов: опыт устранения агнонимов // Русское слово в многоязычном мире : материалы XIV конгресса МАПРЯЛ (Нур-Султан, Казахстан, 29 апреля – 3 мая 2019 г.). Нур-Султан, 2019. С. 448–452.

⁷ Мандрикова Г. М. От орфографии к агнонимии (к вопросу о причинах орфографических неудач) // Экология языка и коммуникативная практика. 2017. № 3. С. 40–47; Глазкова С. Н. Агнонимия как причина орфографической беспомощности выпускника школы // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 6. С. 47–54.

⁸ Ершов Д. И. Агнонимические ряды в трагедии У. Шекспира «Юлий Цезарь» // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. 2018. № 4. С. 35–45; Ершов Д. И. Агнонимические кластеры в трагедии У. Шекспира «Макбет» // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2019. Том 1, № 1. С. 29–38; Ершов Д. И. Классификация агнонимов в пьесе У. Шекспира «Король Лир» // Современные исследования социальных проблем. 2019. Том 11, № 1–1. С. 130–148.

⁹ Бубнова А. С. Нарушение «полярности» как одна из причин агнонимических ошибок в речи носителей японского языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 1–2. С. 93–95; Бубнова А. С. К вопросу об агнонимических ошибках: несколько слов о паронимах в современном французском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 10–2. С. 60–62.

¹⁰ Вахтель Н. М., Карим Хелан М. Арабизмы-агнонимы в русском языке // Культура общения и ее формирование (Воронеж, 16–17 апреля 2001 г.). Воронеж : Полиграф, 2001. Выпуск 8. С. 120–121.

2022], пытаются определить причины появления лексических лакун и агнонимов [Буряк, 2025], изучают возможности повышения речевой культуры носителей русского языка [Жиглий, Зливко, Липовая, 2025].

Материалы и методы исследований

Материалом настоящего исследования послужили агнонимы иноязычного происхождения, прежде всего английского, которые не имеют в словарях стилистических помет, т. е. относятся к общелитературной нейтральной лексике.

Данное исследование проведено в рамках коммуникативного подхода. Основными методами исследования послужили опрос и контекстный анализ.

Наш анализ был проведен в несколько этапов. На первом этапе были отобраны лексические единицы, которые с большей долей вероятности могли быть непонятны или малопонятны многим носителям русского языка. Источники примеров подбирались таким образом, чтобы их предполагаемая целевая аудитория была достаточно широкой и включала все возрастные и социальные группы без ограничений. Так, примеры были собраны из общих новостных чатов в мессенджерах «Telegram», «Мах», из объявлений на информационных панелях в общественном транспорте и других общественных местах, телевизионных передач. Всего было отобрано 38 лексических единиц. Второй этап представлял собой экспериментальную часть исследования. Созданная выборка примеров предъявлялась разным возрастным группам: школьникам, студентам, людям среднего возраста, пенсионерам. Респонденты классифицировали лексические единицы по следующим категориям: 1) совсем не понимаю это слово; 2) приблизительно понимаю, из какой сферы слово; 3) в контексте могу понять общий смысл слова; 4) понимаю значение слова, могу объяснить, но не употребляю это слово; 5) знаю слово и использую в речи.

Результаты исследования и их обсуждение

Для успешной коммуникации необходимо, чтобы языковые единицы, используемые партнерами по общению, обладали общим содержательным наполнением. Такое совпадение объемов содержания Г. М. Мандрикова называет точками коммуникативного согласования. По ее мнению, отсутствие подобных точек характеризует ситуацию столкновения носителей языка с агнонимиами¹¹.

