

중국어에 나타난 한국어 차용 현상 분석*

- 웨이보를 중심으로

한 신 신 (조선대) · 강 희 숙 (조선대)

< 목 차 >

- | | |
|----------------------|------------------------|
| 1. 서론 | 2. 웨이보에 나타난 차용 현상 |
| 1.1. 연구 필요성 및 연구 방법론 | 2.1. 한국어 어휘의 차용 |
| 1.2. 웨이보의 한국어 사용 양상 | 2.2. 문법 형태소 ‘-습니다’의 차용 |
| | 2.3. 문장의 차용 |
| | 3. 맺음말 |

국문초록

오늘날 ‘한류’는 중국인, 특히 젊은 네티즌들에게 큰 인기를 얻으면서 중국어에 한국어를 유입 또는 차용하도록 하는 결과를 초래하고 있으며, 이러한 현상은 웨이보를 비롯한 온라인 매체에서 가장 활발하게 이루어지고 있다. 이와 같은 사실을 전제로 이 연구에서는 중국에서 활용도가 높은 웨이보의 용례를 토대로 한국어 차용 현상을 어휘, 문법 형태소 ‘-습니다’ 및 문장으로 구분하여 그 차용 방식과 기능에 대해서 살펴보기로 한다.

주제어 : 차용, 웨이보, 중국인 네티즌, 음역, 번역

* 이 논문은 2017년 2월 25일(토) 연세대학교에서 <온라인 언어 사전의 개발과 전망>이라는 주제로 열린 제30차 한국사전학회 전국학술대회에서 발표한 논문을 수정, 보완한 것이다.

1. 서론

1.1. 연구 필요성 및 연구 방법론

대부분의 언어에는 다른 언어에서 차용된 어휘들이 존재한다. 중국어도 예외는 아니다. 특히 1978년 개혁 개방 이후부터 지금까지 중국에서는 경제 발전과 함께 다양하고 풍부한 영어권 어휘가 유입되어 오랫동안 경직되어 있던 중국 사회에 자유로운 분위기와 활력을 불어 넣고 있다. 또한 WTO 가입과 2008년 북경 올림픽 개최로 중국의 경제와 문화는 급격한 성장과 발전을 이루었고, 이동 통신 및 매체의 발달은 중국 국민의 문화생활과 사용하는 언어에도 많은 변화를 가져다주었다(이운주 2011). 이 시기에 일어난 변화 가운데 하나는 다른 언어들이 자연스럽게 유입·수용되었다는 것이다. 이러한 과정을 거쳐 다양한 외래어가 중국어에 영향을 미치게 되었고, 유입된 언어들 가운데 하나로 한국어를 빼 놓을 수 없다.

1992년을 기점으로 이루어진 한중 수교 이후 정치, 경제, 문화, 교육 등 여러 분야에 걸쳐 두 나라의 교류가 활발해지고 있다. 특히 ‘한류’¹⁾ 열풍으로 인하여 한국의 대중문화, 음식 및 뷰티패션 등에 대한 중국인들의 관심이 높아지면서 한국어의 차용도 자연스럽게 이루어지고 있다. 2016년 9월 30일 현재 사용자가 3억 명 가까이 되는 소셜 네트워크인 웨이보²⁾를 비롯하여

- 1) 주영하(2015:71)에서는 ‘한류’가 1990년대 말부터 동남아시아와 중국 대륙에서 일기 시작한 한국 대중문화의 유행을 가리키는 말이며, 1996년 3월, 베이징FM방송국에서 ‘서울음악실’이라는 프로그램을 시작하면서 중국 대륙에서도 한국 대중음악, 그중에서도 ‘케이팝(K-POP)’이 유행하였다고 하고 있다. 또한, 1997년에 이 방송의 아나운서가 한국 대중가요에 빠져 있는 청소년을 두고서 ‘한류’라는 표현을 썼고 그 후 중국의 언론 종사자들 사이에 이 말이 수용되어 1999년 11월 19일자 <베이징청년보(北京青年報)>에서 ‘한류’라는 용어를 담은 기사를 내보냈다.
- 2) <2016웨이보사용자발전보고>에 따르면 2016년 9월 30일까지 웨이보의 사용자 수는 2.97억에 달한다. 또한 이 보고에서는 2016년 6월까지 중국 인터넷 사용자 수

검색엔진인 바이두³⁾ 등을 보면 한국어 차용 현상이 매우 활발하게 나타나고 있으며, 이에 대한 언어학적 분석 또한 시도된 바 있다. 서형요·이정복(2016), 판영·이정복(2016)이 그것이다.

서형요·이정복(2016)에서는 중국어에 차용된 한국어 통칭 호칭어의 사용 현상에 대한 분석이 처음으로 이루어졌다. 이 연구에서는 ‘오빠, 형, 누나, 언니, 님, 씨’ 등 다양한 한국어 호칭어의 차용 양상을 살피되, 차용된 호칭어를 한국어 용법과 같은 경우와 다른 경우로 나눠서 분석하였다. 판영·이정복(2016)에서는 중국어에 차용된 한국어 종결어미 ‘-습니다(思密達)’의 쓰임과 기능을 매체와 성별 두 가지로 나눠서 분석하였다. 흥미로운 사실은 ‘-습니다(思密達)’가 ‘한국’, ‘한국인’, ‘한국 스타일’을 가리키는 말로 쓰이면서 마치 한국의 상징처럼 인식되고 있다는 것이다.

이상에서 살펴본 바와 같이 중국어에 유입된 한국어 차용 현상에 대한 접근이 전문한 것은 아니다. 문제는 한국어 차용 현상이 비단 호칭어나 특정 문법 형태소의 수준에 머무르지 않는다는 것이다. 즉, 호칭어 외에 다양한 부류의 어휘는 물론 문장 차원의 차용까지 이루어지는 등 그 수준이 단순하지 않다고 할 수 있다. 따라서 본고에서는 오늘날 중국의 네티즌들에 의해 이루어지고 있는 한국어 어휘, 문법 형태소, 문장 등 세 가지에 걸친 차용 양상 및 그 기능을 분석하는 데 목적을 둔다.

한국어 차용 현상을 살펴보기 위한 용례의 수집은 이러한 현상이 가장 활발하게 이루어지고 있는 웨이보를 중심으로 이루어졌다. 예컨대, ‘오빠’의 차용 사례를 수집하기 위해 웨이보의 검색창에 ‘歐巴’를 입력하면 이와 관련된 내용이 나온다. 또한 이에 대한 사용빈도를 화면 맨 밑에서 확인할 수 있다. 하지만, 같은 조회 내용은 최대 50페이지까지만 확인할 수 있으므로 용례들이 처음으로 업로드된 시기는 다소 다를 수 있다.

는 7.1억이라고 밝혔다. 이를 통해 2/3의 인터넷 사용자가 웨이보를 사용하고 있음을 알 수 있다. 이와 같이 많은 사용자를 가지고 있다는 점 때문에 본고에서는 웨이보를 선택하였다.

3) ‘바이두’는 중국 최대의 검색 엔진으로서 백과 사전, 음악 검색, 게시판, 블로그 등의 서비스를 제공한다.

1.2. 웨이보의 한국어 사용 양상

언어 차용은 언어 접촉을 통해 이루어지며 새로운 어휘를 만드는 현상 가운데 하나이다. Harbsmeier(1998: 30)에서는 “중국어의 고립어일지는 몰라도 고립된 언어는 아니다.”⁴⁾라고 지적한 바 있는데, 이와 같이 중국어도 다른 나라의 언어에 의해서 영향을 받는다. 단적인 예로 중국어에 차용된 영어 어휘 수가 적지 않다는 사실을 들 수 있다.

외국어 어휘의 차용은 언어공동체 구성원 모두의 동의를 얻으면서 ‘차용어’ 또는 ‘외래어’로 기능하게 된다. 고유어로만 이루어진 언어 공동체가 없을 정도로 차용은 다양하고 풍부한 언어 공동체를 형성시키는 주요 언어 현상이며 언어 변화 요인이다(사회언어학사전, 2012:206).

20세기 무렵부터 현재까지 중국어에 유입된 영어 어휘 가운데 많은 어휘가 외래어로 인정되어 중국어의 일부분으로 쓰이고 있다. ‘雷達(radar, 레이더)’, ‘幽默(humor, 유머)’, ‘咖啡(coffee, 커피)’ 등이 그것이다. 하지만, 최근 들어 한국의 대중문화에 대한 젊은이들의 관심이 높아지면서 중국어에 대한 한국어의 영향이 늘기 시작하였다. 영어의 경우처럼 아직 보편적으로 사용되지는 않지만, 웨이보를 비롯한 온라인에서 사용되는 통신언어로 활발하게 쓰이고 있는 것이다.

주로 젊은 세대들이 통신언어로 사용하고 있는 한국어 사용 현상은 크게 한국어 차용과 ‘한국어-중국어’ 간 코드 전환 두 가지로 구분할 수 있다. 우선 한국어 차용 사례는 다음과 같다.

(1)

- ㄱ. 和2PM一起一直走花路吧 新劇大發(2PM과 같이 꽃길 걷자, 새 드라마도 대박나세요)
- ㄴ. 祝我家歐巴生日快樂(우리 오빠, 생일 축하해요.)
- ㄷ. Wuli咧咧真的好怕冷喲(우리 찬열 씨, 추위를 많이 타네요.)

4) 양세욱(2004:1)에서 재인용.

웨이보에 나타난 한국어 차용은 대개 예문 (1)에서와 같이 세 가지로 나타난다. (1ㄱ)은 ‘꽃길, 대박’을 의역하여 차용한 것이고, (1ㄴ)은 한국어 단어의 발음에 맞는 한자를 이용하여 음역한 것이다. (1ㄷ)은 한국어 단어를 로마자를 활용하여 차용한 사례이다.

예문 (1)과 같이 한국어를 한자나 로마자로 바꿔서 차용하는 경우 외에 한국어를 그대로 사용해서 쓰기도 하는데, 이는 결과적으로 ‘중국어-한국어’ 간의 코드 전환을 야기한다. 구체적인 사례를 제시하면 다음과 같다.

