

한·중 인물지칭 신어의 사회·문화적 양상에 대한 고찰 -2017년~2018년 인기 신어를 중심으로-

왕연¹, 주봉^{2*}

¹목원대학교 한국어다문화학과 박사학생, ²목원대학교 경영학과 박사학생

A Study on the Socio-Cultural Patterns of Korean-Chinese New Words

Yan Wang¹, Feng Zhu^{2*}

¹Ph.D. Student, Dept. of Korean Multiliterature, Mokwon University

²Ph.D. Student, Dept. of Business Administration, Mokwon University

요약 인물지칭 신어는 일상생활에서 사용 빈도와 전파 속도가 높으며, 만들어진 시대의 생활양식이나 문화현상을 잘 반영한다. 본 연구는 2017년과 2018년 한국과 중국에서 생겨난 인물지칭 신어를 바탕으로 당시의 사회·문화 현상을 비교 분석했다. 한·중 양국의 인물지칭 신어를 개인생활, 가정생활, 직장생활 세 분야로 나누고, 연구 방법은 정성분석과 대조 분석을 채택했다. 한국에서는 자신의 기준에 따라 행복을 추구하는 다양한 생활방식이 생겨났으며, 합리적이고 절약적인 소비를 추구하는 소비자가 늘어났다. 반면 중국에서는 무절제한 쇼핑이 이슈가 되었다. 한국에서는 미혼이나 비혼의 청년 1인 가구가 많았으며 중국에서는 결혼 후 1인 가구가 되는 경우가 많았다. 중국에서는 도시화에 따른 이혼이 급증하였고, 한국에서는 자녀의 독립 후 이혼을 택하는 부부가 많았다. 한국의 자녀는 결혼 후에도 육아 등을 부모에게 의지하는 경우가 많았고, 부모 세대는 노후에 빈곤하고 소외되는 경향이 있었다. 한편 중국에서는 조기 유학 열풍이 불었다. 한국과 중국 청년층은 구직난을 겪었고 취업 후 고단한 직장생활을 자조하며 이직이나 퇴직을 준비하기도 하였다. 향후 연구에서는 최신 신어 자료를 보강한 후 한국어 신어 지도방안을 연구하면 중국인 학습자들이 한국의 사회와 문화를 이해하는 데에 도움이 될 것이다.

키워드 : 한국어 신어, 중국어 신어, 인물지칭 신어, 생활 분야, 비교 연구

Abstract The new word for person designation is frequently used and spread in daily life. It reflects the new lifestyle or cultural phenomenon of the society. This study compared and analyzed the social and cultural phenomena based on the new words for person designation that emerged in Korea and China in 2017 and 2018. This study divided the words into three areas: personal life, family life, and work life and adopted qualitative analysis and control analysis. In Korea, various lifestyles pursuing happiness have emerged, and lots of consumers have sought reasonable and economical consumption. On the other hand, intemperate shopping has become an issue in China. Many Korean single-person households were unmarried. Many Chinese single-person households have been divorced. In China, Divorce due to urbanization increased rapidly. In Korea, many couples divorced after their children's independence. Young Koreans often relied on their parents even after marriage. Korean elders tended to be poor and marginalized. There was an early study abroad craze in China. Young people in Korea and China suffered from unemployment. After employment, they prepared to change jobs or retire. In future studies, studying Korean class plans on the new words for person designation, after reinforcing the latest word data, will help Chinese learners to understand Korean society and culture.

Key Words : New word, Person designation, Korean culture, Chinese culture, a comparative study

*Corresponding Author : Feng Zhu(zhufeng118@naver.com)

Received July 1, 2022

Accepted September 20, 2022

Revised August 30, 2022

Published September 28, 2022

1. 서론

언어는 한 사회의 사상과 생활의 변화를 반영하는 거울이다. 특히 이러한 특성은 새로 생겨나는 말에서 두드러진다. 따라서 신어는 사회·문화의 변동상을 포착하는 중요한 단서가 된다. 신어는 사회의 각 분야에서 끊임없이 생성·소멸해 왔으며, 현대사회에서는 빠른 변화 속도와 인터넷이라는 새로운 언어 환경에 힘입어, 보다 활발히 만들어지고 널리 공유되고 있다.

