

現代 中國語 新造語의 造語 類型 分析 - 漢字의 特性을 中心으로 -

윤 창 준*

〈국문요약〉

중국 역사 21세기 이후 급속한 사회적·문화적 변화와 발전을 겪으면서 이에 따라 새로운 사회현상이 출현하고 새로운 문물이 만들어지고 있다. 더욱이 인터넷 사용의 빠른 증가로 직관적이고 함축적인 의사전달의 필요성도 높아지면서 새로운 신조어가 대량으로 생성되고 있다. 본고는 2000년 이후 새로 생성된 중국의 신조어를 대상으로 어떠한 방식으로 신조어를 만들어 내는가, 즉 신조어의 造語방식을 분석하였다. 분석 결과 현대 중국어 신조어의 造語 유형은 크게 다섯 가지로 구분됨을 알 수 있었다.

첫째는 표의문자인 한자의 의미와는 상관없이 외래어의 발음만을 유사하게 나타내도록 한자를 조합하여 造語된 신조어 유형이고, 둘째는 해외에서 유입된 사회·문화 현상을 지칭하기 위하여 신조어를 만들면서 외국어의 발음과는 무관하게 의미만을 살려 造語된 신조어 유형, 셋째는 형태론적으로 일반 어휘의 造語 방식과 유사하게 명사성 성분을 나열하거나, 동사+목적어, 형용사+명사, 관형어+명사의 구조로 造語된 신조어 유형, 넷째는 二代, 迷, 控, 族, 門 등 특정 의미를 나타내는 접미사나 준접미사 성분을 부가하여 造語된 신조어 유형, 그리고 다섯째는 諧音 현상을 이용하여 造語된 신조어 유형이다.

이상의 유형 분석을 통하여 표의문자인 한자를 통하여 중국인들이 새로운 사회적·문화적 변화와 새로운 현상이나 문물을 지칭하는 신조어를 어떻게 만들어내는가를 알 수 있었다. 이러한 연구는 향후 신조어의 함의를 보다 정확하고 구체적으로 파악함으로써 궁극적으로는 이러한 신조어를 造語하고 사용하는 중국 사람들의 사유체계를 이해하는 데에도 도움이 될 것으로 기대한다.

주제어: 현대 중국어, 신조어, 조어 유형, 한자, 표의문자

* 계명대학교 중국학전공 교수 (cjyoon@kmu.ac.kr)

1. 들어가는 말

문자가 만들어지기 이전 인류는 먼저 의사소통을 위한 도구가 필요하였고, 중국의 경우 매듭 문자인 結繩이나 나무에 그림을 새긴 書契와 같은 것을 통하여 기억의 보조적 수단으로 사용하였다. 이후 점차 사실적인 그림이 형상화·추상화되는 과정을 거치면서 상형의 방법으로 처음 한자를 만들었다.

즉 한자는 처음 만들 때 언어의 발음을 나타내는 부호를 문자로 삼은 것이 아니라 언어의 의미가 나타내는 형상을 취하여 문자로 삼았다. 이런 문자를 표의문자라고 하며, 한자는 대표적인 표의문자이다(이규갑 외, 2014: 102).

한자의 특성으로 인해 중국어는 문자학적, 음운학적, 훈고학적, 어법적 특징을 가지게 되었다. 즉 매 글자마다 고유의 字形, 字音, 字意를 지니기 때문에 주어의 성, 수나 문장성분의 격, 문장의 시제 등이 달라져도 문자의 형태에 변화가 발생하지 않는 고립어(Isolating Language)가 되었다. 또한 새로운 글자를 만들어내는 六書라는 독특한 造字방식을 이미 오래 전에 정착시켰고, 모든 한자는 六書 중의 한 방법으로 새로 만들어졌다.

언어는 사람간의 소통을 위해 만들어졌고, 언어를 기록하여 공간적·시간적 제약을 벗어나기 위하여 문자가 만들어졌다. 또한 사람간의 소통을 보다 원활히 하기 위하여 언어는 지속적으로 변화해 왔으며, 특히 언어의 한 부분인 어휘는 사회가 변화·발전되면서 지속적으로 새로운 어휘를 만들었고, 때로는 도태되어 사라지기도 했다. 즉 어휘의 변화는 어법이나 어음의 변화보다 훨씬 빠른 속도로 진행되어 왔으며, 지금도 계속 변화하고 있다.

특히 새로운 사회현상이 출현하거나 예전에 없던 새로운 문물이 발명되는 경우, 사람들은 이러한 현상 혹은 문물을 지칭할 새로운 어휘가 필요하게 되고, 이에 따라 새로운 어휘, 즉 신조어를 만들어 사용하게 된다. 즉 빠르게 변화하는 사회와 새롭게 등장하는 문물을 지칭할 적합한 어휘가 없을 경우,

사람들 간의 의사소통이 불편해지는 것을 막기 위하여 신조어는 매우 빠르게 생성되며, 일부는 지속적으로 많은 사람들에게 의해 사용되다가 정식 어휘가 되기도 하고, 일부는 잠시 일부 사람들에게 의해 쓰이다가 지칭되는 현상 혹은 사물이 사라지면서 같이 도태되어 사라지기도 한다(최환, 2004).

특히 인터넷의 사용이 많은 요즘은 새로운 신조어의 확산이 매우 빠르며, 인터넷 상에서의 의사소통을 위하여 다양한 방식으로 많은 신조어를 만들어 내기도 한다.

한국의 경우에도 해마다 셀 수 없이 많은 신조어가 생성되고 있는데, 일부는 곧 사라지기도 하고, 일부는 지속적으로 쓰이기도 한다. 표음문자라는 한국어의 특성상 새로 만들어지는 신조어는 줄임말 형태가 대부분이다. 예를 들어 '혼코노(혼자 코인 노래방)', '갑통알(갑자기 통장을 보니 알바를 해야 할 것 같다)', '슬세권(슬리퍼로 생활이 가능한 지역)', '자만추(자연스러운 만남을 추구)', '얼죽아(얼어 죽어도 아이스아메리카노)' 등 많은 신조어들이 대부분 줄임말 형태이다.