(2)

- ㄱ. 愛你啲 용화 오빠 사랑해요.(사랑해요, 용화 오빠! 사랑해요)
- ㄴ. 今天果然 諸事不順 오빠 굿나잇(오늘은 역시 일이 잘 안 풀리네요. 오빠 굿나잇)
- ㄷ. 終于到了這一天 哥哥 안녕 기다릴 꺼야.(드디어 이 날이 왔어요. 오빠 안녕, 기다릴 꺼야)
- ㄹ. Wuli珉妹棒棒噠, 멋있어요~奈斯 대박 대박(우리 민 동생 최고 멋있어요, 나이스 대박 대박)
- ㅁ. Top오빠 好好的回來(Top 오빠, 잘 다녀와요.)
- ㅂ. 黃金막내 的模糊日常,#田柾國##防彈少年團# 搖晃的果子(황금 막내의 흐릿한일 상#전정국##방탄소년단# 흔드는 국이5)

사례 (2)는 ‘한국어-중국어’ 간의 코드 전환을 보여주고 있다. 이러한 예들 가운데 (2ㄱ~ㄷ)은 중국어 문장과 한국어 문장으로 구성되어 있는데, 이는 문장 간 코드 전환의 사례들이다. (2ㄹ)은 한국어 ‘우리’의 차용과 코드 전환이 함께 사용되는 사례이다. (2ㅁ)과 (2ㅂ)은 중국어로 이루어진 문장 가운데 ‘오빠’, ‘막내’ 같은 어휘를 삽입하는 방식으로 이루어진 코드 혼용(code-mixing)의 예이다.

이상에서 살펴본 바와 같이, 웨이보에서 나타나고 있는 한국어 사용 현상은 차용과 코드 전환 두 가지로 구분할 수 있다. 코드 전환은 주로 이중 언어 화자에 의해서 많이 이루어지고 있기 때문에 그 용법은 한국어 문법과

5) 여기서 ‘국이’는 방탄소년단의 멤버인 전정국을 말한다.

일치하는 경우가 많다. 그러나 한국어의 차용은 한국어 문법을 모르는 채 한국어 접한 중국 네티즌들이 주로 사용하기 때문에 용법과 표기가 매우 다양하다. 이에 본고에서는 코드 전환은 제외하고 한국어 차용 현상에만 초점을 맞춰 기술하기로 한다.

2. 웨이보에 나타난 차용 현상

언어 접촉에 의한 차용은 음운·어휘·통사를 포함하여 언어의 모든 영역에 걸쳐 나타날 수 있다. 이 가운데 차용 현상이 가장 두드러지는 영역은 어휘이다. 중국어에 나타난 한국어 차용 역시 어휘 위주로 실현되고 있다. 이외에도 문법 형태소 ‘-습니다’를 비롯하여 간단한 문장의 차용도 찾아볼 수 있다. 이 장에서는 세 가지 층위로 구분할 수 있는 차용 현상을 웨이보의 용례를 중심으로 살펴보고자 한다.

차용 현상을 구체적으로 살펴보기에 앞서, 일단 차용어 코퍼스를 표집하고 분류 방법론을 서술하도록 하겠다. 중국어의 차용어에 관한 기존 연구에서는 차용어의 어휘군을 음역(音譯), 의역(意譯), 형역(形譯)과 같은 큰 범주로 나눈 다음, 차용 방식이 여러 가지 결합된 음의겸역⁶⁾, 음형겸역 등의 경우를 제시하고 큰 범주 밑에 속하는 축자번역, 음의쌍관⁷⁾ 등의 하부 분류를 제시하였다. 이러한 분류 방식을 구체적으로 보면 <표 1>과 같다(한선영 2015:44).

<표 1> 중국어의 차용어 분류 방법

1수준	2수준	3수준	4수준	예
음역	순수음역		한자	可可(cocoa)

- 6) ‘음의겸역’은 음역한 부분의 앞이나 뒤에 해당 단어의 종류를 나타내는 접사 등을 붙여 첨가한 방식을 이른다.
 7) 여기서 말하는 ‘음의쌍관’은 관련된 부수나 한자의 의미를 살려 음역하는 방식이다.

			한자/로마자	Q(cute)
	음의쌍관	부분 음의쌍관	한자	咖啡(coffee) 咖喱 (curry)
		전체 음의쌍관		脫口秀(talk show) 引得(index)
의역	전체 의역		한자	話筒(microphone) 袋鼠(kangaroo)
	축자번역			炒年糕(떡볶이) 臉書(facebook)
	반축자번역 반의역			二維碼(QR code) 掃描器(scanner)
	반축자번역 반침가			紫菜卷飯(김밥)
형역	비회귀		한자	參鷄湯(삼계탕)
	회귀			革命, 教育
음의 검역	반음 반의역	순수음역 반음반의역	한자	香草拿鐵(van illa latte), 焦糖瑪奇朵(caramel macchiato)
		음의쌍관 반음반의역		霓虹灯(neon sign) 時裝秀(fashion show)
	반음 반침가	순수음역 반음반침가		桑巴舞(samba)
		음의쌍관		鯊魚(shark)

		반음반첨가		
	반음 반의역 반첨가			葡式蛋撻(egg tart)
음형 검역			한자+ 로마자	T比特(terbit)
			로마자/ 숫자	NBA, MP3
음형의 검역	반음형 반의역			C語言 (C language)
검역	반음형 반첨가		한자+ 로마자	AC米蘭隊 (AC Milan)
	반음형 반음의검역			維生素D (Vitamin D)

중국 《漢語外來詞》(사유위, 2013: 70~108)에서는 아편전쟁(1840년)이후부터 20세기 후반까지 형성된 차용어를 611개로 제시하고 있다. 이 차용어들을 <표 1>의 분류법에 따라 나눠보면 음역이 264개로서 약 43.21%를 차지하여 자료 내부에서 가장 흔한 차용 방식에 해당하였으며, 뒤이어 형역이 260개로서 약 42.55%를 차지하여 두 번째로 흔한 차용 방식에 해당하였다. 음역이나 음의검이나 음형검역을 모두 차지하는 비율은 10% 미만이었다. 따라서 본 연구에서는 웨이보에서 표집한 용례를 이러한 언어 사실을 토대로 구체적으로 분석하기로 한다.

2.1. 한국어 어휘의 차용

어휘 차용 현상을 품사별로 볼 때 명사가 가장 많이 나타나고 감탄사, 대명사, 형용사, 부사 등의 차용도 종종 보인다. 한국어 어휘의 차용 양상을 품사별로 살펴보면 다음과 같다.

2.1.1. 명사

1. 호칭어

앞에서 언급했듯이 차용된 한국어 어휘 가운데는 명사의 차용이 가장 많으며, 이 가운데 호칭어 차용이 가장 활발하게 이루어지고 있다. 이 외에 한국어 신조어 및 ‘친구’와 같은 일반 명사의 차용도 보인다.

웨이보에서 가장 높은 빈도로 나타나는 한국어 명사 차용어는 친족 호칭어에서 비롯된 통칭 호칭어들이다. 박정운(1999:517)에 따르면, 통칭 호칭어란 주로 잘 모르는 사람들 사이에서 나이나 지위 차이, 신분 등을 정확히 따지지 않고 여러 사람에게 두루 쓰는 호칭어를 말한다. 통칭 호칭어로는 ‘직함 호칭어’에서 발달한 것과 ‘친족 호칭어’에서 발달한 것으로 나눌 수 있다. ‘선생님’, ‘사모님’, ‘사장님’, ‘학생’ 등이 전자에 속하고 ‘오빠’, ‘언니’, ‘아저씨’, ‘아주머니’ 등이 후자에 속한다. 이와 같은 유형의 한국어 호칭어들을 네티즌들이 들리는 대로 차용하다 보니 차용어 표기 방식이 상당히 다양하게 나타나고 있다. 이를 웨이보 출현 빈도순으로 제시하면 <표 2>과 같다.

<표 2> 차용 호칭어의 표기 방식과 출현 빈도

호칭어	표기 방식	출현 빈도 ⁸⁾
오빠	歐巴 (ōuba, 어우바)	100,460,415
	偶吧 (ǒuba, 어우바)	26,227,545
	oppa	12,731,008
	oba	1,556,483
	偶巴 (ǒuba, 어우바)	926,095
	ouba obba	982 934
언니	歐尼(ōuní, 어우니)	65,385,571

	歐妮(ōunī, 어우니)	9,050,390
	oni	435,607
막내	忙內(mángnèi, 망네이)	24,157,532
누나	努那(nǔnà, 누나)	883,195
	nuna	981
형	hiong	162,243
아저씨	阿扎西(āzhāxī, 아자씨)	59,303
	阿澤西(āzéxī, 아자씨)	25,909
아줌마	阿祖瑪(āzǔmǎ, 아주마)	610

위의 표에서 보듯이, 한국어 호칭어 ‘오빠’는 한자 표기 ‘歐巴, 偶吧, 偶巴’와 로마자 표기 ‘oppa, oba, ouba, obba’ 등으로 차용되고 있다. 또한 ‘언니’는 한자 표기 ‘歐尼, 歐妮’와 로마자 ‘oni’ 로, ‘막내’는 한자 표기 ‘忙內’로, ‘누나’는 한자 표기 ‘努那’와 로마자 표기 ‘nuna’ 등으로 각각 차용되고 있다. ‘형’의 경우는 로마자 ‘hiong’으로, ‘아저씨’는 한자 ‘阿澤西’와 ‘阿扎西’로 차용되는 것이 특징이다. ‘아줌마’ 역시 한자 표기만 있는데 ‘阿祖瑪’가 그것이다. 차용에 사용되는 한자 표기와 로마자 표기는 둘 다 발음 그대로 이루어지는 음역에 해당한다.

그렇다면 한국어 호칭어들은 어떻게 차용되고 있을까? 다음은 구체적인 사례들이다.

(3)

- ㄱ. 大家現在可能被孔侑歐巴迷的不要不要的(지금 다들 공유 오빠에게 빠진 것 같아요.)
- ㄴ. wuli長腿oppa做的醬油肉真的,太太太好吃啦(우리 긴 다리 오빠가 만든 장삼겹살 진짜 맛있어요.)
- ㄷ. 早安,wuli聖經歐尼(좋은 아침, 우리 성경 언니)
- ㄹ. 新年快樂啲,wuli歐妮回來了,開心 (새해 복 많이 받으세요, 우리 언니 왔)

8) 2016년 12월 19일 기준.