신어 중 어떠한 공통된 특성을 지닌 사람들을 일컫는 것을 인물지칭 신어라고 한다[1]. 인물지칭 신어는 신어 중 일상생활에서 가장 높은 사용 빈도와 가장 빠른 전파속도를 보인다[2]. 또한 인물지칭 신어는 다른 유형의 신어에 비해 새로운 시대의 사회 특성을 잘 반영하고, 그 시대의 새로운 생활양식 및 문화 현상, 사회적 요구, 사용하는 사람들의 심리나 인간관계에서 시작되는 여러 사회적 현상 등을 보여준다[3].

그러므로 특정 언어의 인물지칭 신어를 연구하면 그 언어를 사용하는 사회의 특징과 문화 현상을 이해하는데 도움이 된다. 더 나아가 서로 다른 나라의 인물지칭 신어를 서로 비교하면 양국 간 사회와 문화의 공통점과 차이점을 확인할 수 있다. 한국과 중국은 과거로부터 긴밀하게 교류하며 문화적 공통요소를 공유한 동시에 각각의 고유한 역사와 환경 속에 독특한 사회·문화적 특징을 형성하며 발전하고 있다. 이에 본 연구는 2017년과 2018년¹⁾ 한국어와 중국어의 인물지칭 신어를 대비함으로써 해당 시기 한국과 중국 사회·문화 현상의 공통점과 차이점을 파악하고자 한다.

2. 선행연구

한국어와 중국어의 신어에 대한 선행연구는 크게 세 방향으로 나뉜다. 먼저 신어가 반영하는 사회현상에 대한 연구에는 쉬쓰밍(2009), 류하오(2013), 왕스지(2018) 등[4-6]이 있고, 신어의 분포양상과 생성방법, 특징과 유형에 대한 연구에는 안옌(2008), 구이단(2016), 리팅팅(2017) 등[7-9]이 있다. 마지막으로 신어의 교육방안에 대한 연구에는 위샤오명(2010), 리쓰웨이(2013), 승완린(2019) 등[10-12]이 있다.

쉬쓰밍(2009)은 2000년 이래의 신어를 정치와 사회, 경제 분야로 나누어 양국 신어에 반영되는 사회적 현상을 분석하였다. 류하오(2013)는 2001년부터 2011년까지 생활 분야의 신어를 통해 양국의 신어가 반영하는 사회와 문화 현상을 비교하였다. 왕스지(2018)는 2013년부터 2017년까지의 신어를 중심으로 사회적 의미 특성을 밝혔다. 안옌(2008)은 2001년부터 2006년의 신어를 대상으로 양국 신어의 어휘적 특성과 형성의 경향, 신어의 종류를 분석하였다. 구이단(2016)은 2001년부터 2015년까지 생성된 한·중 신어의 형태적 공통점과 차이점을 비교했다. 리팅팅(2017)은 2014년 신어를 대상으로 한·중 신어의 어원과 형태, 의미의 특징을 비교하였다. 위샤오명(2010)은 신어의 현황과 교육적 가치를 밝히고 중국 학습자를 대상으로 신어 지도 방안을 모색하였다. 리쓰웨이(2013)는 신어의 조어법을 밝히고 외국인 학습자를 위한 신어 교육방안을 제시하였다. 승완린(2019)은 2015년 한·중 신어를 통해 한국문화 교육방안을 모색하였다.