Нередко причиной коммуникативных неудач является частичная агнонимия, поскольку она порождает иллюзию понятности. Частичная агнонимия связана с несоответствием чьего-либо понимания смысла слова его действительному содержанию при уверенности в правильном понимании этого слова. Примером частичной агнонимии может служить использование слова *хайповый* в гороскопе, предлагаемом на медиапанели в городском автобусе: *Стрельцы. У вас сегодня весь день будет хайповое настроение. Хайповый* (англ. *hype* ‘шумиха, ажиотаж, навязчивая реклама’) — модный, популярный, вызывающий сильный интерес или искусственно раздутый ажиотаж. Как видим, составители гороскопа неточно трактуют значение данного прилагательного: оно не подходит для описания настроения. При опросе респондентов выяснилось, что не все понимают, о каком настроении говорится в гороскопе — хорошем или плохом. Слово, использованное в неподходящем контексте, вызвало непонимание даже у тех носителей языка, которые знают и правильно понимают его в других контекстах.

Эксперты системы СКАН, занимающиеся мониторингом средств массовой информации, отмечают, что новые слова приходят в язык из самых разных источников — от молодежного сленга и интернет-мемов до профессионального жаргона. Современные медиа позволяют увидеть, когда термин перестает быть нишевым и выходит за пределы узкого профессионального круга. На появление новых популярных слов влияет также экспансия в разговорную речь слов, связанных с популярной психологией, и распространение мемов.

¹¹ Мандрикова Г. М. Агнонимия как коммуникативная проблема // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2011. № 4. С. 244.

В 2025 г. орфографический словарь Института русского языка им. В. В. Виноградова Российской академии наук пополнился 921 словарной статьей. В словарь вошли, например, такие слова как *эмодзи* ‘графический язык идеограмм, используемый в электронных сообщениях для передачи эмоций, действий и состояний’, *чекан* ‘комплексное, быстрое профилактическое обследование организма, направленное на выявление заболеваний на ранних стадиях’, *капча* ‘процедура проверки, где пользователь вводит текст с картинки, выбирает изображения или решает задачу, чтобы подтвердить, что он человек, а не робот’. Обновления опубликованы на платформе «Академос».

Как показывает анализ неологизмов, официально зафиксированных в словарях русского языка, подавляющее большинство новых лексических единиц представляют собой англицизмы.

Приведем некоторые примеры из нашей выборки:

вайб (англ. *vibe* из *vibration* ‘вибрация, вибрирование’ — атмосфера, настроение, энергетика или ощущение, исходящее от человека, места, музыкального трека или события; в 2024 г. слово было признано самым популярным: *Вот это был вайб!* (об атмосфере, которая царил на съемочной площадке в процессе создания фильма из интервью с актером);

дроппер (англ. *drop* ‘сбрасывать, уронить, оставлять’) — сленговое слово, обозначающее подставное лицо, которое «сбрасывает» (переводит или обналичивает) незаконно полученные деньги, помогая мошенникам замести следы: *Теперь вы — дроппер. Это карается законом. В 2025 году в РФ был принят закон о дропперах* (сюжет о мошенниках на медиапанели в общественном транспорте);

инсайт (англ. *insight* ‘интуиция, понимание или проницательность’ — озарение, неожиданная догадка: *Коллеги, делюсь инсайтами* (из кафедрального чата). Данное существительное некоторые путают с похожим словом *инсайд* (англ. *inside* ‘внутри’), которое означает внутреннюю, конфиденциальную информацию, скрытую от широкой публики;

кликбейт (англ. *click* ‘щелчок, нажатие кнопки мыши’, *bait* ‘наживка, приманка’) — метод создания сенсационных, часто недостоверных заголовков, цель

которых заставить пользователя щелкнуть по предлагаемой ссылке: *Чем больше в погоне за кликбейтом «подсвечивают» нынешнего идиота, тем заманчивее это для других* (о том, что не следует распространять в сетях комментарии по поводу стрельбы в учебном заведении, создавая таким образом рекламу преступнику, А. Шейнин, Телеграм);