- 어요. 기빠요.)
- ㉠. oni做的蛋包飯 厲害了word⁹⁾姐 (언니가 한 오므라이스, 대단해요 우리 언니)
 - ㉡. 曹圭賢#我們忙內,我們老幺要入伍了(#조규현#우리 막내, 우리 막내도 곧 입대하네요.)
 - ㉢. #劉仁娜# 努那又美又可愛(#유인나# 누나 예쁘고 귀여워요.)
 - ㉣. @朴寶劍 謝謝你的morning call,努那的♥都要化了(@박보검 너의 모닝콜 고마워, 누나의 마음이 녹을 것 같아.)
 - ㉤. 鐘國hiong唱的歌好棒(중국 hiong 노래 진짜 잘해요.)
 - ㉥. 候車廳,剛走了一个一直抖腿抖的我好不容易熟悉他的節奏感的阿澤西(터미널에서 내 옆에 앉은 아저씨가 계속 다리를 떨었어요. 간신히 그의 리듬에 적응했는데 가버렸어요.)
 - ㉦. 我們說好看帥哥的可惜只有阿祖瑪(미남을 보러 왔는데 아줌마밖에 없네요.)
 - ㉧. 阿祖瑪 一看書就腰疼(아줌마가 책을 보니 허리가 아파요.)

위의 예들 중 (37)의 ‘공유 오빠’는 한국 연예인 이름 다음에 ‘오빠’를 차용해서 사용한 것이다. 이러한 차용은 자기가 좋아하는 연예인과의 거리를 줄이려는 네티즌들의 심리에 따른 것이라고 할 수 있다. 한국에서는 여성이 연인 관계인 남성에게 ‘오빠’라고 부르기도 하는데 이를 접촉한 중국의 네티즌들도 자신의 남자친구에게 ‘오빠’라고 하기도 한다. (38)이 그러한 예이다.¹⁰⁾

‘오빠’의 로마자 표기로는 ‘oba, oppa, ouba, obba’ 등이 사용되는데, 이 가운데 한국어 발음에 맞게 쓴 것은 ‘oppa’밖에 없다. 이는 한국어를 차용하는 네티즌들이 대부분 이중언어 화자 또는 한국어 학습자가 아니라 단순히 들리는 대로 차용하기 때문으로 보인다. 한국어 ‘ㅃ’에 대응하는 중국어 자음이

9) ‘word’는 중국어 ‘我的(wo de: 나의)’의 발음이 비슷해서 네티즌들은 ‘word oo’를 쓰고 ‘나의 oo’를 표현하고 있다. 또한 ‘厲害了word oo’ 혹은 ‘厲害了我的oo’라는 표현도 작년부터 유행하기 시작했는데, ‘oo 대단하다’의 뜻으로 이해하면 된다. 이는 ‘oo 대단하다’의 뜻으로 이해하면 된다.

10) 2013년 한국에서 상영한 드라마 <상속자들>이 중국에서 큰 인기를 얻었는데 출연자들이 큰 키와 긴 다리를 가지고 있어서 중국 네티즌들은 그들을 <長腿歐巴: (긴 다리 오빠)>라고 부르기 시작하였다. 이후 ‘오빠’는 네티즌들 사이에서 빠르게 확산되었고 여러 가지 표기로 웨이보에 나타나고 있다.

없으니, 네티즌들이 듣기에 ‘b’와 비슷한 ‘obba’나 ‘oba’로 차용하고 있는 것이다. ‘ouba’는 ‘오빠’ 발음 그대로를 중국어 병음으로 표시한 것으로 추정된다. 로마자 차용 기능은 위에서 제시한 한자 차용과 비슷하다. 로마자 차용도 역시 한국 연예인과 연관시켜서 가장 많이 쓰고 있다.

(3)의 용례들 가운데 (3ㄷ~ㄴ)은 ‘언니’의 차용 사례들이다. (3ㄷ)은 한국 연예인 이름 뒤에 ‘언니’를 붙여 차용하는 경우이다. 이를 통해서 알 수 있듯이, ‘歐尼’도 주로 한국 연예인 이름 뒤에 붙여 사용하고 있다. 그러나 ‘歐巴’와 달리 ‘歐尼’는 네티즌 자신과 실제로 관련된 여성에게 더 많이 쓰인다. 예문 (3ㄹ, ㄴ)이 그러한 예들이다. 이외에도 네티즌들은 ‘歐尼, 歐妮’를 닉네임으로 차용하는 경우도 적지 않다¹¹⁾.

(3ㅁ)의 한국어 ‘막내’는 한국 연예인 이름에 붙여서 차용되고 있다. 이와 같은 용법도 웨이보에서 많이 보인다. 네티즌들은 ‘막내’를 주로 한국 보컬 그룹 가수의 ‘막내’를 가리킬 때 쓴다.

(3ㄴ, ㄴ)은 ‘누나’의 차용 사례들인데, ‘오빠’, ‘언니’와 마찬가지로 한국의 연예인 이름에 쓰이는 경우가 많다. 이는 (3ㄴ)에서 확인할 수 있다. 하지만 (3ㄴ)과 같이 남성 연예인을 대상으로 글을 쓰면서, 자신을 가리킬 때 ‘누나’를 사용하기도 한다.

(3ㅇ)에서 확인되는 ‘형’은 다른 호칭어들과는 달리, 로마자 표기법인 ‘hiong’으로만 차용되고 있다. 이는 ‘형’에 대응하는 마땅한 한자가 없기 때문인 것으로 추측된다. ‘hiong’ 역시 주로 한국 연예인의 이름 뒤에 붙여서 사용한다.

‘아저씨’ 또한 한국 연예인이나 한국 드라마에 나온 배역 이름에 붙여서 쓰인다. ‘공유 오빠’와 같이 ‘공유 아저씨’도 많이 보인다. 이외에 (3ㅇ)처럼 한국어의 ‘아저씨’와 마찬가지로 중년 남성을 가리키는 데 사용되기도 한다.

마지막은 ‘아줌마’인데, 대부분 (3ㅎ)과 같이 진짜 한국 아주머니를 가리킬

11) 小馨歐妮(샤오신 언니), Mimi歐妮(Mini 언니), 歐妮xue(언니 xue), 劉歐妮oni(류 언니), 聰聰-歐尼(총총 언니), 歐尼會發光(언니 휘파광), 叉叉歐尼(차차 언니) 등 같은 닉네임이 그것이다.

때 쓴다. 그러나 (3ㄷ)처럼 한국 아주머니가 아닌 네티즌 자신을 가리킬 때도 사용한다.

위에서 제시한 호칭어 사례들은 한국어 문법과 거의 일치하는 사례들이라고 할 수 있는 것들이다. 그러나 중국 네티즌들은 자신들만의 독특한 용법으로 한국어 호칭어들을 변용하기도 한다. 사례를 제시하면 다음과 같다.

(4) ㄱ. 兩個長腿歐巴的午睡時間(두 명의 긴 다리 오빠의 낮잠 시간)



- ㄴ. 兩個長腿歐巴領着一個短腿歐巴去發現王國(두 명의 긴 다리 오빠가 한 명의 짧은 다리 오빠를 데리고 신세계를 발견하러)
- ㄷ. 不想是躲起來生了個八斤二兩的長腿歐巴(숨어서 4.1킬로의 긴 다리 오빠를 낳을 줄이야)
- ㄹ. 跟hong一起去練琴,結果我還是把頭發扎起來了(형과 같이 피아노 연습 하러 가요. 결국에 머리를 묶었어요.)

(4ㄱ)은 ‘歐巴’를 차용해서 자신의 남자친구와 고양이를 가리키고 있다. (4ㄴ)은 남성 화자인데도 불구하고 자신과 동행하는 남성 친구에게 ‘歐巴’를 쓰고 있다. (4ㄷ)은 어린 남자아이를 ‘歐巴’라고 부르는 사례이다. (4ㄹ)은 여성 화자가 자신의 친구를 ‘형’이라고 부르고 있다.

이와 같이 일부 네티즌들은 대상의 성별, 나이와 상관없이 한국어 호칭어를 차용하고 있다. 특히 (4ㄱ)과 같이 ‘오빠’는 애완동물에게도 쓰인다. 많은 한국 드라마에서 남성 배우들은 멋진 이미지를 보여주기 때문에 이를 접한 네

티즌들이 ‘오빠’의 개념을 ‘멋진 것’으로 확장하여 자신이 좋아하는 사물이나 인물에 무작정 차용해서 쓰는 경우도 적지 않다.

한편 한국어 호칭어로 ‘님’¹²⁾¹³⁾ 또한 매우 활발하게 차용되고 있다. 이정복(2000)에서는 한국어 두루 높임 호칭어 ‘님’이 접미사, 의존명사, 대명사로 쓰이고 있다고 보았다. 중국 네티즌들이 이와 같은 용법을 지닌 ‘님’을 어떻게 차용하고 있는지 사례를 통해서 살펴보기로 한다.

(5)

- ㄱ. 怎么會有这么話的代表nim(이렇게 달콤한 대표님이 어디 있어요?)
- ㄴ. #張水院# 跟 #姜成勛# 兩位黑白王子nim(#장수원#과 #강성훈# 흑백왕자님)
- ㄷ. #李准基# 想知道撒豆nim的口紅色号是什么(#이준기#사또님의 립스틱 색상이 알고 싶어요.)
- ㄹ. 讓人欲罷不能的柿子nim(사람이 못 빠져나오게 하는 세자님)
- ㅁ. 今天狀態超級棒的哦吧nim (오늘 컨디션이 아주 좋은 오빠님)
- ㅂ. 一直在堅持夢想并且努力的我們主唱nim(꿈을 위해서 버티면서 열심히 하고 있는 우리 메인보컬님)
- ㅅ. 我最可愛的里兜nim啊 (나의 가장 귀여운 리더님아)

중국 네티즌들은 ‘님’을 로마자 ‘nim’으로 표기해서 차용하고 있는데, 웨이보에서 ‘nim’은 주로 접미사와 의존 명사로 쓰이고 있다. 이중에서도 접미사로 차용하는 사례가 대부분이다. (5ㄱ)과 같이 ‘님’을 직업, 신분을 나타내는 말 뒤에 붙여 높임의 뜻을 더하는 접미사로 쓰는 것이다. 여기서 제시한 ‘대표님’ 외에 ‘선배님, 사장님, 기자님, 차장님’ 등의 차용 현상도 나타나고 있다. 통신문어에서 사용하는 한국어 통칭 호칭어 ‘님’의 용법과 차이가 없지만, 이러한 용법은 실제 언어생활에서는 찾기가 어렵다.