범위를 축소하여 한·중 인물지칭 신어에 대한 연구를 살펴보면 왕팡팡(2014), 자오자오자오(2014), 양메이(2017) 등[13-15]이 있다. 왕팡팡(2014)은 2008년부터 2013년의 한·중 인물지칭 신어를 경제사회, 가정생활, 개인생활 영역으로 나누어 분석하고, 한국어 인물지칭어 신어의 교육방안을 제시했다. 자오자오자오(2014)는 2010년 양국 인물지칭 신어의 형태 및 의미를 비교 연구하였다. 양메이(2017)는 2012년부터 2015년의 신어를 파생어와 합성어, 축약어의 3개 유형으로 나누어 분석하였다.

선행연구를 정리해보면 한국어와 중국어의 신어에 관한 연구는 다른 분야에 비해 비교적 늦게 시작되었으며 한·중 인물 지칭 신어에 대한 연구는 적은 편이다. 특히 2016년 이후에 생성된 인물 지칭 신어에 대해서는 연구 자료를 찾아볼 수 없었다. 연구자가 본 연구를 시작할 당시에는 2018년 자료가 출판된 가장 최신의 한국어 및 중국어 신어 자료였다. 따라서 본고에서는 2017년과 2018년에 생긴 한국어와 중국어 인물지칭 신어에 대해 비교 연구를 진행한다.

3. 연구방법

연구 대상으로는 국립국어원에서 수집한 『2017년 한국어 신어 조사』, 『2018년 한국어 신어 조사』에 수록

1) 본 연구를 시작할 당시 한국과 중국에서 발간된 최신 신어 자료는 2018년 자료였다. 따라서 저자는 2017년과 2018년으로 기간을 한정했다.

된 한국어 신어 총 410개 중 인물지칭 신어 107개와 중국 國家語言資源監測語料庫(국가언어자원감측어료고)에서 출간한 『2017年漢語新詞語(2017년 한어신조어)』, 『2018年漢語新詞語(2018년 한어신조어)』 그리고 學林出版社(학림출판사)에서 출간한 『漢語新詞詞典(한어신어사전)』에 등재된 중국어 신어 총 258개 중 인물지칭 신어 90개를 선정했다. 신어의 선정 기준은 첫째, 한국과 중국에서 빈도가 높게 나타난 것²⁾. 둘째, 해당 년도 한국 또는 중국의 사회변화를 반영하는 사건과 사회현상 및 분위기를 잘 드러내는 것. 셋째, 연구자가 판단했을 때 대표적이고 중요하다고 생각한 것 등 세 가지로 한다.

기존 연구자들은 인물지칭 신어를 사회 분야, 직업 분야, 생활 분야, 교육 분야 등으로 분류하였다. 본 연구는 인물지칭 신어의 분류에서 기존 연구를 참고하되 인물지칭 신어가 일상생활에서 사용 빈도가 가장 높은 점¹⁶⁾을 참고하여 각 분야에서 생활의 변화가 가장 많이 일어나는 부분을 중심으로 세부적 분류의 근거를 세우고자 한다. 인물지칭 신어 중에서 크게 연관성이 있는 분야를 묶고, 일상생활과 긴밀하고 삶의 변화상을 잘 보여주는 것들로 정리하여 개인생활 분야, 가정생활 분야, 직장생활 분야의 3가지로 나눴다.

연구 방법은 우선 정성분석을 하고 대조분석을 더하는 방법을 채택한다. 먼저 한-중 양국의 인물지칭 신어를 개인생활, 가정생활, 직장생활로 나눈 후에 각 분야 신어의 사회적 양상을 비교·분석하고자 한다.

4. 생활분야 신어의 비교와 사회·문화현상 분석

4.1 개인생활 분야

Table 1. Newly coined words in the field of personal life in Korea and China

	Korea	China
Digitization	노모포비아, 스Zoom비, 팩트광	刷一代(쇄이다이), 抖友(더우유), 抖商(더우상), 村小二(촌샤오얼), 数字弃民(수쯔치민), 扛精(강징)
Lifestyle	올로족, 영포티족, 워라밸족, 문센족, 집강스족	硬核青年(잉허칭넨), 陰陽家(인양자), 佛系青年(부시칭넨), 佛系青年(루시칭넨), 未日召喚師(모르자오환스), 床山(취셴), 積極廢人(지지페이런), 社交現(서자오자이)
Consumption	골로족, 책가죽, 염진족, 가성비비족, 가심비족, 갯꿀러, 스마트컨슈머, 일코노미족, 편족	暴花戶(바오화후), 剩手族(셴서우쭈), 購物盲人(구우우밍런)