косплеить (англ. *costume* ‘костюм’ и *play* ‘играть’) — детальное перевоплощение в персонажей компьютерных игр, кинематографа, литературы, комиксов, аниме и манги; процесс создания костюма, макияжа, аксессуаров и обязательного воспроизведения характера, пластики тела и мимики выбранного героя: *В целом мне нравится идея косплеить европейцев* (А. Шейнин, Мах);

слот (англ. *slot* ‘щель, паз, отверстие’) — место для встречи, доставки или регистрации, ячейка или позиция для чего-либо: *Временные слоты: будни — с 12.00 до 15.00; выходные — с 10.00 до 13.00* (из объявления в новостном канале о начале работы Пермской галереи в новом помещении);

триггер (англ. *trigger* ‘пусковой крючок, служить пусковым механизмом’) — стимул, вызывающий резкую реакцию, затем слово трансформировалось в глагол *триггернуть* ‘вызвать внезапную эмоциональную или поведенческую реакцию’: *Собеседование! Оговорки! Минус балл! Теперь, когда вы триггернулись, мы вас успокоим: оговорки — это нормально!*» (телеграм-канал «Королева. Русский язык в порядке»).

Англицизмы проявляют высокую степень интеграции в язык-рецептор. Об этом свидетельствует их словообразовательная активность. Некоторые лексические единицы образовали целые гнезда однокоренных слов: *хайп, хайповый, хайпануть, хайпить, хайпушник, хайпожор, антихайп; триггер, триггерить, триггернуть, триггернуться; вайб, вайбово, повайбить, вайбовый*. Другие лексические единицы продолжают оставаться нишевыми, т. е. пока употребляются узким кругом носителей и остаются малопонятными или совсем непонятными большинству говорящих. К таким можно отнести, например, глагол *копипастить* — от англ. глаголов *copy* ‘копировать’ и *paste* ‘вставить’: *Я покопипастила и написала реферат за ночь* (из разговора студентов).

В экспериментальной части нашего исследования мы попытались выяснить, насколько новая лексика, вошедшая в словари русского языка за последнее время, знакома и понятна представителям разных возрастных групп. В целом в эксперименте участвовали старшеклассники 14–17 лет, студенты 19–22 лет, люди среднего возраста 30–50 лет, пожилые люди старше 60 лет. Среди респондентов оказались люди в диапазоне от 14 лет до 91 года. На первом этапе им были предъявлены отдельные слова без контекста. Их было нужно распределить на следующие категории: а) совсем не понимаю слово; б) приблизительно понимаю, из какой сферы слово; в) понимаю слово и могу объяснить его значение, но не использую его в речи; при этом респондентов просили пояснить значение тех лексических единиц, которые казались им понятными; г) знаю слово и использую его в речи.

На втором этапе лексические единицы, попавшие в категории а и б, предъявлялись в контексте. При этом респондентам было предложено выбрать один из двух ответов: а) даже в контексте не понимаю это слово; б) в контексте могу понять общий смысл. Подавляющее большинство участников эксперимента изучали английский язык. Часть респондентов составила контрольную группу. В нее вошли те, кто вообще не изучал английский язык или изучал его недолгое время как второй иностранный.

В результате эксперимента никто из респондентов не продемонстрировал стопроцентное знание всех предъявленных лексических единиц. Приблизительно одна треть ответов свидетельствовала о частичной агнонии: участники опроса заявляли, что знают и понимают конкретные слова, но не смогли четко и ясно пояснить их значение. Примерами таких слов являются *апрувнуть*, *инсайт*, *кликбейт*, *олкать*, *флуд*, *флудить*.

Респонденты, владеющие английским языком, испытывали меньше затруднений с пониманием и объяснением предъявленной лексики, вошедшей из английского языка. Однако они не смогли понять и пояснить слова немецкого происхождения. Например, затруднение вызвало слово *рауш* (нем. *Rausch* ‘опьянение; шум; восторг’), которое чаще всего используется в медицине: *рауш-наркоз*

‘кратковременный, быстрый и неглубокий общий наркоз’: *И ты весь такой «потрясенный» уже сквозь пелену рауша читаешь новость...* (А. Шейнин, Телеграм).