그렇다면 중국의 신조어는 어떤 방식으로 만들어질까? 본고는 최근 중국에서 만들어져 사용되는 신조어의 造語 유형을 분석하여, 표의문자인 한자의 특성이 신조어 造語 방식에 미치는 영향에 대해서 분석해 보고자 한다.

2. 신조어 造語과정에서 漢字의 장점과 단점

표의문자인 한자를 사용하는 중국어는 새로운 어휘를 만들 때 장점과 단점을 동시에 가진다.

먼저 장점은 모든 한자가 고유의 의미를 지니기 때문에, 새로운 어휘를 만들어내기가 편리하다. 즉 造語 능력이 매우 뛰어나다. 예를 들어 중국에서 최근 연상여와 연하남의 연애가 확산되면서 이를 지칭할 새로운 단어가 필요해지자 姐弟恋라는 신조어를 만들었다. 직역하면 '누나와 남동생의 사랑'이란 뜻으로, 누나라는 의미의 姐, 남동생이란 의미의 弟, 사랑이란 의미의

恋을 조합하여 신조어를 만들었다. ‘姐’, ‘弟’, ‘恋’ 세 글자 모두 고유의 의미를 지니고 있기 때문에, 이렇게 글자를 조합하면 새로운 의미를 나타내는 신조어를 쉽게 만들 수 있다.

단점은 표음기능이 다른 언어와 비교하여 매우 빈약하다는 점이다. 특히 외래어가 도입될 경우, 중국어로 표기하기 위해서는 새로운 어휘를 만들어야 한다. 예를 들어 ‘hamburger’라는 음식이 이름과 함께 도입되었을 때, 한국어와 같은 표음문자는 원어의 발음과 유사하게 ‘햄버거’라고 표기할 수 있으나, 한자는 표의문자이기 때문에 원음의 발음과 유사하게 표기하기가 어렵다. 그래서 중국에서는 햄버거를 ‘汉堡包 [hànbǎobāo]’라고 발음이 비슷한 한자를 조합하여 표기한다. 또한 코카콜라는 可口可乐 [kěkǒu kělè], 인터넷은 因特网 [yīntèwǎng], 커피는 咖啡 [kāfēi], 초콜릿은 巧克力 [qiǎokèlì] 등으로 표기한다. 이때 한자가 지니고 있는 의미는 새로운 어휘의 의미와 전혀 상관이 없으며 다만 한자의 발음만 결합하여 외래어의 발음을 유사하게 나타내는 표음성분으로만 쓰게 된다.

그러나 모든 외래어를 이와 같은 방식으로 표기할 수는 없기 때문에 최근 중국에서는 외래어의 발음과는 상관없이 의미를 나타내는 완전히 새로운 단어를 만들어 외래어 대신 사용하기도 한다. 예를 들면, 컴퓨터는 电脑, 립스틱은 口红, 블랙박스는 黑匣子 등이다(윤창준, 2017: 99).

상술한 바처럼 표의문자인 한자는 장점과 단점을 모두 갖추고 있다. 이에 본고는 신조어의 造語 유형을 분석하여 신조어 造語 과정에 한자의 특성이 어떻게 반영되는가를 분석해 보고자 한다. 왜냐하면 언어의 유형에 따라 신조어를 造語하는 방식에도 차이가 있을 것이므로, 현대 중국어 신조어의 造語 유형을 구분하여 살피는 작업은 한자와 중국어의 특성 및 현대 중국어 신조어의 의미를 이해하는 데에도 도움이 될 것으로 기대되기 때문이다.

3. 선행연구와의 차별점

2000년 이후 중국의 사회 전반이 빠르게 변화하고, 이에 발맞추어 새로운 신조어가 대량으로 등장하면서 국내에서의 중국 신조어 연구도 예전보다는 활성화된 것으로 보이지만, 기존의 선행연구는 크게 두 가지 방면으로 제한적으로 진행된 것으로 보인다.

첫째는 중국 신조어의 함의를 분석하여 중국 사회의 발전과 변화에 대해서 고찰해보는 연구이다. 예를 들어 조희무(2017)는 2008년부터 2010년 사이에 새로 등장한 신조어를 연도별로 구분하고, 신조어의 의미를 기준으로 문화관련 신조어, 사회문제를 반영한 신조어, 사람을 묘사한 신조어로 나누어 각 신조어의 함의와 생성배경을 분석하였다. 이후 발표된 논문과 학술도서 역시 이와 유사한 방향으로 진행되었다.

두 번째는 현대 중국의 신조어를 중국어 교육에 어떻게 활용할 것인가에 대한 연구이다. 예를 들어 한수현·이지은(2017)은 중국어 교육과정별 교육용 신조어를 학습자의 중국어 수준에 따라 선정하고 신조어를 활용한 중국어 어휘학습방안에 대해 제안하였다. 이후 발표된 다른 연구자의 연구 역시 새로 造語된 중국의 신조어를 중국어 교육에 활용하는 방법에 대한 연구로 진행되었다.

사회의 변화와 발전을 가장 직접적으로 반영하는 것이 신조어라는 관점에서 본다면 위의 두 가지 연구 방향은 언어를 통해 중국을 이해하고, 신조어를 활용하여 중국어 교육의 질을 제고하는데 적지 않은 도움이 되었다고 보인다. 다만 본고에서 진행되는 한자라는 특성으로 인하여 중국어의 신조어 造語방식이 어떤 특징을 지니고 있는가에 대한 연구는 신조어의 전반적 특징을 언어·문자학적 각도에서 분석한다는 점에서 기존의 연구와는 차별성이 있으며, 한자의 특성을 기반으로 새로운 신조어의 함의를 보다 명확하게 이해하는 데에도 도움이 될 것으로 기대한다.

