

코로나 시대의 신조어, 일본 사회

이 해 미

(경희대학교 강사)

◆ 국문초록

신조어는 어떤 사회의 현재 모습을 즉각적으로 반영해서 적나라하게 나타낸다. 본고는 이러한 신조어를 통해 코로나19 사태 속 일본 사회를 파악하는 목적이 있다. 일본 내에서 코로나19 관련 신조어를 소개하는 글과 7월 5일부터 7월 31일까지 검색되는 코로나19 관련 신문 기사 및 Twitter 내 코로나19 관련 게재글을 분석 대상으로 삼아 코로나19 관련 신조어를 수집·분석하였다. 그 결과, 107개의 신조어가 관찰되었고 그 중 한자어는 총 39개, 가타카나어는 68개이다. 이 중 약 70%는 언어의 가장 기본적인 기능인 커뮤니케이션을 수행하기 위해 새롭게 생겨난 사물과 현상을 지칭할만한 적합한 용어를 만들어야 한다는 필요성으로 만들어졌다.

본고에서는 실질적인 필요성으로 만들어진 신조어 외에 메시지가 담긴 나머지 30%에 해당하는 정부발 신조어와 국민발 신조어에 집중하여 각 신조어의 의미와 의도, 특징을 분석하였다. 이를 통해 아베정부의 코로나19 관련 대처 자세와 이에 대한 국민들의 평가 등을 알았다. 그 결과를 종합하면, 아베정부는 '3密', '不要不急の外出', 'Go To トラベル', 'Go To Eat 캠페인', '東京アラート'이라는 신조어를 만들어 코로나19 대책을 펼쳤고 일본 국민은 이에 대항하는 '集近閉', 'GOTOトラブル', 'GOTOコロナ感染拡大キャンペーン', 'GOTO殺人キャンペーン', 'GOTO利権', 'GOTOヘル', 'GOTOキャンセル', 'アベノマスク', 'アベノジェノサイド', 'アベ禍'와 같은 신조어를 만들어서 분노를 표출하거나 정부발 신조어인 '不要不急'에 풍자적 요소를 추가하여 정부의 정책을 비판하는 양상이 나타났다.

정부발 신조어는 아베정부가 코로나19에 어떻게 대응했는가를 나타냈다. 그리고 국민발 신조어는 그 대응 결과를 나타냈다. 신조어는 코로나19 속 일본의 모습을 여실히 드러내었다.

주제어 : 코로나19, 신조어, 가타카나, 3밀, 아베노마스크

1. 들어가며

봉준호 감독의 영화 ‘기생충’이 아카데미 시상식에서 4관왕을 기록했다는 소식으로 들썩이던 2020년 1월 중순경, 뉴스에서는 짝막하게 중국에서 전염병이 발생했다는 사실을 알렸다. 늘 그렇듯 잠깐의 소동으로 끝날 줄 알았던 그 일이 2020년 인류의 삶을 송두리째 바꿔버렸다. ‘코로나바이러스’라 불리는 작은 생물은 끊임없이 타인과 관계를 형성하며 어울려 살려는 사회적 동물들에게 그 본성을 억누르라 강요했다.

코로나 사태 속에서 우리는 ‘마케팅 응원단’이 응원하는 ‘무관중 경기’를 TV 중계로 보고 ‘돌밥돌밥¹⁾만 하고 운동을 못해 ‘확진자’ 또는 ‘살천지’가 된 것에 한탄한다. 본의 아니게 ‘집콕족’이 되어 ‘코로나블루’를 느끼는 사람들도 늘고 있다. ‘Global village(지구촌)’답게 사정은 전 세계가 다르지 않다. 캐나다의 커뮤니케이션 학자인 마셜 매클루언(Marshall McLuhan)이 1962년에 처음 만든 ‘Global village’라는 당시의 신조어 개념이 2020년이 되어 비로소 극명하게 설명되는 듯하다. 전 세계 사람들은 ‘Quarantini²⁾’ 레시피를 온라인상에서 공유하며 작은 행복을 느낀다. ‘자가격리’와 같은 권고사항을 준수하지 않고 제멋대로 행동해서 타인에게 피해를 주는 사람을 ‘Covidiot³⁾’나 ‘Moronavirus⁴⁾’라 부르며 비난하기도 한다.

이렇듯 2020년, 전 세계는 전례 없는 일을 겪고 있다. 이 전례 없는 코로나 상황에서 눈에 띄는 점 중에 하나는 사람들이 끊임없이 새로운 말을 만들어내고 소비하고 있다는 것이다. 이러한 신조어의 창작과 소비

1) ‘돌아서면 밥, 돌아서면 밥’의 준말로, 외식이 급격히 줄어들면서 집에서 밥 먹고 돌아서면 바로 다음 식사를 준비해야 하는 상황을 뜻하는 말

2) 격리를 의미하는 quarantine과 칵테일의 일종인 matini를 합성한 말, 자가격리 시 혼자 칵테일 한잔 즐기자는 뜻

3) Coronavirus(코로나바이러스)+Idiot(바보)

4) Moron(멍청이)+Coronavirus(코로나바이러스)

는 두 가지 기능이 공존하는데 기인할 것이다. 첫 번째는 언어의 가장 기본적인 기능인 커뮤니케이션을 수행하기 위해 새롭게 생겨난 사물과 현상을 지칭할만한 적합한 용어를 만들어야 한다는 필요성이고 두 번째는 아이러니의 한 변형으로서 어떤 상황을 해학적으로 나타낼 수 있는 언어의 유희적 기능이다.

신조어는 ‘마네징 응원단, 무관중 경기, Quarantini’와 같이 위기 상황 속에서도 재치를 발휘하는 인간의 모습을 담고 있으며 ‘돌밥돌밥, 확진자, 코로나블루’는 코로나 사태로 겪는 인간의 고충을 잘 드러내고 있다. ‘집콕족, Covidiot, Moronavirus’와 같이 특정 부류의 존재를 나타내거나 ‘살친지’와 같이 어느 한 국가의 특수한 상황을 대변하는 경우도 있다. 이런 것을 보면 언어만큼 사회 현상을 즉각적으로 반영해서 적나라하게 나타내는 것도 없을 것이다. 이에 본고에서는 지금 이 순간, 그 사회의 모습을 반영하는 신조어와 신조어가 창작되고 소비되는 온라인 그리고 소셜 네트워킹 서비스(SNS) 내 일본어 표현들을 통해 일본 사회의 현재를 파악하고 이해하고자 한다.

II. 선행연구 및 분석대상

1. 선행연구

미증유의 코로나 바이러스 출현 이후 여러 학계에서는 사태를 직시하고 이를 통해 발견된 문제점을 바탕으로 팬데믹에 대처하고 해결 방안을 모색하기 위해 머리를 맞대고 있다. 한국과 일본에 한정해서 보아도 의료⁵⁾ 및 감염학⁶⁾ 관련 연구가 가장 활발하게 이루어지고 있다. 그

5) 磯部文雄, 「強靱な社会保障のために(1)医療危機管理への提言: 新型コロナ「第2波」に備えて」, 『時事通信社』, pp.2-8, 2020. 박수은, 「코로나바이러스감염증-19의 바이러스 (SARS-CoV-2) 특징, 전파 및 임상 양상」, 『대한소아감염학회 Pediatric

밖에도 금융⁷⁾, 법⁸⁾, 사회⁹⁾, 교육¹⁰⁾ 등의 분야에서 수많은 논문이 쏟아지고 있다. 이처럼 여러 분야에서 연구가 진행되며 학제간에 협력을 도모한다. 사상 초유의 바이러스 발생은 연구 분야에서도 경계를 넘어서 융합하고 협력해야 하는 상황을 만들었다.