2) 한국과 중국에서 많이 사용하는 검색 포털 사이트인 네이버(naver), 바이두(baidu), 쑤후(zhuhu)에서 검색하였을 때 해당 빈도수가 20회 이상인 것.

4.1.1 정보화

급속한 정보화와 함께 한국과 중국에서는 인터넷 및 스마트폰과 관련된 인물지칭 신어가 등장했다. 중국에서는 SNS나 미디어 콘텐츠에 열광하는 ‘刷一代(쇄이다이: 손가락 일세대)’ 사이에서 동영상 플랫폼 ‘틱톡’이 크게 유행하며 ‘抖友(더우유: 틱톡 친구)’, ‘抖商(더우상: 틱톡 상인)’ 등 신어를 만들어 냈다.

정보통신기술의 변화는 순기능과 역기능을 모두 드러내었다. 중국의 ‘村小二(촌샤오얼: 시골 심부름꾼)’은 오픈마켓 ‘타오바오’를 통해 농촌의 생활 및 생활 방식을 개선했다. 한편 기술 변화의 속도에 적응하지 못하는 ‘数字弃民(수쯔치민: 디지털 낙오자)’ 등 신어는 정보 격차의 심화를 보여준다. 한국에서는 과도한 스마트폰 몰입에 대한 우려나 관련 안전 문제로 인해 ‘노모포비아’나 ‘스Zoom비’와 같은 신어들이 생겨났다.

인터넷은 단순한 통신 기술을 넘어 다양한 인간들이 교류하는 소통 환경이 되었다. 한국어의 ‘팩트광’이나 중국어의 ‘扛精(강징: 언쟁 요정)’은 인터넷 환경에서 두드러져 새로운 이름을 얻은 인간형이다.

4.1.2 생활방식/생활 태도

2017년과 2018년 생활방식 및 생활 태도와 관련된 인물지칭 신어 중, 한국어 신어는 접사 ‘-족’을 사용하여 새롭게 등장한 삶의 방식에 이름을 준 반면 중국어 신어는 현실에 존재하는 여러 인간상을 표현했다.

먼저 한국에서는 접사 ‘-족’을 사용하여 개인의 삶의 질을 높이는 다양한 삶의 방식을 명명하는 신어들이 만들어졌다. ‘올로족’, ‘영포티족’, ‘워라밸족’, ‘문센족’, ‘집강스족’은 각각 나름의 기준에 따라 행복을 추구하는 여러 가지 삶의 양상을 그려낸다. 이들은 기존에 있던 가치관이나 타인의 시선에 따르지 않고 당당히 자신만의 삶의 가치와 만족을 찾아간다.

같은 시기 중국에서는 현실에 대처하는 청년들의 삶의 모습을 묘사하는 신어들이 비교적 산발적으로 등장했다. ‘硬核青年(잉허칭넨: 하드코어 청년)’과 ‘陰陽家(인양자: 음양가)’는 본인이 옳다고 믿는 삶을 위해 독립적으로 삶을 일구는 인간형이다. 중국 전통 사상과 결합된 신어 ‘佛系青年(부시칭넨: 불계 청년)’은 돈이나 연애에 연연하지 않고 자신이 원하는 대로 살아가는 청년상, ‘儒系青年(루시칭넨: 유계 청년)’은 사회에서 성공한 인재가 되기 위해 진취적으로 나아가는 청년상을 표현

한다. 반면 ‘末日召喚師(모르자오환스: 종말 소환사)’, ‘床仙(창셴: 침대 신선)’, ‘積極廢人(지지페이런: 적극 폐인)’은 현실에 소극적이거나 회피적인 태도로 임한다. ‘社交宅(서자오자이: 사교 불호족)’은 한국의 신어들처럼 휴식 동안 혼자만의 시간에서 행복을 찾는 자신만의 삶의 형태를 보여준다.