4. 분석 대상

본고의 연구 목적을 달성하기 위하여 2007년에 편찬된 邹嘉彦, 游汝杰 书的 『21世纪华语新词语词典』에 수록된 신조어를 분석의 대상으로 삼고자 한다.

본고에서 『21世纪华语新词语词典』을 분석 대상으로 삼은 이유는 본 연구가 신조어에 내포된 함의를 찾고, 그러한 함의를 갖게 된 사회·문화적 배경을 분석하는 것이 아니라, 신조어를 생성할 때 어떠한 방식으로 새로운 신조어를 造語하는가는 분석함이 목적이기 때문에 비교적 장시간에 걸쳐 넓은 지역에서 많은 사람들에게 의해 사용된 신조어를 분석의 대상으로 삼는 것이 연구 결과의 신뢰도를 높일 것으로 판단하였기 때문이다. 즉 최근 인터넷을 중심으로 매일 새로 등장하는 신조어의 상당수는 잠시 사용되다가 바로 도태될 가능성이 높기 때문에 신조어 造語 유형을 분석하는 대상으로 삼기에 신뢰도가 떨어진다. 또한 주편을 맡은 복단대학교 邹嘉彦·游汝杰 교수는 중국 내에서 신조어 연구방면에서 걸출한 연구 성과를 다수 발표하였기 때문에, 수록된 신조어 역시 연구의 대상으로 삼기에 충분한 신뢰도가 있다고 보인다.

5. 신조어 造語방식 유형

앞서 언급한 것처럼 중국어는 표의문자인 한자로 표기하기 때문에, 중국어 어휘에는 한자의 특성이 반영되어 있다. 또한 한자는 표의문자로서의 장점과 단점을 가지기 때문에 새로운 어휘, 즉 신조어를 造語하는 과정 역시 다른 언어와는 다른 특징을 지니게 된다. 아래에서는 현대 중국어 신조어의 造語 유형에 대해서 예를 들어서 분석하기로 한다.

1) 외래어의 발음과 유사하게 造語

한자는 글자마다 고유의 의미가 있다. 하지만 이 유형의 신조어는 글자의 의미와 무관하게 외래어 발음과 유사하게 발음될 수 있도록 한자를 조합하여 신조어를 造語하였다.

丁克[dīng kè]

영어의 'Double Income No Kids'의 머리글자인 D, I, N, K의 조합으로 이루어진 DINK와 발음이 비슷하도록 한자를 조합하여 만든 신조어이다. 이때 '丁'과 '克'가 가지고 있는 고유의 字意는 신조어의 의미와는 어떤 연관도 없다. 중국에서도 80后, 90后들이 결혼 후에 자녀의 양육에 대한 경제적·시간적 부담으로 인해 자녀를 낳지 않고 부부끼리만 지내는 것이 유행하면서, 丁克라는 신조어가 만들어졌다.

抱伯[bàobó]

고학력, 고수입으로 생활을 향유하며 문화 활동도 추구하면서, 독립의식을 갖춘 사람을 가리킨다. 영어의 bourgeois와 bohemian의 약식 표현인 Bobo는 성공적인 커리어와 재력을 갖췄으며 문화적인 생각과 미술품을 선호하는 사람을 지칭하는 신조어이다(윤창준, 2017: 119). 신조어 抱伯는 영어 Bobo의 음역이며 낱글자인 '抱'와 '伯'는 이 단어의 의미와는 어떤 연관도 없이 발음만 비슷하게 표기하여 위하여 사용되었다.

飞特[fēitè]

'자유롭다'를 뜻하는 영어 'free'와 '근로자'를 뜻하는 독일어 'arbeiter'의 합

성어인 'freeter'는 정규 직장 구하기를 거부하고 돈이 필요한 때에만 아르바이트 같은 단기 근로를 하는 것을 말한다. 중국에서도 최근 정규 직장에 취업할 경우 업무에 대한 스트레스와 개인 시간이 부족하다는 이유로 취업을 포기하고 단기 아르바이트로 생계를 꾸리려는 젊은 세대가 늘어나면서 이들을 지칭할 신조어로 'freeter'와 비슷하게 발음될 수 있도록 '飞'와 '特'를 조합하여 신조어를 만들었는데, '飞'와 '特'는 이 신조어의 의미와는 관련이 없고 단지 발음만 유사하게 나타내도록 조합된 것이다.

欧巴 [ōubā]

欧巴는 한국에서 중국으로 유입된 일종의 외래어로, 한국 드라마가 중국에서 유행하면서, 한국어의 '오빠'를 음역하여 만든 신조어이다. 역시 '欧'와 '巴'는 이 신조어의 의미와는 관련이 없고, 다만 발음만을 취한 것이다.

粉丝 [fěnsī]

글자의 의미는 '녹말로 만든 당면'이지만, 영어의 'fans'와 발음이 비슷하게 조합하여 가수나 연예인의 팬이라는 의미로 쓰는 신조어이다.

이 유형에 속하는 신조어들은 모두 글자 고유의 의미와는 무관하게 외래어의 발음과 유사하게 발음될 수 있도록 한자의 字意와는 무관하게 字音만을 취하여 신조어를 造語한 것들이다. 이런 방식으로 신조어를 造語한 것은 표의문자인 한자가 외래어의 발음을 표기하는 데 한계가 있기 때문이며, 따라서 만일 이런 유형의 신조어가 단지 발음이 유사하게 造語한 것임을 모른다면 해석하거나 독해할 때 오류를 범하기 쉽다.

2) 해외에서 유입된 사회·문화현상을 의역하여 造語

중국 사회에서 최근 벌어지는 일련의 사건 혹은 조류 중에는 해외에서 유

입된 것들도 있다. 이 경우 이를 일컬을 적당한 어휘가 새로 만들어져야 하는데, 위의 첫 번째 유형과 다르게 이 유형의 신조어들은 사건 혹은 사회적 조류의 의미를 나타내는 방식으로 한자의 의미를 조합하여 새로운 신조어를 만는 것들이다.