인문학 연구로는 최태훈(2020)의 연구가 있다. 최태훈(2020)은 중국의 환구시보 사설의 제목과 내용을 분석하여 ①중국정보에 대한 인민들의 비난을 잠재우고 ②의도적으로 미국과 대립각을 세워 애국심을 고취하고 ③인민을 결집하고 책임을 미국에 넘기려는 미디어 전쟁을 통해 모든 사안을 정치화하는 중국 내 양상을 관찰하였다. 그러나 이 외에는 코로나 시대의 인문학 분야 특히 일본학, 일본어학, 일본문학과 같이 일본과 관련된 연구는 현재로서는 찾아볼 수 없다.

‘질서의 나라’, ‘매뉴얼의 나라’, ‘의료 선진국’, ‘세계 제2의 경제대국’, ‘아시아의 유일한 G7 회원국’이라 불리는 일본이 코로나 바이러스 앞에서 힘없이 무너지는 모습을 보면 그 내면을 파헤치는 인문학적 연

Infection and Vaccine』 Vol.27 No.1, pp.1-10, 2020.

- 6) 松井 英介, 「COVID-19 新型コロナウイルス感染症 日本と異なる戦後の歩みがコロナ感染者の死亡率の低さへ 8年前に最悪シナリオ想定し医療を充実させてきたドイツ」, 『金曜日』 28(20), pp.22-23, 2020. 김유휘, 「코로나19 위기와 독일 장기요양제도의 대응」, 『국제사회보장리뷰』 Vol.13, pp.60-70, 2020.
- 7) 矢口 満, 「新型コロナウイルスの感染拡大で重要性の高まるサステナブル・ファイナンス」, 『国際金融 = International finance journal』 1334, pp.26-32, 2020.
- 8) 이재유, 「코로나 19 대응 관련 한국의 출입국 제한조치 및 국제법적 평가」, 『서울국제법연구』 Vol.27 No.1, pp.65-101, 2020.
- 9) 김수경, 「감염병, 이념, 제노포비아: ‘코로나19’의 정치화와 반중(反中) 현상」, 『다문화와 평화』 Vol.14, No.1, pp.22-43, 2020. 片岡 伸行, 「「コロナ」対策 追及! 政権腐敗「受取拒否」も出る愚策「アベノマスク」を中止せよ 466億円かけるのはそこじゃない!」, 『金曜日』 28(19), pp.16-17, 2020.
- 10) 星野 豊, 「教育と法(第136回)いわゆる「オンライン教育」の特徴と問題点」, 『月刊高校教育』 53(8), pp.92-95, 2020. 宮下 直樹, 「学校 子どもたちのいのちと健康、そして教育を守る (特集 新型コロナウイルス感染から国民の命と暮らしを守る(2))」, 『議会と自治体』 266, pp.18-21, 2020. 오재호, 「코로나19가 앞당긴 미래, 교육하는 시대에서 학습하는 시대로」, 『이슈&진단』 No.421, pp.1-25, 2020.

구는 더더욱 필요할 것이다.

언어는 흔히 인간의 의사소통 도구라 한다. 그러나 언어는 이러한 1차원적인 개념에 머물지 않고 이 도구를 사용해서 정보를 전달하고 생각을 표현하는 인간의 사상과 인간이 속해있는 사회를 나타내기도 한다. 그렇기 때문에 ‘언어는 그 사회를 들여다보는 거울’이라고 말한다. 코로나 사태를 겪고 있는 사회를 분석하고 문제점을 찾을 때 언어는 가장 좋은 분석 도구가 될 것이다. 따라서 본고에서는 사회를 비추는 거울인 언어, 그 중에서도 사회에 어떤 사건이 발생했을 때 즉각적으로 만들어지고 그 사건이 종료하면 소멸하는, 그렇기 때문에 특정 시기의 사회 모습을 가장 잘 나타내는 신조어를 통해 코로나 사태를 직면하고 있는 일본 사회를 바라보고자 한다.

2. 분석대상

신조어. 시대의 변화에 따라 새로운 것들을 표현하기 위해 만들어진 말로, 어구성면에서 보면 단어가 완전히 새롭게 구성되어 만들어지거나 기존에 있던 어구성 요소를 조합해서 새로운 의미가 부여된 것을 말한다. 신조어는 시대와 사회를 반영하여 무한하게 만들어진다는 점에서 언어의 특성 중 사회성·창조성과 밀접하게 관련된다. 본고에서는 언어로 사회를 해석한다는 관점에서 일본에서 사용되고 있는 코로나19 관련 신조어를 살펴보고자 한다. 신조어를 언급할 때면 늘 따라다니는 언어 파괴에 대한 우려 등의 논의는 차치하고 언어가 시대를 반영한다는 부분에 집중하여 신조어를 보겠다는 점을 먼저 밝힌다.

3월 12일, WHO가 팬데믹을 선언한 이후, 옥스퍼드대학출판부는 코로나 관련 영어 신조어를 소개하는 글¹¹⁾을 게재하였다. 일본에서도 코로나 바이러스가 확산되고 뒤늦게 일본 내에서도 심각한 분위기가 퍼지

11) *The language of coronavirus* BY OXFORD UNIVERSITY PRESS ELT POSTED ON MARCH 27, 2020.

면서 코로나19 관련 신조어가 끊임없이 만들어졌다. 6월경부터 코로나 19 관련 신조어를 소개하는 글이 다수 게재되기 시작했다.

본고는 지금 일어나는 현상과 현재의 사회 모습을 지금 이 시대를 사는 사람들이 생생하게 표현하는 신조어가 그 사회를 투영한다는 관점에서 일본의 신조어를 분석하고자 한다. 코로나 바이러스가 창궐한지 약 6개월이 지난 현재¹²⁾, 코로나 관련 자료, 기사 및 인터넷 사용자들의 게재글 등에 나타난 신조어를 수집하여 분석하겠다. 신조어 수집처는 다음과 같다.