4.1.3 소비 관념

한국어에서는 주로 절약적이거나 합리적인 소비에 관한 인물지칭 신어가 많았고, 중국에서는 무절제한 소비에 관한 신어가 발견되었다.

한국에서는 저성장과 저임금, 고물가의 경제 상황에서 ‘올로족’과 ‘골로족’으로 대변되는 두 가지 소비 관념이 대립했다. 앞서 언급한 ‘올로족’이 불투명한 미래 대신 현재를 위해 돈을 아끼지 않았지만 ‘골로족’, ‘책가족’, ‘염전족’은 미래를 위해 현재의 소비를 최소화하고 저축과 재테크에 집중했다. 적은 지출로 더 효율적으로 소비하는 ‘가성비족’과 저렴한 물건으로 마음의 큰 만족을 얻으려는 ‘가심비족’, ‘겻꿀러’도 생겨났다. 합리적인 소비를 위해 정보통신기술을 심본 활용하는 이들도 ‘스마트 킨슈머’라는 이름을 얻었다.

또 한국에서는 1인 가구의 성장 및 편의점의 일상화에 따라 ‘일코노미족’, ‘편족’이 부각되면서 상품 및 서비스 시장의 변화를 불러왔다.

한편 중국에서는 충동적이고 무절제한 소비의 심각성을 알리는 신어들이 발견되었다. ‘暴花戶(바오화후: 폭풍 소비자)’, ‘剁手族(뒤서우쭈: 손잘라족)’, ‘購物盲人(거우우망런: 쇼핑 맹인)’ 등 신어는 쇼핑에 중독되어 경제적 능력 이상으로 물건을 사는 이들이 중국 사회에서 늘어나고 있음을 보여주었다.

4.2 가정생활 분야

Table 2. Newly coined words in the field of family life in Korea and China

	Korea	China
Single-person household	연포자, 비혼충, 솔로가미, 혼족	單身狗(단선거우), 母胎單身(무타이단신), 冷戀人(링렌런), 空巢老人(쿵차오라오런)
Married life	졸혼남, 졸혼녀	懸垂家庭(쉬안추이자딩), AA制夫妻(AA즈부치)
Parenting	리터루족, 할마힐빠, 하류노인, 부모족	降落傘兒童(장뤄싼얼둥), 降落傘少年(장뤄싼샤오넨), 降落傘孩子(장뤄싼하이쯔), 宇航員父母(위항위안부무), 直升機父母(즈셴지부무)

4.2.1 1인 가구

2017년과 2018년 한국어와 중국어에서는 연애 및 결혼을 원하지 않거나 포기한 청장년층에 관한 신어가 많았다. 한국어에서는 ‘연포자’, ‘비혼충’, ‘솔로가미’가, 중국어에서는 ‘單身狗(단선거우: 독신개)’, ‘母胎單身(무타이단신: 모태 솔로)’, ‘冷戀人(링렌런: 냉연인)’이 있었다. 특히 ‘母胎單身’는 ‘모태솔로’에서 나온 신어로서 한국과 중국의 젊은 층 사이에 연애와 결혼이 어려운 현실에 대한 공감대가 있음을 보여준다.

Table 3. Changes in the Composition of Single-person Households by Number of Korean and Chinese Households (%)

Year Country	2015	2016	2017	2018
Korea	27.2	27.9	28.6	29.3
China	13.1	14.0	15.6	16.7

※ 한국 : 통계청, 「인구총조사」 중국: 국가통계국

한국과 중국의 가구원수 대비 1인 가구 비율은 Table 3과 같이 증가했다. 한국의 1인 가구 중에는 개인주의 확산과 경제난, 청년실업에 따른 미혼 청년 가구가 많았다[17]. 한편 중국의 1인 가구에는 자녀를 독립시키고 홀로 사는 ‘空巢老人(쿵차오라오런: 빈 둥지 노인)’이나 이혼 및 사별로 단독 세대를 구성하는 가구의 비중이 높았다. 중국 청년 1인 가구 중에는 성별 인구의 불균형으로 인해 결혼하지 못하는 남성의 비율이 높았다[18].