抱抱团 [bàobàotuán]

Free Hugs라는 사회문화적 현상이 중국에 도입되면서, 중국에서도 이 같은 현상이 퍼져나가기 시작했고, 이 같은 사회문화적 현상을 지칭하는 어휘가 필요해지면서 Free Hugs와 발음이 유사하게 신조어를 造語하는 방식 대신, Free Hugs의 의미를 나타내는 방식으로 抱抱团이란 신조어를 만들었다. 즉 동사 抱는 ‘안다’라는 뜻으로, 동사를 중첩한 抱抱는 ‘조금 안아주다’라는 의미가 되기 때문에 Free Hugs의 의미를 나타낼 수 있다.

冰桶挑战 [bīngtǒngtiǎozhàn]

2014년부터 루게릭병에 대한 관심을 환기시키기 위하여 세계적으로 아이스 버킷 챌린지(Ice Bucket Challenge)가 유행하기 시작하였고, 중국에도 유입되면서 이를 지칭할 어휘가 필요해 졌다. 신조어 冰桶挑战은 Ice Bucket Challenge를 그대로 중국어로 번역하여 만든 것으로, 冰桶은 Ice Bucket, 挑战은 Challenge라는 뜻이다.

房奴 [fángnú]

영어의 ‘House Poor’는 은행 대출을 받아 무리하게 주택을 구입한 후 대출금 상환 때문에 궁핍한 생활을 하는 사람을 말하는데, 중국에서도 주택가격이 빠르게 상승하면서 House Poor가 대량 발생하게 되었다. 이를 지칭할 새로운 단어를 조어하면서 House Poor의 의미를 그대로 번역하여 신조어를

造語하였다(윤창준, 2018:31). 즉 房은 House, 奴는 Poor의 뜻이다.

이와 동일한 방식으로 造語된 신조어인 'Car Poor'라는 의미의 車奴는 Car의 뜻인 車와 Poor의 뜻인 奴를 결합한 것이다.

이외에도 이와 동일한 방식으로 造語된 신조어들이 있는데, 예를 들어 자녀의 양육과 교육을 위해 높은 경비를 부담해야 하는 부모라는 뜻의 孩奴, 충동적인 온라인 구매로 많은 소비를 하는 사람들이란 뜻의 网购奴, 취업준비를 위해 각종 자격증을 취득하느라 많은 돈을 쓰는 젊은층을 지칭하는 证奴 등의 신조어도 만들어졌다.¹⁾

이 유형의 신조어는 해외에서 유입된 현상 혹은 현상을 지칭하는 외래어를 단순히 발음이 비슷하게 한자를 조합하지 않고, 현상의 의미를 나타낼 수 있도록 의미를 조합하여 새로운 어휘를 만들어낸 것이다. 표의문자로서의 한자의 단점을 오히려 장점으로 바꾸어 신조어의 의미를 보다 명확히 전달할 수 있도록 造語한 것으로 판단된다.

3) 형태론적으로 일반어휘 造語방식과 유사하게 造語

(1) 함의를 나타내는 낱글자의 병렬

한자는 매 글자마다 고유 의미를 지니는 단음절어(mono-syllabic language)이기 때문에, 낱글자를 병렬의 방식으로 결합하여 새로운 의미를 나타내는 신조어를 만들기도 한다. 몇 가지 예를 살펴보자.

白富美 [báifùměi]

현대 중국에서 최고의 여성이 갖추어야 할 세 가지 조건을 나타내는 白, 富, 美를 병렬구조로 결합하여 신조어를 만들었다. 白은 피부가 하얗고, 富

1) 孩奴에서 孩는 어린 아이, 즉 자녀라는 뜻이고, 网购奴에서 网购는 인터넷 쇼핑, 证奴에서 证는 자격증이란 뜻이다.

는 경제력이 있으며, 美는 예쁜 여자를 가리킨다.(윤창준, 2018:26) 또한 현대 중국에서 최고의 남성이 갖추어야 할 세 가지 조건을 나타내는 高, 富, 帅를 병렬구조로 결합하여 키가 크고 돈도 많고 잘 생긴 남자를 가리키는 高富帅 라는 신조어를 만들었는데, 여기서 高는 키가 크다, 富는 돈이 많다, 帅는 잘 생겼다는 뜻이다.

斷舍離 [duànshělí]

斷은 끊다, 舍는 버리다, 離는 떠나라는 뜻이다. 즉 ‘불필요한 일을 버리고 한 가지 일에 몰두하라’라는 뜻이다. 세 글자를 병행하여 신조어를 造語하였다.

高大上 [gāodàshàng]

高大上은 ‘고급스럽다’는 ‘高’端, ‘당당하다’라는 뜻의 大氣, ‘품위 있다’는 뜻의 上檔次에서 高, 大, 上 한 글자씩을 병행하여 만든 신조어이다.

이 유형의 신조어는 단음절어라는 한자의 특성을 잘 살려서 새로운 어휘를 만든 신조어이다. 즉 한자는 한 글자마다 특정한 의미를 지니고 있기 때문에 이러한 造語가 가능하다. 반면 표음문자인 영어의 경우, 신조어로 쓰이는 LLL 혹은 3L은 Luxury, Large, Level up에서 첫 알파벳 L을 나열하여 LLL로 쓰거나 혹은 L이 세 개 있다는 뜻으로 3L이라고 쓰지만, 알파벳 L만으로는 어떤 의미인지를 전혀 알 수 없다. 반면에 중국어 신조어 高大上은 영어 신조어 LLL과 유사한 뜻이지만, ‘고급스럽다’는 高’端, ‘당당하다’라는 뜻의 大氣, ‘품위 있다’는 뜻의 上檔次에서 高, 大, 上 한 글자씩을 병행하여 만들었기 때문에 高大上이란 신조어 자체만으로도 사용자들은 이 신조어의 의미를 쉽게 알 수 있다. 이런 점에서 중국어의 造語능력은 매우 높다고 할 수 있다.