- ①三省堂「第18回 ことばの時事問題(5) : コロナ関連の新語・流行語」
(<https://dictionary.sanseido-publ.co.jp/column/goi18>, (검색일 2020.7.30.))
- ②Voista Media 「新型コロナウイルス用語集」
(<https://media.voista.jp/life/covid-19-glossary/>(검색일 2020.7.30.))
- ③週刊女性PRIME 「『新型コロナ流行語大賞』 1000人が選んだ1位はアベノマスクか “百合子語録” か!?)」
(<https://news.yahoo.co.jp/articles/3ae9618f7f199396a9d72c454ce02d80d1ec1381>(검색일 2020.7.30.))
- ④ 7월 5일부터 7월 31일까지 인터넷 기반으로 검색되는 모든 코로나 관련 신문 기사
- ⑤ 7월 5일부터 7월 31일까지 검색되는 Twitter 내 코로나 관련 게재글

상기의 자료에서 나타난 코로나19 관련 신조어를 수집한 결과, 107개의 신조어가 관찰되었다. 여기에는 코로나 이전부터 존재하여 특정 전문 집단에서 위상어로 사용되던 것이 대중에게 널리 알려지면서 대중들 사이에서 일상용어처럼 사용되어 단어의 위상이 새롭게 설정된 경우까

12) 일본의 경우, 일본의 크루즈선 ‘프린세스 다이아몬드호’ 집단 감염 및 유명인 사망, 전지역 긴급사태 선언(4월 7일)과 해제(5월 25일) 등을 거치면서 코로나19 관련 신조어가 많이 생성되었기 때문이다.

지 포함한다. 그런데 한 번에 107개의 신조어가 나타나는 것은 그야말로 ‘신조어 범람’이라고 할 수 있다.

Ⅲ. 코로나 속 신조어

1. 한자어 신조어

본격적으로 코로나19 관련 신조어를 분석하면, 일본에서 사용하고 있는 신조어는 ‘한자’와 ‘가타카나’ 2가지 어종으로 나뉜다. 먼저, 한자어는 총 39개가 확인되었는데 그 중 23개는 ‘농후접촉(濃厚接觸)’, ‘무증상감염(無症狀感染)’, ‘감염경로(感染経路)’, ‘항체검사(抗体検査)’와 같은 감염 및 의료 관련 전문 용어이고, 13개는 후생노동성이 지정해서 발표한 ‘새로운 생활양식(新しい生活様式)’이나 ‘영업자숙(営業自粛)’, ‘외출자숙(外出自粛)’과 같은 정책 관련 용어이다. 한자어의 경우는 신조어의 대부분이 기존에 특정 전문 집단 내에서만 한정적으로 사용하던 직업어가 필요성에 의해 일반 대중들에게 신조어의 형태로 확대된 경우이다.

〈표1〉 코로나 관련 한자어 신조어

분야	신조어 수	신조어 예
감염 및 의료	23	농후접촉(濃厚接觸), 무증상감염(無症狀感染), 감염경로(感染経路)
정책	13	새로운 생활양식(新しい生活様式), 영업자숙(営業自粛), 외출자숙(外出自粛)
기타	3	3밀(3密), 슈킨페이(集近閉), 불요불급한 외출(不要不急の外出)
총	39	

그런데 여기에서는 감염 및 의료와 정책으로 분류되지 않는 나머지 3개의 신조어 ‘3밀(3密)’, ‘슈킨페이(集近閉)’, ‘불요불급한 외출(不要不急の外出)’에 주목할 필요가 있다. ‘3밀(3密)’은 코로나바이러스 감염 확대를 막기 위해 아베정부가 내 건 표어로, 밀폐(密閉)·밀집(密集)·밀접(密接) 3가지 밀(密)을 피하자는 의미이다. ‘불요불급한 외출(不要不急の外出)’은 중요하지 않고 급하지 않은 외출을 뜻하며 정부와 자치단체에서 국민에게 외출 자제를 요청할 때 그 기준으로 사용하는 용어이다. 이는 모두 정책 용어라기보다는 아베정부가 국민에게 협조를 요청하기 위해 만든 캐치프레이즈 형태의 신조어이다. 이를 본고에서는 ‘정부발 신조어’라 하겠다. 이러한 정부발 신조어 외에 SNS상에서 일반 국민들에 의해 만들어진 신조어도 있다. ‘3밀’에 빗대어 개인이 피해야 할 집합(集合), 근접(近接), 폐쇄(閉鎖)의 앞자를 따서 만든 ‘슈킨페이(集近閉)’가 그것이다. 이를 ‘국민발 신조어’라 하겠다. 그런데 여기에는 앞의 두 예와 달리 언어의 유희적 기능이 함께 작동한다. ‘集近閉’의 발음인 ‘슈킨페이’는 중국의 국가주석 시진핑(習近平)을 일본어 발음으로 읽은 것과 같다. 이 신조어 안에는 코로나 바이러스 발생국으로 여겨지는 중국을 시진핑으로 대표해서 ‘시진핑을 피하자’라는 풍자의 의미가 내포되어 있다. 이러한 신조어는 한자의 표어성과 조어력이라는 특성에 기초한다. 일본어는 동음이의어가 많아서 한자로 표기하면 의미 구분을 확실하게 할 수 있어 새로운 단어를 만들 때 한자가 매우 유용하다.

그런데 코로나19 관련 신조어를 보면 일본의 문자 중 외래어, 의성어와 의태어, 동식물명, 방언 등 특수한 어휘군을 표기하는데 주로 사용하는 가타카나로 구성된 단어가 68개 확인되었다. 일본의 문자 중 주류인 한자보다 비주류에 속하는 가타카나로 구성된 신조어가 60%나 더 많이 관찰된다는 점은 주목할 만하다.

2. 가타카나어 신조어

일본어는 어종에 따라 사용하는 문자가 달라지는데 일본의 문자 중 가타카나는 외부에서 유입된 언어를 개음절어의 특징을 갖는 일본어의 음운 체계에 맞춰 표기하는 역할을 담당한다. 그리고 가타카나로 표기하는 단어는 영어처럼 보이지만 영어권 네이티브는 쓰지 않는, 일본인이 임의적으로 만든 ‘일제영어(和製英語)’와 외국에서 사용하는 단어를 그대로 차용한 ‘외래어’로 나뉜다. 그리고 이 외래어는 ‘タバコ(담배)’, ‘パン(빵)’과 같이 일본인의 언어생활에 깊숙이 침투해서 고유어와 함께 있을 때 위화감이 없을 정도로 정착한 경우와 그렇지 않은 경우가 있다.

가타카나로 구성된 코로나19 관련 신조어는 2020년 1월 말부터 시작된 코로나 시대에 새로 유입되거나 만들어진 만큼 정착되지 않아 모두 일본의 고유어와 함께 쓰일 때 문장 안에서 눈에 띄는 ‘미정착 외래어’이다. 이 또한 한자로 구성된 신조어와 마찬가지로 새로운 개념을 지칭하기 위해 만들어진 경우와 그 외의 경우가 있다.

가타카나로 구성된 코로나19 관련 신조어는 다음과 같다.