(5ㄴ)의 경우처럼 ‘왕자님’의 차용도 있는데, 이는 네티즌들이 좋아하는 연예인과 같이 쓰이고 있다. 남성 연예인에게는 ‘왕자님’이라고 하고 여성 연예

12) ‘nim’은 1,228,878의 조회 수가 나타났다.

13) 아래에서 설명한 바와 같이 ‘님’은 접미사로 쓰이는 것이 일반적이지만, 주로 명사 호칭어에 결합하여 쓰인다는 점에서 명사 범주에 포함하여 기술하였다.

인에게는 ‘공주님’이라고 한다.¹⁴⁾ (5ㄷ, ㄹ)과 같은 표현도 찾을 수 있는데, 네티즌들은 ‘사도, 세자’를 각각 한자 표기 ‘撒豆(sǎdòu: 사떠우), 柿子(shìzi: 쓰즈)’로 차용한 후 접미사 ‘nim’을 덧붙여서 쓰고 있다. 이러한 차용은 인터넷 통신언어의 재미를 보여주고 있다. (5ㄱ~ㄴ)은 각각 ‘오빠’, ‘메인보컬’, ‘리더’ 뒤에 ‘님’을 붙여서 사용한 것이다. 이러한 표현은 중국어에 없는 높임 기능을 쓰다 보니 네티즌들이 좋아하는 연예인이나 연예인의 담당 역할에 ‘님’을 무작정 차용하고 있음을 보여주는 것이라고 할 수 있다.

웨이보에서는 ‘님’을 의존 명사로 차용하기도 한다. 이는 사례 (6)을 통해서 확인할 수 있다.

(6)

- ㄱ. 尹斗俊nim出演的MBC我獨自生活要播放了(윤두준 님이 나온 ‘나 혼자 산다’ 곧 방송해요.)
- ㄴ. 具nim超美超有才超能干啊(구 님 예쁘기도 하고 재능도 많고 일도 잘하네요)
- ㄷ. 關nim溫暖令人感動的聲音(각 님의 따뜻하고 감동적인 목소리)
- ㄹ. 帶上我的周黑鴨nim(나의 짬뽕헤이야 님을 데리고)

주지하는 바와 같이, 한국어에서 ‘님’을 의존 명사로 사용할 때는 이름 뒤에 붙여서 사용하는 것이 특징이다. 중국 네티즌들 역시 연예인 이름 뒤에 ‘nim’을 차용해서 쓰고 있다. (6ㄱ)의 ‘윤두준 님’이 그 예이다.

(6ㄴ) 같은 경우에는 한국 배우 구혜선의 남편이 방송에서 구혜선의 애칭을 ‘구 님’이라고 공개한 후에 웨이보에서 널리 차용되고 있다. ‘구 님’을 제외하면 성 뒤에 ‘님’을 붙이는 용법이 거의 나타나지 않는다. (6ㄷ)은 한국 가수인

14) 이외에 사례를 더 제시하면 다음과 같다.

- a. #李泰民# 好像有点冷啦[二哈]但是風度也很重要的王子nim(#이태민# 조금 추운 것 같아요. 그러나 스타일도 중요한 왕자님)
- b. #崔珉豪# 希望我的小王子nim永遠快樂 (나의 어린 왕자님 영원히 행복하길 바라)
- c. 我們西卡公主nim 可以參加音樂放送節目嗎(우리 (제)시카공주님 음악방송에 나와요?)

허각을 ‘각 님’이라고 부르는 사례이다. 이와 같이 이름의 일부 글자 뒤에 ‘nim’을 붙여서 쓰는 현상도 많이 나타나고 있다. 이러한 현상은 한국어 화자들은 두 글자로 된 한국인의 이름을 한 단위로 인식하여 쓰는 반면, 중국어 화자들은 이름 두 글자를 각각의 의미를 지닌 독립 요소로 인식하여 쉽게 분리하며 쓴 결과라고 할 수 있다(서형요·이정복 2016:187). 이러한 사유 말고도 이름의 일부 뒤에 ‘nim’을 붙여서 사용하는 것은 화자와 자신이 좋아하는 연예인과 더 친해 보이려는 의도도 있는 것으로 보인다.

한편, (6ㄹ)은 중국의 유명한 오리고기 간식 브랜드에 ‘nim’을 쓴 것이다. 이는 이 간식을 인격화하고 그에 대한 친밀하면서도 긍정적인 감정을 표현하고 있는 것이라고 할 것이다.

2. 신조어

한국 예능 프로그램도 한류의 중요한 부분으로 중국 대중들에게 높은 인기를 차지하고 있다. 이러한 프로그램들에서 사용하는 언어의 특징 중 하나는 신조어를 자주 사용하거나 새로운 신조어를 만들어 내기도 한다는 것이다. 따라서 예능 프로그램을 접한 중국 네티즌들도 한국어 신조어를 많이 차용하고 있다. ‘귀요미, 세젤귀, 뇌섹남(녀)’ 등이 그것이다. 신조어의 차용이 어떻게 이루어지고 있는지 제시하면 아래와 같다.

(7)

- ㄱ. 小柴犬Kiyomi跟我玩high five(시바견귀요미가 나랑 하이파이브를 하네요.)
- ㄴ. 我的kiyomi呀, 生日快樂呀(나의 귀요미야, 생일 축하해요.)
- ㄷ. 我們鐘鉉 世最可님(우리 종현 세젤귀)
- ㄹ. 金希澈不是典型的腦性男(김희철 씨는 전형적인 뇌섹남이 아니에요.)
- ㅁ. 做一个愛學高數的腦性女(수학을 좋아하는 뇌섹녀를 할래요.)

위의 예들 중에 (7ㄱ, ㄴ)은 ‘귀요미’를 로마자 ‘Kiyomi’ 또는 ‘kiyomi’로 표기하여 차용하고 있음을 보여 준다. (7ㄷ), (7ㄹ, ㅁ)은 ‘세젤귀’와 ‘뇌섹남(녀)’

이 각각 한자 표기 ‘世最可(세최가: shìzuìkě, 쓰쭈이커)’, ‘腦性男(女)(뇌성남/여, nǎoxìngnán/nǚ 나오씽난/늬)’으로 쓰이고 있다. 차용 방식으로 볼 때 ‘Kiyomi’는 음역이고, 나머지는 각각 의역 및 형역에 속한다. 이와 같은 사례를 보면 한국어 신조어 차용은 한국 통신언어와 별 차이 없이 쓰이고 있음을 알 수 있다. 다만 일부 네티즌은 ‘귀요미’를 애완동물과 같이 쓰기도 한다. (7ㄱ)이 그러한 예이다. (7ㄷ)은 ‘세젤귀’ 뒤에 ‘님’을 접미사로 쓰고 있는 것인데, 여기에서 ‘님’은 높임의 기능을 한다.¹⁵⁾

3. 일반명사

위에서 제시한 어휘들 외에 ‘친구’, ‘아이돌’, ‘리더’ 같은 일반명사의 차용도 적지 않다. 이 가운데 ‘친구’는 한자 표기 ‘親故(qīngù: 친꾸)’로 차용되고 있다. 이러한 차용은 음의겸역(音義兼譯)에 해당한다.¹⁶⁾ 이는 웨이보에서 12,425,531의 빈도를 보이고, 이외에 ‘wuli 親故’의 표현도 172,017건이 조회된다. 조회 수만으로도 ‘친구’가 얼마나 많이 쓰이고 있는지 짐작할 수 있다. 용례를 제시하면 다음과 같다.

(8)

- ㄱ. STARCAST~2PM 和動物親故們一起的PM
(STARCAST~2PM 동물 친구와 같이 있는 PM)
- ㄴ. 那時候還不知道未來的好親故共同走到了出道乃至現在(그때 미래를 잘 모르는 좋은 친구와 같이 데뷔하고 지금까지 왔어요.)
- ㄷ. Wuli大親故海老師, 愛你一万年(우리 큰 친구 하이선생님 영원히 사랑해요.)
- ㄹ. 親故們 燦烈的狗狗叫什麼啊(친구들, 찬열의 강아지 이름이 뭐예요?)

15) 이러한 표현은 한국 온라인에서도 찾을 수 있다. 한국 트위터에서 찾은 예를 보면 다음과 같다.

- a. ‘난 널 좋아해’ 잘하는데 부끄럽지만, 세젤귀님 많이 많이 감사합니다.
- b. 보고 싶어요. 세젤귀님

16) 중국어의 ‘親故’가 있는데, 이는 역사적으로 ‘오래된 친구’라는 뜻으로 쓰였다. 그러나 현대 한어에서는 이와 같은 표현이 쓰이지 않는다.

‘친구’에 대응되는 중국어는 ‘朋友(붕우)’인데, 온라인에서는 ‘朋友’를 대신하여 ‘親故’를 많이 차용하고 있다. 이러한 차용은 재미와 신선함을 추구하기 위한 것이라고 할 수 있다.

중국 네티즌들이 사용하는 ‘친구’는 한국어 용법과 일치하는 경우가 대부분이다. 그러나 (8ㄴ)의 ‘好親故’, (8ㄷ)의 ‘大親故’와 같은 표현도 나타나고 있다. (8ㄴ)은 중국어 ‘好朋友(사이가 좋은 친구)’와 ‘大朋友(성인 친구)’의 영향으로 나타난 것이다. 그 밖에 중국어 ‘小朋友(어린 친구)’의 영향에 의한 ‘小親故¹⁷⁾’의 차용도 나타나고 있다. 마지막으로 (8ㄹ)의 ‘親故+們’의 표현도 많이 나타나는데, 이는 중국 네티즌들이 웨이보에서 도움을 요청할 때나 공지할 때 많이 쓰는 표현이다.

‘친구’ 외에 또 다른 일반 명사 차용 사례로는 ‘아이돌’과 ‘리더’ 같은 어휘를 들 수 있다. 이러한 어휘들의 차용은 K-pop의 확장과 관련이 있다. K-pop이 중국에서 특히 젊은 세대에게 큰 인기를 얻음으로써 K-pop에 관한 어휘도 비교적 활발하게 차용되고 있는 것이다. 여기서 말하는 ‘아이돌’, ‘리더’ 등이 바로 그것이다.