(2) [술어+목적어] 구조로 造語

중국어의 기본 어순은 S+V+O로, 한국어 기본 어순인 S+O+V와는 다르다.

신조어 역시 중국어 기본 어순에 따라 [V+O]의 형태로 造語된 것이 많이 있다.

打酱油 [dǎ jiàngyóu]

동사 打와 목적어인 酱油를 결합해 만든 신조어로 직역하면 “간장을 사러 간다.”라는 뜻이지만, 신조어의 의미는 “타인의 일에 관심이 없다.”라는 뜻이다. 2008년 화재사건 현장에서 기자가 한 시민에게 화재가 어떻게 일어났는가를 질문을 하자 그 시민이 “저는 그냥 간장 사러 가는 길입니다.”라고 말한 것에서 유래되어, 최근 중국 젊은이들 사이에서 남의 일에 상관하지 않고, 자신의 일만을 소중히 여기는 세태를 풍자한 신조어로 쓰인다(윤창준, 2018:30).

炒鱿鱼 [chǎo yóuyú]

동사 炒와 목적어 鱿鱼를 결합한 신조어로, 직역하면 ‘오징어를 볶다’지만 신조어의 의미는 ‘해고당하다’, ‘파면 당하다’의 뜻이다. 중국 사람들은 오래 전부터 직장에서 해고를 당하면 ‘이부자리를 싸다’라는 표현을 했는데, 오징어를 볶을 때 오징어가 말리는 모양이 마치 이부자리를 둘둘 마는 것과 비슷하여 ‘해고당하다’라는 뜻의 신조어로 쓰인다.

이외에도 많은 신조어가 동사+목적어의 구조로 되어 있는데, 가장 많이 보이는 구형은 단음절 동사와 이음절 목적어 구조이다. 이어지는 연구에서는 동사+목적어 구조의 신조어에서 동사 및 목적어의 음절수 통계를 분석하여 신조어의 음절수를 전반적으로 살펴보고자 한다.

(3) [형용사+명사] 구조로 造語

일반적으로 한국어와 중국어의 문법이 다르다고 하지만, 유사한 부분도 많이 있다. 예를 들어 偏正구조의 단어에서 한국어와 중국어 모두 수식하는 단어가 수식받는 단어의 앞에 놓이는 경우가 많다. 이런 유형의 신조어를 예

를 들어 분석하기로 한다.

冷美人 [lěng měirén]

冷은 ‘차다’라는 형용사이고 美人은 ‘미녀’라는 명사이다. 직역하면 ‘차가운 미인’이지만 신조어의 의미는 한국어 신조어 ‘차도녀’와 유사하다.

素颜美人 [sù yán měirén]

素颜은 ‘민낯’이라는 형용사이고 美人은 ‘미녀’라는 명사이다. 한국 신조어 ‘생얼미인’과 유사한 의미로 쓰인다.

辣妈 [là mā]

辣는 ‘맵다’는 형용사이고 妈는 ‘엄마’라는 뜻의 명사이다. 직역하면 ‘매운 엄마’지만, 신조어는 麻辣妈妈的 약칭으로 출산 후에도 자기 관리에 소홀하지 않고 자기 일에 자부심을 가지고 최선을 다하는 젊은 엄마라는 뜻이다. 한국 신조어 미시(missy)와 비슷한 의미로 쓰이기도 한다.

중국어는 본래 단음절어였지만, 시간이 지나면서 단음절 어휘로는 새로운 단어를 만들어내기에 한계가 있었기 때문에, 점차 다음절어가 증가했고, 현대 중국어 어휘의 90% 이상은 이음절 이상의 다음절 어휘가 차지한다(윤창준, 2017: 66). 단음절 어휘의 의미를 세분화하기 위하여 수식하는 성분의 글자를 수식받는 글자의 앞에 두는 偏正구조의 어휘가 많아졌는데, 신조어에도 이렇게 造語된 것이 많이 보인다. 즉 중국어 어휘의 造語특징이 그대로 신조어 造語방식에도 반영된 것이다.

(4) [관형어+명사] 구조로 造語

중국어 어휘는 품사의 구분이 상대적으로 엄격하지 않다. 즉 하나의 어휘가 여러 품사로 사용되는 겹품사가 발달한 언어가 중국어이다.²⁾ 하지만 일

부 어휘는 쓰임이 엄격히 구분되는데, 앞의 [형용사+명사] 구조의 신조어와 [관형어+명사] 구조의 신조어를 구분하는 이유가 바로 이 점 때문이다. 즉 중국어 문법에서 명사성 성분, 동사성 성분은 관형어로 쓰이지만 형용사는 관형어로 쓰이는 경우가 극히 드물다.

空巢班[kōngcháo bān]

‘空巢’는 ‘빈 둥지’라는 뜻의 명사로 여기서는 명사 ‘班’을 수식하는 관형어로 쓰였다. 직역하는 ‘빈 둥지 반’이지만, 신조어의 뜻은 일부 부유층 자녀들이 해외유학준비 등의 이유로 수업을 빠져서 교실이 텅 비는 현상을 비판하는 뜻이다. 유사한 구조의 신조어로 空巢老人이 있는데, 직역하면 ‘빈 둥지 노인’이지만, 신조어 뜻은 자녀를 떠나보낸 후 노부부만 사는 가정을 지칭한다.