Мы намеренно добавили в свою выборку несколько лексических единиц, не являющихся англицизмами, чтобы проверить такую гипотезу, как знание иностранных языков, например, английского, помогает носителям русского языка расшифровать незнакомую и малопонятную лексику иноязычного происхождения. Данная гипотеза была подтверждена экспериментом. Думается, что это может стать дополнительной мотивацией для изучения иностранных языков в современном мире. На недостаточное владение иностранными языками как одну из причин агнонимических затруднений указывает, в частности, Е. И. Макарова¹².

Что касается возрастных параметров, опрос позволил выявить следующее. Меньше всего затруднений с пониманием предъявленной лексики испытывали респонденты в возрасте от 19 до 22 лет. По-видимому, студенты более восприимчивы к модной лексике, которую активно используют в своей речи. Респонденты среднего возраста склонны к пассивному восприятию новой лексики, они понимают значение большинства предъявленных лексических единиц, но не всегда используют их в речи. Что касается людей пожилого возраста, для них важную роль играет описание ситуации, в которой использовалось то или иное слово. Подавляющее большинство респондентов из этой возрастной группы смогли понять приблизительное значение новых слов только с опорой на контекст.

Помимо возраста, большую роль при попадании в зону агнонимического риска играют такие факторы, как образование, общий кругозор, эрудиция, разнообразность интересов, социальная и профессиональная принадлежность языковой личности. На сегодняшний день можно выделить три сферы, которые являются основными источниками новой лексики, пополняющей пласт агнонимов русского языка: цифровая коммуникация, реклама и компьютерные технологии. Люди, активно взаимодействующие в социальных сетях и мессенджерах, без

¹² Макарова Е. И. Указанное сочинение.

труда осваивают новую лексику, отражающую реалии общения в цифровом пространстве. Основной массив этой лексики имеет английские корни. Сфера рекламы также расширяет словарный запас носителей русского языка, но при этом не вся рекламная лексика попадает в активный словарь говорящих. То же можно сказать об англицизмах компьютерной сферы. Безусловно, выборка исследуемого материала и репрезентативность полученных результатов носят субъективный характер, поскольку агнонимичность для разных носителей языка неодинакова.

Выводы

Явление агнонимии, несомненно, требует дальнейшего изучения. Агнонимические ошибки часто приводят к коммуникативному сбою, непониманию, недостижению целей общения. Более того, в результате таких ошибок партнеры по коммуникации болезненно осознают разницу между собой в плане образования, воспитания, опыта общения, восприятия картины мира.

Одним из путей преодоления барьеров на пути успешного общения является изучение иностранных языков, в особенности английского, поскольку большинство лексических единиц, незнакомых или малопонятных носителям русского языка, имеют английское происхождение.

Список литературы

1. Буряк Н. Ю. Лакуны и агнонимы в иностранном языке как феномены межкультурной коммуникации // Вестник Академии маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ. 2025. № 4 (104). С. 28-30. EDN APEYQS
2. Вилкова А. В. Технологии выявления агнонимов в процессе изучения лексики в школе // *Linguistica Juvenis*. 2022. № 24. С. 39-45. EDN LGPJON
3. Жиглий Ю. В., Зливко С. Д., Липовая С. А. Об изучении терминологической агнонимии (на материале корпусов и словарей) // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2025. Том 21. № 3. С. 87-91. DOI 10.22213/2618-9763-2025-3-87-91. EDN KATTXF

4. Игнатъева Т. В. Агноним как часть активного словарного запаса // Уголовно-исполнительная система на современном этапе с учетом реализации Концепции развития уголовно-исполнительной системы Российской Федерации на период до 2030 года : сборник тезисов выступлений и докладов участников Международной научно-практической конференции по проблемам исполнения уголовных наказаний (Рязань, 17–18 ноября 2022 г.). Том 2. Рязань : Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний, 2022. С. 1548-1550. EDN HUZGEV