주지하는 바와 같이 ‘아이돌’, ‘리더’와 같은 단어의 어원은 영어의 ‘idol’과 ‘leader’이다. 이러한 어휘들은 한국을 거쳐서 다시 중국 네티즌들에게 차용되는 것으로 보인다. 구체적인 사례는 다음과 같다.¹⁸⁾

(9)

- ㄱ. 非常讓人想要帶回家養起來的愛豆 艾力呀(에릭은 집에 데려가서 키우고 싶은 아이돌이다.)
- ㄴ. 你唯一喜歡了很久的愛豆是誰?(당신이 오랫동안 유일하게 좋아하는 아이돌이 누구예요?)
- ㄷ. #鄭振永##B1A4# 晚安鄭里兜(#정진영##B1A4# 잘 자요 정 리더)

17) 예를 들면 다음과 같다.

- a. 新年第一天, 意外之喜. 謝謝小親故(새해 첫날 뜻밖의 경사가 났어요. 샤오친구 고마워요.)
- b. 初雪天, 給wuli小親故表个白(첫눈이 오는 날에 샤오친구에게 고백을 했어요.)

18) ‘愛豆,里兜’ 각각 337,534,959, 846,883번의 조회 수가 확인되었다.

(9ㄱ)과 (9ㄴ)은 ‘아이돌’을 한자 표기 ‘愛豆(애두: àidòu, 아이떠우)’로 차용한 사례이다. 중국어에서는 ‘idol’를 ‘偶像(우상: òuxiàng)’으로 차용해서 쓰다가 ‘한류’의 영향으로 ‘愛豆’로 차용하는 현상이 매우 활발하게 나타나고 있다. 그러나 한국어 화자는 ‘아이돌’을 주로 나이가 어린 남녀 가수를 가리키는 데 사용하는 것과는 달리, 중국 네티즌들은 ‘愛豆’로 자기가 좋아하는 배우, 가수 등을 포함한 연예인을 지칭하는 데 사용한다. 사례 가운데 (9ㄱ)은 한국어의 ‘아이돌’과 일치하지만, (9ㄴ)은 연예인의 총 집합으로 쓰인 것이다.

(9ㄷ)에서는 ‘리더’가 ‘里兜(lǐdōu, 리떠우)’로 차용되고 있다. 네티즌들은 ‘里兜’로 아이돌 그룹의 리더를 가리킬 때 사용한다. 중국의 가수 그룹은 아직 많지 않아서 ‘리더’나 ‘막내’ 같은 어휘가 잘 안 쓰이는데, 한국의 아이돌이 중국에서 인기가 많아지면서 이와 같은 어휘가 차용되기 시작하였다. 흥미로운 사실은 ‘리더’보다 ‘막내’의 차용이 더 빨리 나타나면서 더 많이 차용된다는 것이다. 특히 젊은 네티즌들은 이와 같은 어휘의 차용을 더 많이 하고 있다. 이러한 차용은 같은 그룹을 좋아하는 팬들끼리의 유대감을 유지하면서 자신의 개성을 드러내는 효과가 있다고 본다.

2.1.2. 대명사

사람이나 사물의 이름을 대신 나타내는 말인 대명사 가운데 1인칭 대명사 ‘우리’가 웨이보에서 많이 차용되고 있다. ‘우리’의 차용 표기로는 로마자 표기인 ‘wuli’와 한자 표기인 ‘屋里(wūli, 우리)’, ‘冇里(오리:wūli, 우리)’가 주로 쓰인다.¹⁹⁾ 다음이 그 예이다.

19) ‘wuli’는 338,755,402 개, ‘屋里’는 61,913,568 개의 조회 결과가 나왔지만, 이 가운데 ‘방에서’의 뜻으로 쓰이는 글도 많이 있기 때문에 실제 ‘우리’의 뜻으로 차용하는 글은 더 적다고 생각한다. 이외에 ‘冇里’는 229,325 개의 조회 결과가 나타나고 있다.

(10)

- ㄱ. 厲害了wuli薛先生²⁰⁾ (대단해요, 우리 설 선생)
- ㄴ. 今天wuli小娃娃會遞手給我求抱抱了(오늘은 우리 아가가 손을 내밀어서 안아 달라고 했어요.)
- ㄷ. WULI大壺天還是那么熱鬧(우리 따아후천은 역시 북적거리네요.)
- ㄹ. 陪屋里迪迪相約#西游·降魔篇2#(우리 디디와 #서유기·항마편2#를 봤어요.)
- ㅁ. 馮里太后娘娘 看鏡頭還害羞(우리 황후마마, 카메라를 보니까 부끄러워하시네요.)
- ㅂ. 打了一天的電話wuli臉有点酸酸的(하루 종일 전화를 했더니우리 얼굴이 조금 아리네요.)

‘우리’의 경우 초반에는 한국 연예인 이름 앞에 붙여서 쓰다가 현재는 사용 범위가 상당히 넓어졌다. 용례 가운데 (10ㄱ)은 중국 연예인 이름 앞에 ‘우리’를 붙여서 쓴 것이다. (10ㄴ)은 아기, (10ㄷ)은 지역명, (10ㄹ)은 친구, (10ㅁ)은 어머니 앞에서 ‘우리’를 다양한 표기 방식을 통해 차용하고 쓰고 있음을 보여 준다. 이러한 사례들에서 나타나는 ‘우리’는 한국어 용법과 일치하고 있다. 그러나 ‘우리’가 한국어 용법과 차이를 보이기도 하는데, 신체 부위인 얼굴 앞에 ‘우리’를 넣어서 쓰고 있는 (10ㅂ)이 그러한 예이다.

중국어 1인칭 대명사로는 단수형 ‘我(아)’와 복수형 ‘我們’이 있다. 문제는 차용된 ‘우리’를 중국어 1인칭 대명사로 바꿔 쓰면 자연스럽지 않은 문장이 된다는 것이다. 이는 중국어 1인칭 대명사는 한국어 ‘우리’처럼 자신보다 높지 않은 청자를 상대하여 어떤 대상이 자기와 친밀한 관계임을 나타내는 기능²¹⁾이 없기 때문이다. 이러한 차용은 중국어에 없는 기능을 보충하는 것이라고 할 수 있다.

2.1.3. 감탄사

국립국어원(2005:460)에 따르면 한국어 감탄사는 말하는 사람의 느낌이나

20) 설 선생은 중국 가수인 薛之謙을 가리킨다.

21) ‘우리 엄마, 우리 마누라, 우리 신랑, 우리 아기, 우리 동네’ 등이 그러한 예이다.

의지를 나타내는 말로 일정한 말투나 얼굴 표정과 함께 대화나 토론 등 말을 할 때 많이 사용된다. 웨이보에서 자주 볼 수 있는 한국어 감탄사 차용어는 ‘어머’, ‘아이고’ 두 개다. 구체적인 사례는 다음과 같다²²⁾.

(11)

- ㄱ. 真的很可愛啊, 哦莫哦莫, 越看越般配呢
(진짜 귀여워요, 어머어머 볼수록 어울리네요.)
21点太陽的后裔, 哦莫哦莫, 好激動
(21시에 태양의 후예 어머어머 설레요.)
- ㄴ. 阿一古看了視頻好難過
(아이고, 동영상을 보니까 많이 슬퍼요.)
阿一古, 怎么會有这么帥的賢儿
(아이고, 백현이 어찌 이렇게 귀여워요?)

‘어머’와 같은 경우에는 한자 ‘哦莫哦莫(òmò`òmò:어머어머)’와 같이 중첩해서 많이 쓰고 있다. 이는 (11ㄱ)을 통해서 확인할 수 있다. 사용자는 대부분 여성들이고, 주로 기분이 좋을 때 사용한다.

주지하는 바와 같이, 한국어 표준 감탄사 ‘아이고’는 흔히 모음상승을 경험한 ‘아이구’로 실현되고 있다. 그러나 중국 네티즌들은 한국어 원순 모음 ‘오’와 ‘우’를 잘 구별하지 못하기 때문에 (11ㄴ)처럼 주로 ‘阿一古(āyīgǔ, 아이구)’로 차용하고 있다.

2.1.4. 형용사

중국 네티즌들이 자주 차용하는 한국어 형용사 어휘로는 ‘맛있다, 예쁘다, 멋있다’ 등이 있다.²³⁾ 이 단어들은 주로 한자 표기를 사용하여 차용하고 있다. ‘맛있다’는 ‘麻西噠, 麻西噠’, ‘예쁘다’는 ‘伊布噠’로 차용하고 있으며, ‘멋있

22) ‘어머’와 ‘아이고’가 웨이보에서 나타난 조회 수는 각각 7,274,465번, 338,827번이다.
23) 형용사의 차용은 낮은 조회수를 보인다. ‘麻西噠’는 775번, ‘伊布噠’는 394번, ‘么西噠’는 350번이다.

다'는 ‘么西噠’로 각각 차용하고 있다. 이러한 차용도 역시 음역으로 이루어진다. 구체적인 사례를 제시하면 다음과 같다.

(12)

- ㄱ. 唱的好棒 伊布噠 我男神(노래 진짜 잘했어요. 예쁘다 내 남신²⁴⁾)
- ㄴ. 完全伊布噠 阿倫達喔²⁵⁾ (완전 예쁘다. 아름다워!)
- ㄷ. 可樂雞翅一盤 今天一天木有粗飯了 啊~嘛西噠~
콜라, 닭 날개 한 그릇, 오늘 하루 종일 굶었어. 아~맛있다~
- ㄹ. 還是尤莉烤地瓜姐姐靠譜~把男人們都襯托得鬧木么西噠
(생략) 남자들이 너무 멋있게 돋보인다. (생략)
- ㅁ. 么西噠的小餅干(맛있다는 과자)

형용사의 차용은 명사보다 훨씬 적게 이루어지고 있다. 사례 (12ㄱ, ㄴ)은 ‘예쁘다’의 차용 사례이다. (12ㄷ)에서는 ‘맛있다’를 한자 표기 ‘嘛西噠(maxidá:마씨다)’로 차용한 것이다. 이 가운데 (12ㄱ)은 남성 연예인에게 ‘伊布噠(yibùdá:이뿌다)’를 사용한 것이다. (12ㄴ)은 ‘예쁘다’ 뒤에 ‘아름다워’를 덧붙여서 표현한 사례이다. 이러한 의미 중첩의 어휘 사용을 통해서 네티즌들이 전달하고자 하는 정보를 강조하는 의도를 드러내고 있다고 할 수 있다.