〈표2〉 코로나 관련 가타카나 신조어

분야	신조어 수	신조어 예
감염 및 의료	26	코로나바이러스(コロナウイルス), 우한바이러스(武漢ウイルス), 신코로나(新コロ), 클러스터(クラスター)
사회 및 경제	9	애프터 코로나(アフターコロナ), 인포데믹(インフォデミック), 뉴노멀(ニューノーマル), 코로나 불경기(コロナ不況)
정책	3	도쿄얼러트(東京アラート), Go To 트래블(Go To トラベル), Go To Eat 캠페인(Go To Eat キャンペーン)
국민발 신조어	30	아베노마스크(アベノマスク), 코로나카(コロナ禍), Go To 트러블(Go To トラブル)
총	68	

감염 및 의료 관련 신조어 중 코로나바이러스(コロナウイルス), 우한바이러스(武漢ウイルス), 신코로나(新コロ) 등은 새로운 사물이나 현상 등이 발생해서 이를 지칭하기 위해 용어가 새롭게 창작되고 변형된 경우(10개 예)이다. 그 밖의 예는 일본어에 해당 개념을 지칭할만한 적합한 단어가 없어서 이미 해외에서 사용되던 전문용어를 그대로 차용하거나 일본 내 의료 집단에서 사용하던 직업어가 일반인에게로 사용 영역이 확장된 경우(16개 예)이다. 대부분 실질적 필요성에 의해 만들어진 용어이지만 ‘ソーシャル・ギャザリング(social gathering, 사회적 모임)’, ‘コンテイジョン(contagion, 전염)’과 같이 직업어에서 확장된 일부 예는 해당하는 일본어가 있음에도 불구하고 가타카나어를 사용함으로써 화자가 자신의 지식을 뽐내기 위한 기능으로 사용하는 예도 있다. 생경한 외래어를 사용하면 일본인이 생각하는 서양어의 이미지인 냉철하고 지적인 이미지가 화자에게 투영되어 외래어를 사용하는 화자도 냉철하고 풍부한 지식을 갖고 있다는 인상을 나타낼 수 있기 때문이다.

다음으로 사회 및 경제 관련 신조어는 모두 코로나 시대를 맞아 새로운 개념이 발생하여 이를 지칭하기 위해 만들어진 용어에 해당한다. 9 단어 중 6단어에 애프터 코로나(アフターコロナ), 코로나 불경기(コロナ不況), 코로나 하이리스크(コロナハイリスク)와 같이 ‘코로나(コロナ)’가 접사의 형태로 붙어 코로나 시대의 사회상임을 잘 드러내고 있다.

이처럼 코로나19 관련 신조어는 미정착 외래어를 가타카나로 표기하는 예가 다수 나타난다. 이와 관련하여 다니카와 미키(谷川幹, 2009)는 미정착된 가타카나어를 일본어로 표기한 영어 즉, ‘일본어 내 영어(日本語内英語)’라 명명하고 그 사용 의도와 효과에 대해 다음과 같이 7가지로 정리하였다.

- ① 어투 완화 효과
- ② 의미 애매화 및 책임회피 효과
- ③ 일본어에 없는 어감 및 개념을 나타내는 효과
- ④ 용어의 반복 회피

- ⑤ 이미지 환기와 의미 확장 목적
- ⑥ 화자가 지적으로 뽐낼 수 있는 효과
- ⑦ 해외에서 만들어진 개념 및 금융, 컴퓨터, 의료 등의 전문용어

정책과 관련된 가타카나 용어는 아베정부가 만들어 발신하는 신조어로, 도쿄얼러트(東京アラート), Go To 트래블(Go To トラベル), Go To Eat 캠페인(Go To Eat キャンペーン)이 있다. 아베정부가 만든 가타카나어 정책 신조어는 다니카와 미키(谷川幹, 2009)가 말한 미정착된 가타카나어의 사용 의도와 효과 중 ‘⑤이미지 환기와 의미 확장 목적’에 해당한다. 이는 정부 정책으로 새로운 개념을 도입하고 소개할 때 국민들의 적극적인 참여를 유도하기 위해 의도적으로 가타카나어를 사용하여 이미지를 부각하려는 목적이 있다. 베리어프리(バリアフリー), 홈헬퍼(ホームヘルパー, 일제영어)와 같은 관청 가타카나어(役所カタカナ語)가 이에 속한다. 일본 정부는 그 효과가 증명된 가타카나의 기능을 활용하여 언어를 이미지화해서 국민들의 여론을 불러일으켜 정책을 이끌어 가려는 의도와 기대 효과를 가지고 있었던 것으로 보인다.

마지막으로 국민발 신조어로 분류된 단어는 30개이다. 이것은 모두 전문가나 정책가에 의해 확립된 용어가 아니라 온라인상에서 일반인들이 만들어낸 신조어이다. 이것은 ‘코로나에 지지않으로나(コロナに、負コロナ)’라는 익살스러운 말장난을 제외하면 모든 신조어가 코로나 사태로 인한 패닉 현상을 대변하거나 아베 정부의 정책을 비판하는 부정적인 의미를 나타낸다. 여기에는 특히 아베노마스크(アベノマスク)나 Go To 트러블(Go To トラブル)과 같이 정부의 정책 용어에 대항하는 국민발 대정부 메시지가 많이 포함되어 있다. 이러한 국민이 만든 신조어를 통해 지금의 일본 상황을 일본 국민들이 어떻게 받아들이고 있는지, 아베정부에 대해 어떤 메시지를 보내고 있는지를 알 수 있다.

상기와 같이 신조어를 종합적으로 분석해보면 한 가지 특징이 부각된다. 정부가 새로운 정책에 대한 이미지를 환기시키기 위해 애써 사용한 정부발 신조어와 정부 정책을 비웃기라도 하듯 생산되고 있는 국민

발 신조어가 아베정부 대 일본국민으로 나뉘어져 신조어 각축전을 벌이고 있는 모습을 보이고 있다.

IV. ‘3밀’ vs ‘아베노마스크’

아베정부의 대표 코로나 대책 키워드인 ‘3밀’을 비롯해 ‘불요불급한 외출’, ‘Go To 트래블’은 일본의 코로나 위기를 가장 잘 드러내는 말이 되었다. 그리고 ‘아베노마스크’ 등의 국민발 신조어는 아베정부의 대처에 대한 일본 국민의 평가를 여실히 보여준다.

1. ‘3밀’

먼저, ‘3밀(三密)’은 “Avoid the ‘Three Cs¹³⁾”와 같이 일본 정부 차원에서 영어로 번역해서 전 세계로 발신하는 등 얼핏 보면 캐치프레이즈로 그럴 듯 해 보인다. 하지만 사실 메시지를 받는 청자의 시점에서 보면 그 의미가 상당히 모호하다. 왜냐하면 Ⅲ장의 ‘1. 한자어 신조어’에서도 언급하였듯이 ‘密(밀)’이 의미하는 것이 무엇인지 명확하게 표기하지 않았기 때문에 일본 국민은 그 뜻을 찾아보고 인지해야 한다. 아이러니하게도 한자 ‘密’은 ‘빽빽하다, 촘촘하다, 빈틈없다’라는 뜻과 더불어 ‘비밀로 하다, 숨기다’라는 뜻을 담고 있다. 아베정부의 의도적인 검사 축소와 확진자 수 은폐 논란이 여전히 끊이지 않는 것은 우연이라고 하기에는 절묘하다고 생각한다.

일본 국민은 정부를 비웃기라도 하듯이 ‘3밀’에 대항하는 ‘슈킨페이(集近閉)’를 연이어 만들었다. 3밀에 대항하여 일본 국민이 스스로 만든

13) Closed spaces with poor ventilation, Crowded places with many people nearby, Close-contact settings such as close-range conversations.