5. Ингул В. В. Англицизмы как агнонимы в русском и китайском языках: культурные перекрестки // Актуальные проблемы изучения русского языка в поликультурной среде : материалы Международной научно-практической конференции (Красноярск, 13–15 февраля 2025 г.). Красноярск : Красноярский государственный педагогический университет им. В. П. Астафьева, 2025. С. 125-128. EDN WKYBKK

6. Касымова О. П. Агнонимы в лексической системе языка // Исследования по семантике : межвузовский научный сборник с международным участием, посвященный 95-летию доктора филологических наук профессора Башкирского государственного университета Л. М. Васильева (Уфа, 29 ноября 2021 г.). Выпуск 27. Уфа : Башкирский государственный университет, 2021. С. 99-105. DOI 10.33184/ips-2021.14. EDN LLMMIA

7. Милованова Л. А., Зенкова Е. Е. Обогащение словарного запаса младших школьников на уроках русского языка посредством агнонимов // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2024. № 2 (62). С. 50-59. DOI 10.52772/25420291_2024_2_50. EDN JCTTUU

8. Миронова Д. М. О когнитивных стратегиях семантизации агнонимов (на материале русского языка) // Когнитивные исследования языка. 2025. № 2-1 (63). С. 542-547. EDN UHSYEA

References

1. Buryak, N. Yu. (2025). Lexical gaps and agnonyms in a foreign language as phenomena of cross-cultural communication. *The Tribune of IMSIT*, 4(104), 28-30. EDN: APEYQS

2. Vilкова, A. V. (2022). Technologies for identifying anonymous people in the process of learning vocabulary at school. *Linguistica Juvenis*, 24, 39-45. EDN: LGPJOH

3. Zhiglyy, J. V., Zlivko, S. D., Lipovaya, S. A. (2025). On the study of terminological agnonymy (based on the material of corpora and dictionaries). *Social'no-e'konomicheskoe upravlenie: teoriya i praktika*, 21(3), 87-91. EDN: KATTFX. <https://doi.org/10.22213/2618-9763-2025-3-87-91>

4. Ignatieva, T. V. (2022). Agnonym as part of active lexicon. The contemporary penal system and the implementation of the Concept for the Development of the Penal System of the Russian Federation for the Period up to 2030: proceedings of International scientific and practical conference on the problems of execution of criminal penalties (Ryazan, November 17-18, 2022), 2, 1548-1550. EDN: HUZGEV

5. Ingul, V. V. (2025). Anglicisms as agnonyms in Russian and Chinese: Cultural crossroads. Current issues of studying the Russian language in a multicultural environment: proceedings of the International scientific and practical conference (Krasnoyarsk, February 13-15, 2025), 125-128. EDN: WKYBKK

6. Kasymova, O. P. (2021). Agnonyms within the lexic system of language. Research in Semantics: an interuniversity research collection with international participation, dedicated to the 95th anniversary of Leonid Mikhailovich Vasiliev, Doctor of Philology, Professor at Bashkir State University (Ufa, November 29, 2021), 27, 99-105. EDN: LLMMIA. <https://doi.org/10.33184/ips-2021.14>

7. Milovanova, L. A., Zenkova, E. E. (2024). Enriching the vocabulary of junior students in Russian lessons through agnonyms. *Journal of Shadrinsk State Pedagogical University*, 2(62), 50-59. EDN: JCTTUU. https://doi.org/10.52772/25420291_2024_2_50

8. Mironova, D. M. (2025). Towards cognitive strategies of semanticizing ag-nonyms (based on the Russian language material). *Cognitive studies of language*, 2-1(63), 542-547. EDN: UHSYEA