사례 (12ㄹ~ㅁ)에서는 한국어 ‘멋있다’와 ‘맛있다’가 동일한 한자 표기 ‘么西噠(mexidá:머시다)’로 차용되고 있음을 보여준다. (12ㄹ)에서는 ‘么西噠’가 ‘멋있다’의 뜻으로, (12ㅁ)에서는 ‘맛있다’의 뜻으로 쓰이고 있다. 이는 중국 네티즌들이 차용어의 어원인 ‘멋있다’와 ‘맛있다’를 정확하게 구별하지 못하고 있기 때문인 것으로 보인다.

(12ㅁ)에서는 ‘么西噠의’이라는 표현이 쓰이고 있는데, 이는 중국어에서 형용사로 명사를 수식할 때 형용사 뒤에 ‘的(적:de)’를 붙여서 써야 하기 때문에 나타난 현상이다. 중국 네티즌들이 한국어 형용사 ‘맛있다’를 차용하면서 중국어 문법에 맞게 사용하다 보니 이러한 표현이 나타난 것이다.

24) ‘남신(男神)’은 중국 네티즌들은 ‘여신’에 의해서 유추하는 어휘로 보인다. 대부분 네티즌들은 이를 자신이 숭배하는 연예인을 가리킬 때 사용한다.

25) 사례에 나온 ‘阿倫達喔’도 한국어 ‘아름다워’의 발음대로 차용했다.

2.1.5. 부사

웨이보에서는 ‘너무, 진짜, 많이, 빨리’ 등 한국어 부사의 차용 현상도 찾을 수 있다. 이 가운데 ‘너무, 많이, 진짜’는 정도부사라는 공통점이 있는데 구체적인 사례를 제시하면 다음과 같다.

(13)

- ㄱ. 哥倆 鬧木kiyo²⁶(두 형제가 너무 kiyo)
- ㄴ. #吳世勛# 小時候鬧木鬧木的可愛(#오세훈# 어릴 때 너무너무 귀여워요.)
- ㄷ. 宝宝们麻尼麻尼可愛(아이들이 많이많이 귀여워요.)
- ㄹ. 親加伊布噠(진짜 예쁘다)
- ㅁ. 親加冷 親加不愛吃(진짜 추워요. 진짜 입맛에 안 맞아요.)

이러한 사례에서 보듯이 부사어 ‘너무’는 한자 표기 ‘鬧木(nàomù: 나오무)’로 차용해서 쓰이고 있다. (13ㄱ)에서는 ‘너무+kiyo(귀요)’와 같은 방식의 차용이 나타나고 있다. 이는 문법적으로 맞지 않는 표현이다. 이와 같은 차용은 네티즌들이 차용어의 품사를 정확히 알지 못한 데서 비롯된 것이라고 할 수 있다. 또한, 중국어 규범문법에 따르면 쌍음절 정도부사는 구조조사를 동반하여 형용사를 수식할 수 없다. 하지만 (13ㄴ)에서 ‘鬧木鬧木의+형용사’의 표현을 쓰고 있다. 이는 한국 부사 ‘너무’를 중첩형용사로 유추한 후 재분석된 표현이 부사어로 사용되어 형용사를 수식하는 것이다.

(13ㄷ)에서는 ‘많이’를, (13ㄹ, ㅁ)에서는 ‘진짜’의 차용을 보이는 것이다. ‘너무’와 비교하면, ‘많이’와 ‘진짜’의 차용은 그다지 활발하지 않다.

한편, 부사어 ‘빨리’도 비교적 자주 쓰이고 있다. 다음은 그 예이다.

(14)

- ㄱ. 快点到我碗里來,吧哩吧哩(빨리빨리 내 그릇에 들어와, 빨리빨리)

26) ‘鬧木’는 웨이보에서 1,208,429건이 조회되었고, 이 가운데 ‘鬧木kiyo’의 출현은 119,637번이다.

- ㄴ. 快点! 巴里巴里! 我有点扛不住了 (빨리, 빨리빨리! 난 더 이상 못 버틸 것 같아요.)
- ㄷ. 希望黑色6月快点過去! balibali!
(생략) 6월 빨리 지나갔으면 좋겠어요. 빨리빨리.

위의 사례들을 통해서 알 수 있듯이, ‘빨리’의 차용은 로마자 표기 ‘bali’bali’나 한자 표기 ‘吧哩吧哩(bāli’bāli:바리바리)’와 ‘巴里巴里(bālǐ’bālǐ:바리바리)’를 통해 이루어지고 있다. 특징적인 사실은 차용어 ‘빨리’는 동의한 의미를 지닌 중국어 어휘 ‘快点(kuàidiǎn:쾌디안)’과 함께 쓰이고 있다는 것이다. (14)의 사례들은 모두 중국어 ‘快点’를 먼저 쓴 다음에 ‘빨리’를 덧붙여 쓰고 있는 것이다. 이와 같은 반복적 배치를 통한 차용은 화자가 전달하고자 하는 뜻을 강조하는 효과가 있다고 본다.

2.2. 문법 형태소 ‘-습니다’의 차용

중국의 네티즌들은 문법 형태소 ‘-습니다’를 한자 표기인 ‘思密達(sīmìdá, 쓰미다) 널리 차용하고 있다. 본 연구자들의 관찰에 따르면 ‘-습니다’의 용법은 상당히 다양하며, 그 기능 또한 판영·이정복(2016)과는 다른 관점에서 파악되어야 한다고 본다²⁷⁾. 네티즌들은 처음에 한국 대중문화를 접할 때 자주 들리는 ‘-습니다’에 관심이 생겨서 ‘-습니다’를 한국과 한국인을 가리킬 때 쓰기 시작하였다. 그러나 현재는 한국과 상관없이 아무 곳에서도 ‘-습니다’를 쓰는 경향이 있다. 다음은 한국과 한국어 또는 한국인을 가리키는 데 사용된 ‘-습니다’의 예이다.

27) 판영·이정복(2016)에서는 ‘-습니다’의 쓰임과 기능에 대해 분석하면서 중국의 네티즌들은 ‘-습니다’를 경어법 사용 기능, 통신언어 표현 기능, 한국 지시하기 기능 및 태도 기능과 같은 네 가지 용법으로 사용하고 있는 것으로 보고 있다. 그러나 본 연구자들이 보기에는 이 연구 자체가 통신 공간에서 이루어진 언어 현상을 대상으로 하였기 때문에 그러한 기능 분류가 타당하지 않다고 본다.

(15)

- ㄱ. 幫你們去思密達國看了一下長腿歐巴們(너희들 대신 ‘습니다국’에 가서 긴 다리 오빠들을 보고 올게.)
- ㄴ. 包大人也是思密達的哦(포 대인도 ‘습니다’의 거예요.)
- ㄷ. 一下飛機耳朵里面全聽到思密達(비행기에서 내리니 ‘습니다’만 들려요.)
- ㄹ. 據說除了思密達, 最愛吃泡菜的還有四川人(‘습니다’ 빼고 사천성 사람도 김치를 즐겨 먹는다고 해요.)

위의 예 가운데 (15ㄱ, ㄴ)은 ‘한국’을 가리키는 것이고, (15ㄷ)은 ‘한국어’를, (15ㄹ)은 각각 ‘한국인’을 가리키는 것이다. 처음에는 (15ㄴ)과 같이 ‘-습니다’가 한국 또는 한국인을 폄하하는 부정적인 뜻을 지녔지만, 현재는 부정적인 뜻을 넘어 긍정적 태도를 드러내기 위해서 쓰이는 한편, 한국이나 한국어 또는 한국인에 관련된 다양한 사물을 가리키기 위한 지시 기능을 하고 있음이 특징이다.

위에서 제시한 사례 외에 명사, 동사, 문장 끝에 ‘-습니다’를 덧붙여서 쓰는 경우도 적지 않다. 다음이 그 예이다.

(16)

- ㄱ. 參鷄湯思密達(삼계탕‘습니다’)
- ㄴ. 出發, 唐山思密達(출발, 당산‘습니다’.)
- ㄷ. wuli華信思密達(우리 화신‘습니다’.²⁸⁾)
- ㄹ. 屋里親故思密達(우리 친구‘습니다’)

(17)

- ㄱ. 滑雪思密達(눈썰매 탄다‘습니다’)
- ㄷ. 開森思密達(기쁘다‘습니다’)

(18)

- ㄱ. 您吃了嗎思密達(드시고 싶으세요?’습니다’)
- ㄴ. 新年想要瘦一點思密達(새해에 날씬해지고 싶어요.‘습니다’)

28) 여기의 ‘화신’은 한국 드라마 <질투의 화신>에 나온 ‘이화신’을 가리킨다.

- ㄷ. 重感冒啊!思密達(독감이야.‘습니다’)
- ㄹ. 晚安思密達(잘 자요.‘습니다’)

(16)에서는 음식명, 인명, 지역명 등과 같은 명사 뒤에 ‘-습니다’를 덧붙인 것이다. 네티즌들은 ‘스시, 화신, 삼계탕, 삼겹살’을 한국과 관련된 것으로 여기기 때문에 ‘-습니다’를 덧붙여 정체성을 드러내고 있다. 특히 (16ㄹ)에서 ‘-습니다’ 앞에 있는 ‘우리’와 ‘친구’도 한국어 차용으로 이루어지고 있는데 이러한 표현으로 강렬한 정체성을 표현하려는 의도가 있는 것으로 보인다.

(17)은 동사 뒤에 ‘-습니다’를 붙여서 쓰는 사례들인데, 이는 명사의 경우와 달리 한국과 관련이 없는 것이라고 할 수 있다. 즉 이러한 사례들은 중국 네티즌들이 ‘-습니다’를 오락 또는 유희적 기능으로 사용하고 있음을 보여주는 것이다.

중국의 네티즌들은 ‘-습니다’를 평서문, 의문문, 감탄문 등 문장 유형에 상관없이 두루 쓰기도 한다. (18)의 용례들에서는 문장 끝에 ‘-습니다’를 덧붙여서 중국어의 ‘어기조사(語氣助詞)²⁹⁾처럼 쓰고 있다. 이 가운데 (18ㄱ)은 2인칭 높임 표현 ‘您’를 쓰면서 문장 끝에 ‘-습니다’를 붙여 사용한 것이다. 중국어에 문법적 높임표현이 없다 보니 ‘-습니다’를 차용해서 높임법을 구현하고 있는 것이다.