‘슈킨페이(集近閉)’가 모임(集), 가까움(近), 닫힘(閉)을 명시적으로 나타내기 때문에 그 의미를 파악하기가 오히려 더 쉽다. 이는 정부발 신조어에는 결여되어 있던 구체성과 명확성을 부여하고 더 나아가 코로나 사태 발생에 대한 원망을 함축시켰다. 그리고 그들은 스스로 만든 신조어를 사용하여 다음과 같이 온라인상에서 함께 주의를 환기하며 코로나 사태를 견뎌내고 있다.

예1) 마스크着用も忘れずに、そして「集・近・閉」を避けること¹⁴⁾。

예2) 集近閉を守るのと、せめてマスクはして欲しいですね。

自分に移るだけでなく、人に移すのは避けてくれと。

예3) 政治は選挙でしか大きく変わらないので、新型コロナについては為政者への批判よりも各個人が自分を守る方が合理的ですね。高齢者・有患者は出来るだけステイホームして、親族なども同居でなければ訪問は控えてビデオコールを活用。集近閉回避、手洗い、うがいはどの世代も共通。

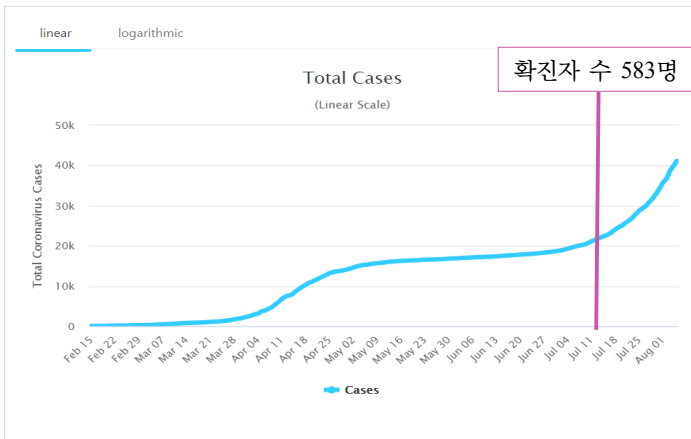
2. ‘불요불급한 외출’

아베정부는 보다 적극적인 코로나 대처의 일환으로 일본 국민의 외출 자제를 촉구하기 위해 ‘불요불급한 외출(不要不急の外出)’이라는 용어를 만들어 외출에 대한 기준을 세워 국민에게 알렸다. 정부발 신조어인 ‘불요불급한 외출’이 일본 국민에게 어떻게 전달되고 있는지 알아보기 위해 ‘不要不急’이라는 검색어로 7월 17일부터 7월 31일까지 업로드된 게시글을 Twitter Search API를 통해 모았다.¹⁵⁾ 이 시기는 긴급사태

14) 개인정보 보호를 위해 작성자의 트위터 아이디는 표기하지 않음.

15) Twitter와 같은 SNS를 분석할 때 SNS 사용자는 특정 커뮤니티에 소속되거나 편향된 사고를 하는 사람이 대부분이기 때문에 그 사회의 전체를 대변할 수 없다는 비판이 있다. 島海不二夫(2020)의 연구 결과에 따르면 실제로 그런 경향이 있으나 일본의 경우, 코로나 바이러스 확진자 수가 증가할수록 편향성이 떨어지고 확진자 수가 감소하면 편향성도 감소한다. 즉, 코로나 바이러스 확진자 수가

선언을 해제한 후 정부가 경기부양에 힘을 쓰면서 국민의 경계심도 느슨해진 시기로, 아래의 그림1과 같이 정부가 공식적으로 발표하는 하루 확진자 수가 500명을 넘기 시작한 때이기 때문이다. 확진자 수의 급격한 증가는 해이해졌던 국민의 경계심을 높인다. 따라서 외출 자체를 촉구하는 ‘불요불급한 외출’이라는 신조어의 사용이 자연스럽게 증가할 수 있어 해당 용어 사용을 관찰하기 용이하다.



〈그림1〉 일본의 전체 확진자 수 (월드오미터 제공)

그 결과, 650,858건(리트윗 제외¹⁶⁾)의 게시글에서 ‘不要不急’이 사용되었다. 그 중 약 80%가 ‘控える(삼가다), やめる(그만두다), 避ける(피하다), 慎む(자중하다), 外出をしない(외출을 하지 않는다)’ 등의 동사와 붙거나 ‘往来自粛(양래 자숙), 外出の禁止(외출 금지), 外出防止(외출

많아질수록 일반인의 SNS 활동이 증가한다는 의미이다. 따라서 코로나 확진자 수가 급격히 증가하는 7월은 일반인의 SNS 활동이 높아 사회 전체를 보는데 이용될 수 있을 것이다.

16) 해당 단어가 어떻게 쓰이는지를 보는 것이 목적이기 때문에 직접 글을 작성하지 않는 리트윗은 제외함.

방지)’ 등과 같은 명사와 함께 사용되는 등 정부가 신조어에 담은 의도 대로 외출을 자제하자는 내용이었다.

여기에서는 나머지 20%에 주목할 필요가 있다. 약 17%는 ‘判断(판단), 難しい(어렵다), に当たらない(에 해당하지 않는다), ?(물음표)’ 등이 붙어서 해당 용어의 판단 기준에 대한 의문을 나타내는 내용이었다.

예4) 不要不急と言ってもそれぞれ事情が違うから、判断するのが本当に難しいよね…

예5) 6月頭に親戚が亡くなってお通夜だけ、顔だけ見てきた。「不要不急」の線引きは難しいね。

아베정부가 국민의 자발적인 외출 자제를 촉구하기 위한 기준으로 제시한 ‘불요불급한 외출’은 일본의사협회사이트인 ‘日医on-line¹⁷⁾’에서도 그 판단기준을 구분하기 어렵다고 언급할 정도로 이 용어는 국민의 혼란을 가중시키는 결과를 낳았다. 인간의 삶은 개별적이고 주관적이어서 필요하지 않고 급하지 않은 일을 구분하기란 쉽지 않다. 그 점을 간과한 아베정부의 신조어는 많은 혼란을 야기하고 있다.

나머지 약 3%는 ‘不要不急’가 ‘가치가 없는, 쓸모없는’이라는 부정적인 의미로 사용된 예이다. 정부발 신조어인 ‘불요불급한 외출’의 경우에는 ‘슈킨페이(集近閉)’와 같이 대응하는 국민발 신조어는 없다. 하지만 그 대신 다음의 예와 같이 해당 용어의 의미 범위를 확장시켜 정부와 언론을 비판하는데 사용된다. 즉, ‘불요불급’은 정부발 신조어이자 동시에 국민발 신조어이기도 한 셈이다. 국민발 신조어에는 다음의 예와 같이 원래 용어에는 없던 풍자적 요소가 새롭게 추가되었다.

17) <https://www.med.or.jp/nichiionline/article/009417.html>, 검색일 2020년 8월 4일.

예6) マスコミの存在が不要不急

예7) 審議拒否が仕事と思ってる野党なんて国会どころか日本に不要不急の存在なんですよ

예6, 예7과 같이 정부발 신조어를 사용해서 오히려 위정자들과 언론을 비판, 비난하는데 사용하고 있다. 더 나아가 예8-예10과 같이 정부나 특정 기관을 대상으로 사용하는 것이 아닌 자신의 처지를 비하하거나 어떤 사물이나 존재가 하찮다는 의미로 사용하기도 한다.