背包客[bèibāo kè]

‘背着’는 ‘~메다’는 뜻으로 동사이고 ‘包는’ 가방이란 뜻의 명사로 ‘背包’는 동사+명사로 구성된 관형어이며, ‘客’는 ‘손님’이란 뜻의 명사이다. 즉 [동사+목적어] 구조로 된 관형어가 뒤의 명사를 수식하는 구조이다. 背包客는 직역하면 ‘가방을 멘 손님’이지만, 신조어의 뜻은 한국어 신조어 ‘배낭족’과 유사하다.

食草男 [shícǎo nán]

‘食은’ ‘~을 먹다’는 뜻의 동사이고, ‘草는’ ‘풀’이란 뜻의 명사로, ‘男’을 수식하는 [동사+목적어] 구조의 관형어로 쓰였다. 직역하면 ‘풀을 먹는 남성’이지

2) 예를 들어 在는 王先生在吗?에서는 ‘~에 있다’는 뜻의 동사이고, 他在家休息에서는 ‘~에서’라는 뜻의 개사이며, 我在学习에서는 ‘~하는 중이다’라는 의미를 나타내는 부사로 쓰였다.

만, 신조어는 초식 동물처럼 순하고 소극적인 남성을 지칭한다.

이 유형의 신조어는 [관형어+명사]의 구조로 造語되었는데, 이때 관형어는 명사 단독으로 쓰인 것도 있고 [동사+명사] 구조가 쓰인 것도 다수 보인다.

4) 접미사를 부가하여 造語

형태론적 측면에서 보자면 한국어와 중국어 모두 접미사가 부가된 어휘가 다량 존재한다. 한국 국립국어원에서는 2001년부터 2005년 사이 한국에서 생성된 신조어와 본고의 분석 대상인 『21世纪华语新词语词典』에 수록된 신조어를 분석하여 양국 신조어의 특징을 분석했는데, 특히 한국어 한자어 접미파생어에서 겐트족, 덴디족, 셀카족 등 ‘~족’ 구조의 신조어가 많다는 점과 중국 신조어 중에서도 追星族, 上班族, 下海族 등 ‘~族’ 구조의 신조어가 많다는 점을 지적했다(서충, 2011: 11).

그러나 중국의 신조어에는 ‘~族’ 형식의 신조어 외에도 다양한 접미사를 활용하여 造語한 신조어가 많이 있다. 또한 이러한 형식으로 造語된 신조어는 형태론적으로 어떤 단어와 결합하더라도 명사성 성분이 된다는 특징을 가진다. 아래에서 예를 들어 살펴보기로 한다.

(1) [~二代] 형식으로 造語

여기서 ‘二代’를 접미사로 볼 수 있는가에 대해서는 이견이 있을 수 있다. 일반적으로 중국어 문법에서는 儿, 子, 者, 们 등을 전형적인 접미사로 분류하며, 전형적인 접미사는 고유의 의미를 지니면서 동시에 다른 새로운 단어를 造語하는 형식적인 기능도 유지한다. 이와 대비되는 개념으로 중국어 문법에서 말하는 준접미사는 어근으로서 본래 가지고 있던 의미 대신 파생되는 의미를 부가하는 기능을 하여 새로운 어휘를 造語하는 기능을 지닌 것을 말한다(吕叔湘, 1979: 48).

富二代 [fù'èrdài]

‘부유하다’는 뜻의 富와 ‘2세’를 뜻하는 준접미사 二代가 결합된 신조어이다. 경제 개혁·개방 이후 신흥 부유층이 급속히 증가하면서 중국 사회는 빈 부격차라는 새로운 문제에 직면하게 되었고, 이와 관련된 비판적 의미의 신조어가 다량 등장하였다. 특히 부모로부터 무언가를 물려받은 2세를 비판하는 신조어들이 [O+二代]의 형식으로 造語되었다.

예를 들어 비합법적으로 고위 관리직의 부모로부터 좋은 직장에 취업할 수 있는 기회를 받은 젊은 층은 官二代, 부모의 회사를 물려받은 职二代, 권력자의 2세라는 뜻의 权二代, 명문 혁명가의 2세라는 뜻의 红二代, 군 장성의 2세라는 의미의 军二代, 스타 연예인의 2세라는 뜻의 星二代 등 [O+二代]의 형식의 신조어가 대량 등장하였다.

또한 이와 반대로 부모의 가난을 세습받는다라는 의미의 农二代,³⁾ 賸二代 등의 신조어도 유행하고 있다(윤창준, 2018: 107). 한국어 신조어인 금수저, 흙수저 역시 유사한 사회 현상을 반영한 것으로 보인다.

(2) [~迷], [~控]의 형식으로 造語

老婆迷 [lǎopó mí]

‘迷’는 ‘~에 열중하다’는 뜻인데 여기서는 ‘아내’라는 뜻의 老婆의 준접미사로 쓰여 명사성 어휘를 만드는 역할을 하였다. 신조어 뜻은 ‘아내를 끔찍이 아끼는 사람들’이다.

준접미사 ‘迷’를 활용하여 造語된 신조어 역시 증가하고 있는데 예를 들어 球迷는 ‘축구를 열정적으로 좋아하는 사람들’이란 뜻이다.

또한 ‘~迷’ 대신 ‘~控(kòng)’을 준접미사로 활용하여 조어된 신조어도 등장했는데, 控은 본래 ‘통제하다’라는 뜻이었지만 준접미사로 쓰일 경우 ‘~에 중독되다’, ‘~에 빠지다’라는 뜻으로 쓰인다. 예를 들어 鞋子控는 슈

3) 가난한 농민공의 2세라는 뜻이다.

즈홀릭, 蛋糕控은 케익중독, 购物控은 쇼핑중독, 妈妈控은 마마보이라는 뜻으로 쓰인다.

(3) [~族]의 형식으로 造語

族을 접미사로 붙여 造語된 신조어는 명사성 성분이 되어 ‘~하는 사람들’이란 의미를 지닌다. 이런 유형의 대표적 신조어를 예로 들면 다음과 같다.