위에서 제시한 ‘思密達(-습니다)’의 용법 외에 네티즌들이 다른 차용 어휘 뒤에 ‘-습니다’를 차용해서 사용하는 경우도 있다. 구체적인 용례를 제시하면 다음과 같다.

(19)

- ㄱ. 新的一年希望大家多夸夸我, 康桑思密達(새해에 다들 저를 많이 칭찬해 줘요. ‘감사습니다.’)
- ㄴ. 老婆第一次給我做飯, 康桑思密達(아내가 처음으로 밥을 해 줬어요. 감사

29) 어기조사란 문장 끝에 놓여 화자의 기분, 상태, 의도 등을 나타내는 말이다. 어기조사는 한국어에서 ‘-는다, -느냐, -자, -어라’ 등 다양한 어말어미가 붙어 문장의 뜻이나 어투가 달라지는 것과 동일한 기능을 한다.

‘습니다.)

- c. 生日粗卡思密達(생일축하‘습니다.)
- ㄹ. 樂天樂園卡哇伊思密達 (롯데월드 귀엽다‘습니다)

(19ㄱ, ㄴ)에서는 ‘감사’에 ‘-습니다’를, (19ㄷ)에서는 ‘축하’에 ‘-습니다’를 붙여서 각각 한국어 ‘감사합니다’와 ‘축하합니다’의 뜻으로 쓰고 있다. 흥미로운 현상은 (19ㄹ) 같은 경우이다. 이는 일본어 차용어 ‘卡哇伊³⁰⁾’에 ‘-습니다’를 붙여서 표현하는 사례이다. 이처럼 ‘-습니다’는 다른 외래어와 함께 차용되기도 한다.

2.3. 문장의 차용

중국 네티즌들은 위에서 제시한 한국어 어휘나 ‘-습니다’ 외에 간단한 문장도 차용하고 있다. 우선 눈에 띄는 것은 ‘사랑해요/사랑해’, ‘감사합니다’, ‘축하합니다’ 같은 문장의 차용이다. 구체적인 사례를 제시하면 다음과 같다.

(20)

- ㄱ. wuli宝劍撒浪嘿啲(우리 보검 씨, 사랑해요.)
- ㄴ. 撒叻那拉, my北鼻, 撒浪嘿, my親故³¹⁾(안녕, 우리 베이비, 사랑해, 우리 친구)
- ㄷ. 有沒有南柱赫的高清壁紙呀 好想要謝謝 康桑哈密大 (남주혁 씨 배경 화면 있는 분 계세요? 가지고 싶어요. 감사합니다)
- ㄹ. 謝謝款待, 康桑哈密達(초대해 주셔서 감사합니다. 감사합니다.)
- ㄹ. 中學畢業四周年粗卡哈密達(중학교 졸업 4주년 축하합니다.)
- ㅁ. wuli燕子, 生日粗卡哈密達(우리 안쯔, 생일 축하합니다.)
- ㄷ. 生日粗卡, 罪送哈米大, 遲了点, 愛你(생일 축하, 죄송합니다. 좀 늦었어요.)
- ㅇ. 我的記憶力你懂的,罪送哈米大,康桑哈密達(내 기억력 다들 알죠. 죄송합니다. 감사합니다.)

30) ‘卡哇伊’는 일본어 ‘かわいい’를 발음 그대로 한자로 차용하는 것으로 보인다.

31) ‘撒叻那拉’는 일본어 ‘さようなら’를 차용한 것이고, ‘北鼻’는 영어 ‘baby’를 차용한 것이다.

위의 사례를 통해서 알 수 있듯이, 중국 네티즌들은 문장 수준의 한국어를 다양하게 차용하고 있다. 이 가운데 ‘사랑해요’가 가장 많이 차용되고 있고, 그 다음으로는 ‘감사합니다, 축하합니다, 죄송합니다’ 등의 순이다.³²⁾ 차용 표기는 주로 한자 표기로 ‘撒浪嘿啲(sǎlànghēiyō: 사랑헤이요), 康撒哈密達(康桑哈密大, kāngsānghāmídá: 강상하미다), 粗卡哈密達(cūkāhāmídá: 추카하미다), 罪送哈米大(zuìsònghāmídá: 쪄이송하미다)’ 등이 각각 쓰이고 있다.

(20)의 사례들 가운데는 문장뿐만 아니라 단어의 차용이 함께 이루어지는 경우도 적지 않다. (20ㄱ, ㄴ)에서는 같은 문장 안에 ‘사랑해요’ 외에 앞에서 언급한 ‘우리’도 차용되었다. (20ㄷ)의 경우 ‘사랑해’ 외에 ‘친구’도 차용되었다. (20ㄹ, ㄴ)의 경우에는 ‘감사하다’의 뜻을 지니는 중국어 ‘謝謝’를 쓴 다음에 ‘감사합니다’를 차용하고 있다. 이러한 사례들은 의미의 중첩을 통한 강조의 의미로 쓰이는 사례이다. (20ㅂ, ㄷ)은 ‘축하합니다’의 차용 사례인데, 이는 한국어 용법과 일치한다. ‘축하합니다’의 차용은 대부분 (20ㅅ)과 같이 ‘생일 축하한다’라고 할 때 쓰이고 있다. 또한, ‘생일 축하한다’를 (20ㅈ)과 같이 ‘生日粗卡’로 줄여서 쓰기도 한다. (20ㅉ, ㄹ)에서는 ‘죄송합니다’의 차용인 ‘罪送哈米大’도 보인다. 여기에서도 한 개 이상의 한국어 표현을 차용하고 있다.

위에서 제시한 문장 외에 ‘가지 마’, ‘울지 마’, ‘빨리 와’ 같은 차용도 간혹 보인다. 구체적인 사례는 다음과 같다.

(21)

- ㄱ. Mark啊 烏几嘛 以后還會有好多好多个一位的
(마크야 울지 마, 나중에 일등을 많이 받을 수 있을 거야)
都烏几碼! 不要哭(다들 울지 마! 울지 마)
- ㄴ. 爲什么水是倒流的?? 卡几碼
(왜 물이 거꾸로 흐르지? 가지 마)
歐巴! 卡吉馬~ 撒拉嘿啲~ 空麻沃啲~

32) ‘사랑해요’의 조회 수는 550,074 번이고, ‘감사합니다’의 두 가지 한자 표기는 893번과 901번, ‘축하합니다’는 950번, ‘안녕하세요’는 470번의 조회 수가 조사되었다.

(오빠! 가지 마, 사랑해요. 고마워요.)

ㄷ. 巴里哇,这么好看的男孩子第一次见吧

(빨리 와, 이렇게 예쁜 남자가 처음이지)

一直很喜歡你們,快來上海吧 巴里巴里哇

(지금까지 너희들을 좋아해 왔어. 빨리 상해에 와요. 빨리빨리 와)

위 사례는 ‘울지 마’를 한자 표기 ‘烏几嘛(wūjīma, 우지마), 烏几碼(wūjīmǎ, 우지마)’로(21ㄱ), ‘가지 마’를 한자 표기 ‘卡几碼(kǎjīǎ, 가지마), 卡吉馬(kǎjīmǎ, 가지마)’로(21ㄴ), ‘빨리 와’를 ‘巴里哇(bālǐwa, 바리와)’로 차용해서 사용하는 것이다(21ㄷ). 음역에 해당하는 이러한 문장의 차용은 한국어 문법에 맞게 쓰고 있는 것이 특징이며, 아직까지는 비교적 드문 편이다.

3. 맺음말

오늘날 ‘한류’는 중국인, 특히 젊은 네티즌들에게 큰 인기를 얻으면서 중국어에 한국어를 유입 또는 차용하도록 하는 결과를 초래하고 있으며, 이러한 현상은 웨이보를 비롯한 온라인 매체에서 가장 활발하게 이루어지고 있다. 이와 같은 사실을 전제로 이 연구에서는 중국에서 활용도가 높은 웨이보의 용례를 토대로 한국어 차용 현상을 어휘, 문법 형태소 ‘습니다’ 및 문장으로 구분하여 그 차용 방식과 기능에 대해서 살펴보았다. 우선 차용 층위에 따른 차용 및 표기 방식과 함께 해당 사례를 하나의 표로 정리하면 다음과 같다.

<표 3> 한국어 차용 방식과 표기

층위	차용 방식	차용 표기	해당 사례
어휘	음역	한자	歐巴, 偶吧, 偶巴(오빠), 歐尼, 歐妮(언니), 努那(누나),

			阿扎西,阿澤西(아저씨), 阿祖瑪(아줌마), 屋里, 吾里(우리), 哦莫(어머), 阿一古(아이고), 嘛西噠, 嘛西噠(맛있다), 么西噠(맛있다/멋있 다), 伊布噠(예쁘다), 鬧木(너무), 嘛尼(많이), 親加(진짜)
		로마자	oba, oppa, ouba, obba(오빠), oni(언니), hiong(형), nim(님), kiyomi(귀요미), wuli(우리), balibali (빨리빨리)
	의역	한자	世最可(세젤가)
	형역	한자	腦性男/女(뇌섹남/녀)
	음의겸역	한자	親故(친구)
문법 형태소	음역	한자	思密達(-습니다)
문장	음역	한자	撒浪嘿哟(사랑해요), 康桑哈密大(감사합니다), 康桑哈密達(감사합니다), 粗卡哈密達(축하합니다), 罪送哈米大(죄송합니다), 烏几嘛(울지 마), 烏几碼(울지 마), 卡几碼(가지 마), 卡吉馬(가지 마) 巴里哇(빨리 와)

<표 3>에서 확인할 수 있듯이, 한국어의 차용은 대부분 음역을 통해 이루어지며, 한자와 로마자 표기를 통한 차용이 둘 다 이루어지고 있긴 하지만, 한자 표기가 더 보편적이다. 구체적인 분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 한국어 어휘의 차용이 매우 활발하게 이루어지고 있는 가운데 호칭어 및 대명사 등이 포함된 명사가 가장 광범위하게 차용되고 있다. 이외에 감탄사, 형용사, 부사의 차용도 종종 보인다.