예8) 人間は“不要不急”の存在

예9) 存在自体が不要不急なんでムズい…

예10) アートが不要不急だと後回しにされる

3. ‘Go To 트래블’

아베정부는 7월부터 코로나로 타격을 받은 일본 내 여행 수요를 높여 서 내수를 살리기 위해 1박에 최대 2만 엔을 보조하는 ‘Go To 트래블 (Go To トラベル)’이라는 새로운 정책을 펼쳤다. 그런데 또 하나의 정부발 신조어인 ‘Go To 트래블’은 ‘불요불급한 외출’과 정면충돌한다. 총리가 주재하는 제28회 신형코로나바이러스감염증대책본부의 대책 회의에서 아래와 같이 재택근무와 외출 자제를 촉구하는 가운데, 다른 한편에서는 여행을 권장하는 정책을 동시에 펼치고 있기 때문이다.

在宅での勤務を始め、不要不急の外出を自粛いただくなど、大変な御協力をいただいておりますことに感謝申し上げます¹⁸⁾。

18) 총리관저 보도자료(https://www.kantei.go.jp/jp/98_abe/actions/202004/11corona.html, 검색일 2020년 8월 6일)

이 두 신조어는 아베정부의 자기모순을 나타냈다. 이러한 아베정부의 모순에 일본 국민은 수많은 신조어를 쏟아내며 분노를 표출하고 있다. 국민은 정부발 신조어의 형식을 빌려 다음과 같이 이름을 바꿔 부르며 해당 정책을 조롱한다.

예11) Go To 트러블(GOTOトラブル)

Go To 코로나감염확산캠페인

(GOTO코로나感染拡大キャンペーン)

Go To 코로나확산캠페인(GOTO코로나拡散キャンペーン)

Go To 살인캠페인(GOTO殺人キャンペーン)

또한 이 정책을 예12와 같이 ‘Go To 이권’이라 부르며 여행 관련 업종의 이권이 개입된 비리 정책이라 비난하기도 한다. 그리고 예13처럼 이 정책은 ‘Go To 코로나’, ‘Go To 감염자’가 되어 더 많은 코로나 확산을 낳을 것이라는 우려의 목소리를 낸다. 극단적으로는 예14의 ‘Go To 헬(hell)’이 될 것이라 비판하기도 한다.

예12) Go To 이권(GOTO利権)

예13) Go To 코로나(GOTOコロナ), Go To 감염자(Go To感染者)

예14) Go To 헬(GOTOヘル)

정부 정책에 따르는 것을 ‘Go To하다(GoToする)’라 하면서 ‘Go To하는’ 사람에게서는 예15와 같이 ‘Go To 홈’, ‘Go To 스테이홈’, ‘Go To 캔슬(cancel)’하라고 촉구하기도 한다.

예15) Go To 홈(Go To ホーム)

Go To 스테이홈(GOTOステイホーム)

Go To 캔슬(GOTOキャンセル)

이제는 ‘Go To 트래블’에 국한하지 않고 아프면 ‘Go To PCR’, ‘Go To hospital’ 하자고 말한다.

이처럼 정부발 신조어인 ‘Go To 트래블’에 대해 국민발 신조어로 비판과 비난이 이어진 결과, ‘GOTO’는 코로나19 관련 신조어 안에서 ①~②(으)로 향하는(빠지는), ②하자, ③해라 등의 의미를 나타내는 일본어 접두어로 자리 잡았다.

4. ‘아베노마스크’

코로나 바이러스가 급격하게 확산되어 전 세계가 마스크 수급에 어려움을 겪고 있을 때 아베정부는 일본 내 마스크 부족을 해결하기 위해 모든 세대에 거즈로 만든 천마스크를 배포하기로 결정하였다. 그러나 이러한 긴급대응책에는 많은 문제점이 있었다. 1세대당 2장의 마스크만 배포하여 2인 이상인 세대에서는 마스크를 받지 못하는 세대원이 생기는 점. 한시가 시급한 상황에서 일본 전국에 마스크 배포를 완료하기까지 한 달 반이나 걸렸다는 점. 마스크의 크기가 작고 코 부분에 와이어가 없어서 얼굴 크기와 모양에 따라 코와 입이 노출될 수 있는 점. 한번 빨면 바로 크기가 줄고 너털너털해지는 등의 품질 논란. 이러한 문제점이 드러나, 일본 국민은 아베정부의 마스크 정책에 ‘아베노마스크(アベノマスク)’라는 이름을 붙여 야유했다. 더 나아가 배포된 마스크를 쓰레기라고 비난하는 ‘아베노고미마스크(アベノゴミマスク)’라는 말까지 생겨났다. ‘아베’로 시작하는 신조어는 코로나 확산이 거세질수록 계속해서 만들어졌다. 아베정부는 코로나 정국에서 국민을 집단 살해하는 행위를 하고 있다는 의미를 담은 ‘아베노제노사이드(アベノジェノサイド)’나 아베정부의 정책은 우책이라 조롱하는 ‘아베노구사쿠(アベノグサク(愚策))’, 일본의 코로나 상황은 아베가 만든 인재(人災)라는 의미의 ‘아베카(アベ禍)’ 등이 있다. ‘아베카(アベ禍)’는 일본의 코로나 상황을 ‘화’와 ‘재앙’이라 부르는 신조어 ‘코로나카(コロナ禍)’에 ‘아베(アベ)’를 붙여

만든 말이다. 이렇듯 ‘アベ’는 어느새 무능과 무용, 불신을 상징하는 접두사가 되어 있었다. 언어학에서 접사는 단독으로 쓰이지 아니하고 항상 다른 어근(語根)이나 단어에 붙어 새로운 단어를 구성하는 요소이다. ‘アベ’라는 말이 비자립적인 불완전한 성분인 ‘접사’로 정착한 점 또한 흥미롭다.

그런데 코로나 대처의 책임자이자 비판과 비난의 대상인 일본 총리의 이름인 ‘아베(安倍)’가 가타카나로 표기되고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. ‘아베노마스크(アベノマスク)’나 ‘아베노제노사이드(アベノジェノサイド)’는 뒤에 외래어가 이어지기 때문에 문자를 통일하기 위해 가타카나로 표기했다고 쳐도 ‘아베노구사쿠(アベノグサク(愚策))’나 ‘아베카(アベ禍)’는 한자어에 붙기 때문에 ‘安倍의愚策’, ‘安倍禍’와 같이 표기해도 무방하다. 그럼에도 불구하고 신조어를 가타카나어로 만드는 이유는 무엇일까?