裸辞族 : 갑자기 사직을 하는 사람들

捏捏族 : 마트 등에 전시된 상품을 몰래 부셔서 불만이나 스트레스를 표출하거나 푸는 사람들

午动族 : 점심 쉬는 시간을 이용하여 자기 개발을 하는 직장인

草莓族 : 딸기처럼 모양과 색깔도 예쁘지만, 쉽게 물러지는 사람들

蚁族 : 개미처럼 일만 하지만 월급이 낮아 도시 외곽에 모여 사는 사람들

月光族 : 월급을 바로 다 써버리는 젊은이

啃老族 : 영어의 니트족(Not in Education, Employment or Training ; NEET)처럼 이미 성장하여 분가할 나이가 되었음에도 부모와 떨어져 있지 않고 생계를 의탁하는 젊은 세대를 지칭한다. 한국어 신조어인 ‘캥거루족’과 유사한 뜻이다.

채춘옥(2017)에 따르면 ‘~族’의 형식으로 造語된 신조어는 경제생활 관련이 38.7%, 직장 관련이 24.5%, 인간상 관련이 16.9%, 혼인 관련이 11.3%, 여가 생활 관련이 8.5%라고 한다.

(4) [~门]의 형식으로 造語

‘门’은 ‘문’이란 뜻으로, 사회적으로 주목을 받은 큰 사건을 지칭하는 신조어를 造語할 때 접미사로 자주 쓰인다. 영어권에서 사회적 큰 이슈가 되는 사건을 ‘~Gate’로 표현하는 것과 유사하다.

迟到门 [chídàomén]

迟到는 '지각하다'라는 뜻으로, 이 신조어는 해외에서 영입한 감독과 중국 여자 축구팀이 혼련 지각 문제로 갈등이 심해지면서 사회적 이슈가 되자 생성된 신조어이다. 직역하자면 '지각 게이트'이다.

返航门 [fǎnhángmén]

返航은 '비행기가 돌아오다'라는 뜻으로, 항공사에 불만이 가진 기장들이 2008년 윈난(云南)에서 이륙한 뒤 목적지에 착륙하지 않고 회항한 사건을 지칭하는 신조어이다(윤창준, 2018: 98).

国籍门 [guójí mén]

国籍은 '국적'을 말하며, 이 신조어는 올림픽이나 국제 체육대회에서 좋은 성적을 거두기 위하여 유명한 외국 선수를 중국 국적으로 귀화시킨 일련의 사건이 사회적 주목을 받으면서 생성된 신조어이다(윤창준, 2018: 116).

위에서 분석한 접미사 혹은 준접미사를 붙여 신조어를 造語하는 방식은 단음절어라는 중국어의 특징을 잘 활용한 造語法으로, 사회적 변화 혹은 이슈가 되는 사건을 표현하는 어휘를 만든 뒤에 접미사 혹은 준접미사를 부가하여 명사성 성분을 만듦으로써 신조어의 활용도를 제고한 것으로 분석된다.

5) 諧音 현상을 응용하여 造語

해음 현상이란 중국어에서 발음이 같지만, 의미가 다른 글자를 이용하여 새로운 의미의 어휘로 사용하거나, 혹은 부정적인 의미의 글자와 발음이 같

은 글자를 사용하지 않는 등의 현상을 말한다. 예를 들어 '배'를 나타내는 梨의 발음이 '이별하다'의 離와 같아서 연인 사이에서 배를 선물하지 않는 관습 등이 이것이다. 중국어에 해음 현상이 발달한 이유는 同音異義의 어휘가 많기 때문인데, 同音異義 어휘가 많은 큰 이유는 중국어의 기본 음절수가 415개에 불과하기 때문이다. 물론 동일한 음절이라도 성조가 달라지면 의미가 달라지므로, 성조의 차이를 반영한 음절의 총 수는 1,319개로 확대되지만, 그럼에도 다른 언어에 비하여 음절수가 매우 적은 편이어서 同音異義의 어휘가 많을 수밖에 없다.

이처럼 중국어의 음절수가 적은 이유는 문자에서 찾을 수 있다. 즉 처음 문자를 만들 때 언어의 발음을 표기하는 부호를 문자로 삼은 것이 아니라, 언어의 의미를 나타내는 형상을 취하여 문자로 삼았기 때문에, 음절의 분화가 다른 언어에 비하여 더딜 수밖에 없었다(이규갑 외, 2014: 102). 즉 표의 문자인 한자로 인하여 글자의 字音 보다는 字形 중심으로 문자가 변천·발전해 온 결과라고 할 수 있다.

이 같은 특성은 현대 중국어 신조어를 造語하는 방식에도 반영되어 同音異義의 글자를 활용하는 방식으로 신조어를 만들기도 한다. 예를 들어 분석하기로 한다.

海龟 [hǎiguī]

원래는 '바다거북'이란 뜻이지만, 신조어는 해외 유학을 마치고 귀국하는 유학생을 가리킨다. '해외에서 돌아오다'는 의미를 표기하려면 '돌아오다'는 의미의 归를 써서 海归라고 써야 하지만, 海龟의 龟와 '돌아오다'는 뜻의 归의 발음이 같기 때문에 '바다거북'이란 뜻의 海龟를 새로운 의미로 사용한다.

鸭梨 [yālǐ]

鴨는 오리, 梨는 배라는 뜻이지만, 스트레스라는 의미를 나타내는 신조어

로 쓰인다. 원래 중국어에서 ‘스트레스’는 ‘压力’로 쓰지만, 최근에는 인터넷을 중심으로 压力和 발음이 같은 ‘鴨梨’로 많이 쓴다.