양국의 젊은 세대 사이에는 결혼제도에 편입되지 않고 독신을 즐기는 사람이 증가하는 추세이다[19]. 특히 한국어에는 여타 인간관계에 매이지 않고 혼자 삶에서 즐거움을 찾는 ‘혼족’과 관련된 신어가 ‘혼골족’, ‘혼캉스족’, ‘혼행러’ 등 활발하게 생성되었다.

4.2.2 결혼생활

한국과 중국에서는 공통으로 결혼 관계의 약화 및 해체와 관련된 신어가 생성되었다. 특히 중국 내 이혼율은 Table 4와 같이 상승하며 사회 문제가 되었다.

Table 4. Trends in Joy Marriage in China (%)

2015	2016	2017	2018
2.8	3.0	3.2	3.2

※ 民政事業發展統計(민정사업발전통계)

신어 ‘懸垂家庭(쉬안추이자팅: 매달린 가정)’은 노동자가 농촌에서 도시로 이주한 후 새로운 인간관계를 맺으며 발생하는 이혼으로서 중국의 도시화를 반영한다 [20]. 또 중국에는 결혼 후에도 경제를 공유하지 않고 개인별 재산을 구분하는 ‘AA制夫妻(AA즈푸치: AA제 부부)’라는 신어가 생겼다.

한편 한국의 신노년층 사이에는 ‘황혼이혼’이나 ‘졸혼’과 같은 신어가 들었다. ‘졸혼남’, ‘졸혼녀’는 자녀를 독립시킨 후 혼인 유지의 필요성을 느끼지 못하고 이혼하거나 부부생활을 그만둔 이를 뜻한다.

4.2.3 부모·자녀

2017년과 2018년, 한국에서는 자녀의 분가 후 부모가 자녀와 맺는 관계에 대한 인물지칭 신어가 많았으며 중국에서는 어린 자녀의 유학과 관련된 인물지칭 신어가 생성되어 각국의 사회적 이슈를 보여주었다.

한국어의 ‘리티루족’은 결혼으로 독립한 후에도 높은 집값이나 육아 부담 등 현실적 문제로 다시 부모의 도움에 의존하는 이들의 모습을 반영한다[21]. ‘할마할빠’는 이러한 자녀 세대를 돕기 위해 손자녀 육아에 참여하였다. 그러나 한국의 노인층은 자녀를 양육하느라 본인의 노후를 준비하지 못하고 자녀에게 부양받기도 어려운 ‘하류노인’이나 ‘부포족’이 많다. Table 5는 빈곤에 처한 한국 노인의 비율을 보여준다.

Table 5. Poverty rate of senior citizens aged 65 or older in major OECD countries in 2017

Korea	U.S.	Sweden	Norway	Germany
44.0%	23.1%	11.3%	10.2%	4.3%

같은 시기 중국에서는 미국 등 외지로 떠나는 어린 유학생들에 관한 신어가 두드러졌다. 6세부터 18세까지의 중국인 유학생을 부르는 ‘降落傘兒童(장뤄싼얼둥: 낙하산 어린이)’, ‘降落傘少年(장뤄싼사오넨: 낙하산 소년)’, ‘降落傘孩子(장뤄싼하이쯔: 낙하산 아이)’나 자녀를 유학 보낸 부모를 부르는 ‘宇航员父母(위항위안푸무: 우주 비행사 부모)’, ‘直升机父母(즈성지푸무: 헬리콥터 부모)’ 등은 중국 내의 유학 열풍을 반영했다. 당시 중국에서는 유학생들이 낯선 언어와 문화, 관계, 환경에서 학습 및 심리적 장애를 겪거나 범죄에 연루되는 문제가 사회 이슈가 되었다[22].