이러한 현상은 코로나 바이러스 때문에 가속화된 것지만 처음으로 생겨난 것은 아니다. 일본의 자유국민사(自由国民社)가 매년 그 해에 유행한 신조어를 뽑는 「유캐 신어·신조어 대상(ユークャン新語・流行語大賞)」의 2015년판에서 톱 10으로 뽑힌 ‘아베 정치를 용서하지 않는다(アベ政治を許さない¹⁹⁾)’라는 말에서도 아베 수상의 이름은 가타카나로 표기되어 있다. 이와 관련하여 미시나 준(三品純, 2018)의 지적을 살펴볼 필요가 있다. 그는 좌익활동가들이 사용하는 가타카나, 이른바 ‘좌익가나(左翼仮名)’를 다음과 같이 3가지 용법으로 정리하였다. ① 대중감(ポップ感)과 문화감(カルチャー感)을 강조하고 ② 가타카나가 가진 ‘예각적(銳角的)’이고 ‘무기질감(無機質感)’ 때문에 ‘변호사 선생(代議士のセンセイ)’과 같이 야유의 의미를 나타낼 수 있으며 ③ ‘히로시마, 나가사키(ヒロシマ・ナガサキ)’는 ‘원폭이라는 끔찍한 번고로 고통받는’ 의미를 내포하며 쇼와천황을 ‘히로히토(ヒロヒト)’로 표기하면 ‘전쟁

19) 하이쿠 작가인 가네코 도타(金子兜太)가 쓴 포스터 내용. 반정부 데모에서 널리 사용됨.

책임이 있는’ 의미를 나타내는 것처럼 메시지성을 나타낸다고 하였다.

국민발 신조어에서 가타카나 사용이 많은 이유도 좌익가나의 용법인 아유와 해당 용어가 탄생한 사건의 배경까지 내포하는 메시지성 때문일 것이다. 그런데 그 기저에는 모두 일반적이지 않은 것을 사용하여 다른 것을 강조하는 특수성을 활용한 효과가 깔려있다. 일본어는 일반적이고 고유한 것은 히라가나와 한자로 표기하고, 외부의 것이나 특수한 것은 가타카나로 구별해서 표기하는 특징이 있다. 기존에 한자나 히라가나로 표기하던 것을 가타카나로 표기한다는 것은 더 이상 일반적이고 보편적이지 않다는 것, 다시 말해 내부의 영역에서 그것이 제외되었다는 것을 의미한다고 할 수 있다. 일본 총리의 이름이 ‘アベ’로 표기되는 것은 うち(내부)와 そと(외부)를 명확하게 구분하는 일본인의 마음속에서 현정부를 이미 そと(외부)의 영역으로 배제했다는 것의 표현이 아닐까 생각한다.

사실 접두사 ‘アベ’의 시작은 2013년에 아베정부가 스스로 만든 용어 ‘아베노믹스(アベノミクス)’이다. 이는 경제정책의 주창자인 아베총리의 성(姓)인 ‘아베(安倍)’와 경제학의 총칭인 ‘economics’를 결합해서 만든 혼성어이다. 물론 그 의도와 의미는 국민발 신조어에 나타난 것과는 완전히 다르다. 도쿄도립대학 법학부의 사토 신(佐藤信) 교수는 ABEMA TIMES 인터뷰²⁰⁾에서 정부가 익숙하지 않은 용어를 사용하는 이유에 대해 ‘모르는 말이 나오면 국민이 자연스럽게 흥미를 가지게 되어 결과적으로 감염과 대책에 주목하기 때문이라’고 하였다. 이는 야나부 아키라(柳父章, 2012)의 ‘카세트 효과’로 설명할 수 있다.

<カセット効果²¹⁾>

カセットcassetteとはもと宝石箱のことで、小さくて綺麗で、中にはすばらしい物が入っていそうである。しかしこれは箱であって、そ

20) ABEMA TIMES(<https://times.abema.tv/posts/7056748>, 검색일 2020년 7월 28일)

21) 柳父章, 「日本における翻訳造語-「カセット効果」について」, 『東アジアにおける近代諸概念の成立—近代東亞諸概念的成立』 26, pp.123-124, 2012.

の中身は見えない。見えないから、かえってすばらしい中身が想像されるという効果である。

<카세트 효과>

카세트(cassette)란 원래 보석함을 뜻하는데 작고 예뻐서 안에 멋진 물건이 들어있을 것 같다. 그러나 이것은 상자일뿐 그 내용물은 보이지 않는다. 보이지 않기 때문에 오히려 더 멋진 내용물을 상상하게 된다는 효과이다.

예를 들어 승려들의 염불이나 건강식품 광고에서 ‘○○○ 1000mg 배합’이라는 말을 들으면 많은 사람들은 염불이 무슨 내용이고 식품에 들어있는 성분은 무슨 역할을 하는지 사실 잘 모른다. 모르는 말이기 때문에 승려나 광고에서 하는 말이라는 이유로 막연하게 좋은 것이라 생각한다. 그것이 카세트 효과이다. 아베정부의 ‘아베노믹스(アベノミクス)’, ‘Go To 트래블(Go To トラベル)’, ‘도쿄알러트(東京アラート)’, ‘클러스터(クラスター)’, ‘오버슈트(オーバーシュート)’ 등의 생소한 용어 사용은 이러한 카세트 효과를 노린 것으로 보인다. 일부러 가타카나어를 사용해서 정부 정책을 전문성을 부여하고 일본 국민이 새로운 정책을 상상하고 기대하게 만들려는 의도이다.

야나부 아키라(柳父章, 2012)는 카세트 효과가 유익한 결과를 가져올 수 있다고 주장하였다. ‘아베노믹스(アベノミクス)’와 같은 일반적인 정책에서는 효과가 있을지도 모른다. 그러나 국민발 신조어를 보면, 코로나 상황에서 정착되지 않은 언어를 사용해서 직접성을 피하고 이미지만을 전달한 정부발 신조어는 오히려 불신과 혼란을 가중시킨 것으로 나타났다. 적어도 국민의 생명과 직결되는 위기 상황에서는 포장에 집중하기보다는 간단하고 명료하게 내용물을 보여줘야 할 것이다. 이상의 아베정부와 일본 국민의 신조어 각축전은 코로나 정국에 나타난 아베정부의 전략과 한계를 여과 없이 보여주었다.

V. 나가며

언어는 정보를 전달하고 생각을 표현하는 인간의 사상과 인간이 속한 그 사회를 나타낸다. 특히, 신조어는 어떤 사회의 현재 모습을 즉각적으로 반영해서 적나라하게 나타낸다. 본고에서는 온라인 및 소셜 네트워크 서비스(SNS)에서 사용되고 있는 신조어를 통해 코로나 사태 속 일본 사회를 파악했다.

일본의 코로나19 관련 신조어를 수집·분석하였다. 그 결과, 총 107개의 신조어가 관찰되었고 그 중 한자어는 39개, 가타카나어는 68개이다. 그 중 새롭게 생겨난 사물과 현상을 지칭하기 위해 만들어진 신조어 외의 용어에 집중했다. 이를 통해 아베정부의 코로나19 대처 자세와 이에 대한 국민들의 평가 등을 알 수 있었다. 아베정부는 ‘3密’, ‘不要不急の外出’, ‘Go To トラベル’, ‘Go To Eat 캠페인’, ‘東京アラート’이라는 신조어를 만들어 코로나 대책을 펼쳤고 일본 국민은 이에 대항하여 ‘集近閉’, ‘GOTO トラブル’, ‘GOTOコロナ感染拡大キャンペーン’, ‘GOTO殺人キャンペーン’, ‘GOTO利権’, ‘GOTOヘル’, ‘GOTOキャンセル’, ‘アベノマスク, アベノジェノサイド, アベ禍’와 같은 신조어를 쏟아내며 분노를 표출하거나 정부발 신조어인 ‘不要不急’에 풍자적 요소를 추가해서 해당 정책을 비판하는 양상이 나타났다. 정부발 신조어는 아베정부의 모순과 애매모호함, 겉포장, 책임회피 등을 보였으며 국민발 신조어는 국민의 평가를 여실히 드러냈다. 그리고 이 치열한 신조어 각축전은 주로 일본의 고유한 것이 아닌 특수한 말을 표기하는 비주류의 가타카나어로 펼쳐졌다는 특징도 나타났다.