拆哪 [chāinǎ]

‘拆’는 ‘부수다’, ‘哪’는 ‘어디’라는 뜻으로 직역하면 “어디부터 부수나?”라는 뜻이지만, 실제로는 ‘중국’의 영어 표기발음인 China와 비슷하게 발음되면서 ‘어디부터 허물 것인가’라는 비판적인 뜻을 나타낼 수 있도록 한자를 새로 조합하여 만든 신조어이다. 이 신조어는 최근 중국의 대도시에서 환경미화를 핑계로 가난한 서민들의 거처를 강제로 허무는 사건이 자주 발생하면서, 이를 비판하기 위하여 등장하였다.

이 유형의 신조어는 중국어의 해음 현상을 활용하여 同音異義의 다른 한자로 교체하여 造語한 것들이다. 이러한 造語 방식이 가능한 주요 원인 역시 표의문자라는 한자의 특성에서 찾을 수 있다.

6. 나오는 말

중국어는 한자로 표기하며, 한자는 표의문자이다. 표의문자로서 한자가 갖는 장점과 단점으로 인하여 현대 중국어에서 빠르게 생성되는 신조어의 造語 유형은 표음문자를 사용하는 언어권의 신조어 造語 유형과 다른 점이 있다.

현대 중국어 신조어의 造語 유형 특성을 고찰하기 위하여 본고는 2000년 이후 새로 등장한 신조어를 대상으로 주된 造語 유형을 분석하였으며, 그 결과 표의문자로서의 한자가 지니는 특성으로 인해 현대 중국어 신조어의 造語 유형은 아래의 몇 가지로 구분됨을 알 수 있었다.

첫 번째 유형은 한자의 의미와는 무관하게 외래어의 발음과 유사하게 발

음되도록 한자를 조합하여 造語된 신조어이며, 두 번째 유형은 해외에서 유입된 사회·문화적 현상을 지칭하는 외래어를 외래어의 발음과는 무관하게 의미만을 취하여 완전히 새로운 어휘로 造語한 신조어이다. 세 번째 유형은 형태론적으로 중국어의 일반 어휘의 造語 조어 방식과 유사하게 만들어진 신조어 유형으로, 명사성 성분을 나열하여 造語된 신조어, 술어+목적어의 구조로 造語된 신조어, 형용사+명사 구조로 造語된 신조어, 관형어+명사의 구조로 造語된 신조어이며 네 번째 유형은 二代, 迷, 控, 族, 門 등, 특정 의미를 나타내는 접미사 혹은 준접미사 성분을 부가하여 造語된 신조어이고, 다섯 번째 유형은 중국어의 해음 현상을 이용하여 造語된 신조어이다.

이상의 분석결과는 한자의 특성이 신조어 造語 과정에 어떻게 반영되었는가를 이해하는 데 도움이 될 것이며, 또한 새로운 신조어의 함의를 보다 정확하고 구체적으로 파악하는 데에도 필요할 것으로 기대한다. 향후 보다 많은 신조어를 대상으로 造語 유형을 분석하고 이를 D/B로 구축한다면 한자의 특성에 대한 이해뿐만 아니라 신조어의 함의 연구 및 중국어 교학 연구 방면에도 활용할 수 있을 것이라 기대한다.

참고문헌

- 서 총(2011), 『한·중 신조어의 형태론적·어휘론적 대비연구』, 충남대학교 대학원 석사학위논문.
- 윤창준(2017), 『현대 중국문화의 이해』, 서울: 어문학사.
- _____(2018), 『신조어를 통해 본 현대 중국 사회문화』, 서울: 어문학사.
- 이규갑·민재홍·오제중 외(2014), 『테마로 중국문화를 말하다』, 서울: 학교방.
- 조희무(2017), “한어 신조어를 통해 본 중국 사회현상”, 중국인문학회, 『중국인문과학』 제66권 66호, 145-166쪽.
- 채춘옥(2017), “중국어 ‘族류 신조어의 사회언어학적 분석’, 중국인문학회,

『중국인문과학』, 제65권 65호, 145-166쪽.

최 환(2004), “중국의 체제 전환과 신조어 양상”, 중국어문논역학회, 『中國語文論譯叢刊』, 제12권 12호, 359-389쪽.

한수현 · 이지은(2017), “중국어 교육용 신조어 선정과 교수법에 관한 시론”, 한국중국어교육학회, 『중국어교육과 연구』, 제25권 25호, 23-52쪽.

呂叔湘(1979), 『漢語語法分析問題』, 北京: 商務出版社.

邹嘉彦 · 游汝杰书(2007), 『21世纪华语新词语词典』, 复旦大学出版社.

〈Abstract〉

Analysis on the Creating Type of Newly Coined Words in Modern Chinese: Focusing on the characteristics of Chinese characters

YOON, Changjoon

China has also undergone very rapid social and cultural changes since the 21st century, new social phenomena have emerged, and new cultures have been created. Moreover, the need for intuitive and implicit communication through new words is also growing due to the rapid increase in Internet use. This paper analyzed how to create newly coined words that appeared after 2000.

As a result of this analysis, it can be seen that the creating types of newly coined words in modern Chinese are largely divided into five categories as follows.

First, a newly coined word made by combining Chinese characters so that only the pronunciation of foreign words is similarly expressed regardless of the meaning of Chinese characters. Second, a newly coined word made by using only the meaning regardless of the pronunciation of a foreign language while creating newly coined words to refer to social and cultural phenomena introduced from abroad. Third, a newly coined word that combine noun components morphologically or is made into a structure of verbs+objects, adjectives+

nouns, modifiers+nouns. Fourth, a newly coined word made by adding suffixes indicating a specific meaning. Fifth, a newly coined word using *Hae-um* phenomenon.

Through the above analysis, it was possible to find out how Chinese people create newly coined words, Also these analysis are expected that understanding the meaning of newly coined word will ultimately help you understand the way and system of Chinese people who use them.

Key words: Modern Chinese, newly coined words, creating types of newly coined words, Chinese characters, hieroglyphics

논문접수일: 2021년 5월 15일, 심사완료일: 2021년 6월 16일, 게재확정일: 2021년 6월 23일