명사에서는 친족 호칭어인 ‘오빠, 언니, 누나, 형, 아저씨, 아줌마’ 등의 차용이 가장 활발하게 나타난다. 중국 네티즌들이 자신과 자신이 좋아하는 한

국 연예인 간의 거리감을 줄이려고 연예인 이름 뒤에 ‘歐巴, 歐尼, 努娜, hiong’ 등과 같은 한국어 친족 호칭어를 차용하고 있다. 또한, 네티즌들은 한국어 화자처럼 남자친구에게 ‘오빠’를 사용하거나 원래의 용법을 넘어서 이미지가 멋진 사람이나 사물에도 사용하고 있다. 이러한 용법으로 인해 남성이 남성에게 ‘오빠’라고 하고, 여성이 자신의 아이에게도 ‘오빠’를 사용하는 사례까지 생겨나고 있다.

‘오빠’가 주로 남을 부를 때 사용되는 반면, ‘누나, 언니’는 자신을 가리키는 경우가 더 많다. 또한, ‘누나’와 ‘언니’는 가까운 인간관계의 사람에게 더 많이 차용된다. ‘아저씨’는 대부분 ‘오빠’와 같이 한국 연예인을 가리킬 때 쓰이는데, ‘아줌마’는 진짜 한국 아주머니를 대상으로 하는 경우가 대다수다.

친족 통칭 호칭어 외에도 ‘님’, 신조어, ‘친구’, ‘아이돌, 리더’ 등의 일반 명사의 차용도 이루어지고 있다. 중국의 네티즌들은 ‘님’을 접미사와 의존 명사로 많이 사용하고 있는데 이는 중국어에 없는 높임의 기능을 위한 것이라고 할 수 있다. ‘친구’의 경우에는 중국어 문법의 영향으로 ‘大친구’, ‘好친구’와 같은 표현이 나타나기도 한다. 신조어를 많이 사용하는 한국 방송의 영향으로 ‘너섹남/녀, 세젤귀, 귀요미’와 같은 어휘를 차용하기도 하는데, 이를 통해 재미를 추구하거나 신세대로서 자신들의 정체성을 드러내려는 의도를 보여주고 있다. ‘아이돌’은 중국어에서 ‘偶像(우상)’으로 쓰고 있다가 K-pop이 중국에서 인기가 많아지면서 이를 ‘아이돌’의 발음대로 ‘愛豆’로 차용하기도 한다. 중국에는 그룹 가수가 많지 않기 때문에 ‘리더’, ‘막내’와 같은 어휘도 당연히 잘 쓰이지 않았는데, 젊은 세대들이 K-pop을 접하면서 이와 같은 어휘도 차용되기 시작하였다.

대명사 ‘우리’는 초기에는 호칭어의 경우처럼 한국 연예인과 관련지어 쓰이다가 지금은 사용 범위가 훨씬 넓어졌다. 중국 연예인, 친구, 가족, 지역 등의 어휘 앞에 사용하거나 ‘wuli親故(우리 친구)’와 같은 표현을 사용하기도 한다.

감탄사의 경우는 ‘어머’와 ‘아이고’를 주로 차용하고 있으며, 이는 한국어 화자들과 비슷하게 사용되고 있다. 형용사의 차용은 ‘예쁘다’, ‘멋있다’, ‘맛있

다'를 위주로 나타나고 있다. 부사어 차용 사례로는 '너무', '진짜', '빨리' 등이 있다. 형용사와 부사의 차용 빈도는 명사보다 낮다는 것이 특징으로 볼 수 있다.

둘째, 웨이보에서 나타나고 있는 또 다른 한국어 차용 현상은 문법 형태소 '-습니다'의 사용이다. 중국 네티즌들은 '-습니다'를 주로 한국어나 한국어, 한국인 또는 한국과 관련된 것을 가리킬 때 많이 차용한다. 심지어 한국 드라마나 한국 연예인을 좋아하는 사람도 '-습니다'로 부르고 있다. 처음에는 주로 한국을 비하할 때 사용하다가 최근 들어서는 이러한 기능이 거의 없어졌다. 이외에도 웨이보에서는 명사, 동사, 문장 끝에 '-습니다'를 붙여서 쓰는 사례도 많이 보이는데, 이는 한국과 관련된 것이라고 암시하려는 의도 외에 중국어에는 없는 높임의 기능으로 쓰이기도 한다.

셋째, 중국 네티즌들은 간단한 한국어 문장도 차용하고 있다. '사랑해요', '감사합니다', '축하합니다' 등이 그것이다. 이러한 문장들은 한국어 용법과 유사하게 쓰이고 있다. 그러나 한국어 종결어미 '-습니다'의 영향을 받아서 '감사습니다', '축하습니다'와 같은 표현도 많이 보인다.

이상과 같은 분석을 통해 최근 들어 비교적 폭넓게 이루어지고 있는 중국인 네티즌들에 의한 한국어 차용 양상이 어느 정도 확인된 셈이다. 본 연구자들의 관찰에 따르면 차용된 한국어는 이제 통신 공간을 떠난 일상생활에서도 사용되는 모습을 보인다. 단언할 수는 없지만, 한류의 영향이 지속적으로 이루어지는 한 이와 같은 차용 현상은 한층 더 심화될 수 있을 것으로 예측된다. 이러한 차용 현상에 대한 좀 더 깊이 있는 관찰과 분석이 계속되어야 할 이유이다. 후일을 기약한다.

참고문헌

- 강희숙(2016), 「K-pop 노랫말의 코드 전환 양상 및 담화 기능」, 『호남문화연구』 60, 전남대학교 호남연구원, 193-226.
- 강현석 외(2014), 『언어와 사회, 그리고 문화』, 글로벌콘텐츠.
- 국립국어원(2005), 『외국인을 위한 한국어문법』, 커뮤니케이션북스.
- 김건환(2003), 『언어접촉, 문화교류 그리고 언어차용과 시대정신』, 한국문화사.
- 사회언어학회(2012), 『사회언어학사전』, 소통.
- 서형요, 이정복(2016), 「중국 누리꾼들의 한국어 통칭 호칭어 사용 분석」, 한국사회언어학회 가을학술대회 발표자료집, 171-187.
- 심흥련(2013), 「중국어의 영어 차용어에 관한 사회언어학적 연구」, 석사학위논문(중앙대학교)
- 이정복(2000), 「통신언어로서의 호칭어 ‘님’에 대한 분석」, 『사회언어학』 8, 한국사회언어학회, 193-221.
- 이윤주(2011), 「현대중국어 영어 외래어에 대한 고찰」, 석사학위논문(경희대학교)
- 유상철 외(2005), 『한국 DNA의 비밀』, 서울: 생각의 나무
- 양세욱(2004), 「차용어와 현대중국어 어휘체계의 다원성」, 『중국어문학』 48, 한국중국어문학회, 450-467.
- 진류(1998), 「한어 외래어에 대한 회고와 전망」, 『중국어문학』 31, 영남중국어문학회, 329-346.
- 진행남(2011), 「신한류와 동아시아 문화 네트워크」, 『Jpi정책포럼』75, 제주평화연구원, 1-27.
- 판영, 이정복(2016), 「중국 누리꾼들이 사용하는 한국어 종결어미 ‘-습니다(습니다)’의 쓰임과 기능」, 『언어와 정보사회』, 서강대학교 언어정보연구소, 353-382.
- 한서영(2015), 「중국어 차용어 분류에 대한 운율 형태론적 접근」, 『중국어문학』 83, 한국중국어문학회, 257-300.
- 史有爲(2013), 『漢語外來詞』, 增訂版, 北京: 商務印書館.
- Harbsmeier, Christoph(1998), Science and Civilization in China Vol, VII:1, Language and Logic, Cambridge: Cambridge University Press.

【Abstracts】

Analysis of Korean Borrowing
Appears on Chinese
-Focusing on 'Weibo'

Hanxin · Kang Hui-suk

'The Korean wave', became popular in China recently, makes the Chinese, especially young netizens, borrow Korean into Chinese. This happens most actively through Online media including Weibo. On the assumption of this fact, in this research divided the 'Korean borrowing phenomenon' into three parts-the lexicon, grammatical morpheme '-seupnida-', and the sentences, examing the method and functions. The summary of detailed analysis results are as follows.

First, the borrowing of Korean vocabulary is proceeding actively. Nouns are borrowed most widely. The borrowing pronouns, interjections, adjectives, and adverbs are also being observed. Among nouns, the borrowing Relative terms-oppa, eonni, nuna, hyeong, ajeossi, ajumma-were most frequent.

Chinese netizens are borrowing these Korean relative terms after the Korean celebrities they love in order to close the distance with them. Besides the relative terms, common nouns such as 'nim', 'chingu', 'idol', 'leader' and newly coined terms are also being borrowed.

Like relative terms, 'uri', the pronoun, was used in relations with Korean celebrities at the beginning, but nowadays its usage has been

broadened. Among interjections, 'eomeo', 'aigo' are being frequently borrowed. And 'yeppeuda', 'meositda', 'masitda' are the most popular adjectives. As cases of borrowing adverb, 'neomu', 'jinjja', 'ppalli' are being observed. But their frequencies were less than that of noun.

Second, another Korean borrowing case in Weibo is the borrowing of grammatical morpheme '-seupnida'. Chinese netizens usually use '-seupnida' when they mention Korea, Korean, Koreans, and the things related to Korea. At the beginning they used it when they degrade Korea, but nowadays they rarely do it. In Weibo, also there are cases which Chinese use '-seupnida' after the noun, verb, and a sentence. Beside the purpose of implying the things that was related to Korea, they use it for intention of respect function which Chinese language does not have.

Third, Chinese netizens are borrowing simple Korean sentences such as 'Saranghaeyo', 'Gamsahapnida', 'Chukhahapnida'. These sentences are being used similar to native usages. But influenced by '-seupnida', expressions such as 'gamsaseupnida', 'chukhaseupnida' are often observed.

Borrowed Korean seems to be used not only on online space but also on daily life without the internet. It is not affirmable, but as long as impact of 'Korean wave' is consistent, the Korean borrowing phenomenon can be intensified in the future.

Key words : borrowing, Weibo, Chinese netizens, transliteration, translation

이 논문은 2017년 6월 1일에 투고되었으며, 2017년 7월 13일에 심사 완료되어
2017년 7월 14일에 게재가 확정되었음.