어떠한 형태로든 코로나 사태가 종식된다면 현시대를 나타내는 신조어는 대부분 일본어에 편입되지 못하고 소멸할 것이다. 코로나 시대의 신조어는 하루살이와 같은 모습으로 짧지만 열정적으로 코로나19 속 일본을 보여주었다.

본 연구의 연장선상에서 향후 과제에서는 국민의 신뢰를 얻고 협력을 촉구하는 한일 양국의 ‘국가’의 말을 분석하여 한국과 일본 사회를 비교하고자 한다.

■ 참고문헌

- 김수경, 「감염병, 이념, 제노포비아: ‘코로나19’의 정치화와 반중(反中) 현상」, 『다문화와 평화』 Vol.14, No.1, 2020.
- 김유휘, 「코로나19 위기와 독일 장기요양제도의 대응」, 『국제사회보장 리뷰』 Vol.13, 2020.
- 박수은, 「코로나바이러스감염증-19의 바이러스 (SARS-CoV-2) 특징, 전파 및 임상 양상」, 『대한소아감염학회 Pediatric Infection and Vaccine』 Vol.27 No.1, 2020.
- 오재호, 「코로나19가 앞당긴 미래, 교육하는 시대에서 학습하는 시대로」, 『이슈&진단』 No.421, 2020.
- 이재유, 「코로나 19 대응 관련 한국의 출입국 제한조치 및 국제법적 평가」, 『서울국제법연구』 Vol.27 No.1, 2020.
- 최태훈, 「코로나19로 촉발된 미·중 미디어 전쟁 양상 환구시보 사설 비교를 통한 비판적 담화분석」, 『比較文化研究(Cross-cultural studies)』 Vol.59, 2020.
- 磯部文雄, 「強靱な社会保障のために(1)医療危機管理への提言：新型コロナ「第2波」に備えて」, 『時事通信社』, 2020.
- 片岡伸行, 「「コロナ」対策 追及! 政権腐敗「受取拒否」も出る愚策「アベノマスク」を中止せよ 466億円かけるのはそこじゃない!」, 『金曜日』 28(19), 2020.
- 島海不二夫, 「ソーシャルメディアを用いた新型コロナ禍における感情変化の分析」, 『人工知能学会論文誌』 35, 2020.
- 谷川幹, 「未定着カタカナ語と「日本語内英語」:「メディア」と原語の視点から」, 『ソフィア:西洋文化ならびに東西文化交流の研究』, 2009.
- 星野豊, 「教育と法(第136回)いわゆる「オンライン教育」の特徴と問題点」, 『月刊高校教育』 53(8), 2020.
- 松井英介, 「COVID-19 新型コロナウイルス感染症 日本と異なる戦後の歩み

がコロナ感染者の死亡率の低さへ 8年前に最悪シナリオ想定し医療を
充実させてきたドイツ」, 『金曜日』 28(20), 2020.

三品純, 「サヨク活動家はなぜ「カタカナ」表記を好む?」, 示現舎(<https://jigensha.info/2018/03/28/katakana/>(검색일 2020.8.9.)), 2018.

宮下直樹, 「学校 子どもたちのいのちと健康,そして教育を守る (特集 新型
コロナ感染から国民の命と暮らしを守る(2))」, 『議会と自治体』 266, 2020.

矢口満, 「新型コロナウイルスの感染拡大で重要性の高まるサステナブル・
ファイナンス」, 『国際金融 = International finance journal』 1334, 2020.

柳父章, 「日本における翻訳造語-「カセット効果」について」, 『東アジアに
おける近代諸概念の成立—近代東亜諸概念的成立』 26, 2012

<https://times.abema.tv/posts/7056748>(검색일 2020.7.28)

<https://www.worldometers.info/coronavirus/country/japan/>(검색일
2020.8.2)

<https://www.med.or.jp/nichiionline/article/009417.html>(검색일 2020.8.4)

https://www.kantei.go.jp/jp/98_abe/actions/202004/11corona.html(검색일
2020.8.6)

[https://learningenglishwithoxford.com/2020/03/27/the-language-of-corona
virus/](https://learningenglishwithoxford.com/2020/03/27/the-language-of-coronavirus/)(검색일 2020.8.10.)

<https://dictionary.sanseido-publ.co.jp/column/goi18>(검색일 2020.7.30)

[https://news.yahoo.co.jp/articles/3ae9618f7f199396a9d72c454ce02d80d1e
c1381](https://news.yahoo.co.jp/articles/3ae9618f7f199396a9d72c454ce02d80d1ec1381)(검색일 2020.7.30)

<https://media.voista.jp/life/covid-19-glossary/>(검색일 2020.7.30)

❖ ABSTRACT

Japanese New Words and Japanese Society in the COVID-19 Era

Lee, Hae-mi
Kyung Hee University

New words can immediately reflect the present state of a specific society and express it. The purpose of this paper was to understand Japanese society amid the COVID-19 pandemic through new words. Analysis targets were articles introducing new words related to COVID-19 in Japan, COVID-19-related newspaper articles retrieved July 5-31, and COVID-19 related posts on Twitter. In these analyses targets, new words related to COVID-19 were collected and analyzed. The results are as follow. A total of 107 new words were observed. Among them, approximately 70% were created because of the need to refer to newly created objects and phenomena.

This paper focused on the remaining 30% that a new word created by the government and a new word made by the Japanese citizens. Also analyzed the meaning, intention, and characteristics of each new word. It was possible to infer the Abe government's attitude toward COVID-19 and Japanese citizens' evaluation of this through a new word. Summarizing the results, The Abe government practiced measures to counter COVID-19 by coining the new words; 'Three Cs', 'Nonessential outings', 'Go To Travel', 'Go To Eat Campaign', and 'Tokyo Alert'. Against this, the Japanese citizens expressed their anger with a new word; 'Shukinpei (集近閉)', adding a satirical element to the 'Nonessential outings', 'Go To

trouble, Go To Corona Infection Campaign, Go To Murder Campaign, Go To interests, Go To Hell, Go To Cancel' and 'Abenomask, Abenogenocide, Abeka (アベ禍)', not only criticized the policy but the new words created by the government indicated how the Abe government responded to COVID-19. The result of the response was known through a new word made created the Japanese citizens.

Key Words : COVID-19, new words, katakana, three Cs, abenomask

■ 논문접수일 : 2020. 08. 10

■ 심사완료일 : 2020. 09. 13

■ 게재확정일 : 2020. 09. 14