4.3 직장생활 분야

Table 6. Newly coined words in the field of work life in Korea and China

Country Kind	Korea	China
Employment	호모스펙타쿠스, 아웃캐퍼스족, 돌취생, 취반생, 공취생, 십시, 호모고시오패스	就业党(주예당), 面霸(멘바), 霸王面(바왕멘), 出国党(추귀당), 考研党(카오옌당)
Workplace	사축, 썬포족, 사무실 자박령, 퇴준생	社畜(사축), 打工(다공런), 跳槽(타오차오런)

4.3.1 구직

2017년과 2018년 한국과 중국에서는 구직 과정에서 어려움을 겪는 사람들을 일컫는 인물지칭 신어가 다수 만들어졌다. 중국에서는 한국의 ‘취준생’과 비슷한 의미로 대학교 4학년생을 부르는 ‘就业党(주예당: 취업당)’ 등이 생겼으며, ‘面霸(멘바: 면접대왕)’, ‘霸王面(바왕멘: 서류 전형에서 떨어졌음에도 면접 보게 해달라고 요구하는 사람)’ 등은 ‘就业党’들이 느끼는 취업에 대한 좌절과 스트레스를 자조적으로 표현했다.

한국어의 ‘호모스펙타쿠스’와 ‘아웃캐퍼스족’, 그리고 중국어의 ‘出国党(추귀당: 유학파)’와 ‘考研党(카오옌당: 대학원 응시파)’는 취업경쟁을 위해 많은 ‘스펙’을 쌓아야 하는 청년들의 현실을 반영한다. 또 한국어의 ‘돌취생’, ‘취반생’은 취직 후 다시 이직이나 취업을 준비하는 직장인들을 일컫는다.

2017년 한국에서는 공무원이 안정적인 직업으로 인기를 얻으며 ‘공취생’, ‘호모 고시오패스’ 등 신어가 생겼다. 그러나 그도 쉽지 않아 ‘십시’와 같은 자조적 신어도 잇따라 생성되었다. 구직과 관련된 신어들은 양국의 청년들이 막막한 취업 현실 앞에서 구직을 위해 여러 길로 노력하였음을 보여준다.

4.3.2 직장

2017년과 2018년 한국과 중국은 ‘사축’과 ‘社畜(사축: 사축)’이라는 신어를 공유했다. 이는 당시 한국과 중국에 고단한 직장생활에 대한 공감대가 있었음을 반영한다. 한국에는 비슷한 어감의 신어로 ‘사무실 자박령’, ‘썬포족’ 등도 있었다. 중국에서는 도시의 현장 노동자를 뜻하는 ‘打工(다공런: 작업자)’의 의미가 확대되어 ‘월급쟁이’와 같은 느낌의 자조적인 인물지칭 신어로 널리 사용되었다.

인물지칭 신어는 젊은 세대의 직업관 변화를 반영하기도 했다. 평생직장의 개념이 사라지면서 회사를 다니

며 퇴사 후를 준비하는 '퇴준생'과, 번번이 직장을 옮겨 다니는 '跳槽人'(타오차오런: 이직자)가 생겼다.

4.4 논의

한·중 인물지칭 신어를 세 가지 분야로 나누어 비교·분석한 결과는 다음과 같다.

첫째, 한국과 중국 양국에서는 SNS 및 스마트폰 중독 현상이 사회 문제로 대두되었다. 중국에서는 빠르게 발달하는 정보통신기술이 지역 격차를 줄이고 생활 방식을 개선하는 도구로써 활용되기도 하였으나, 노년층 등 기술의 발전 속도를 따라가지 못하는 이들에게서 정보 격차가 심화하는 역기능도 포착되었다.

둘째, 한국에서는 청년 및 직장인들을 중심으로 '올로족', '위라벨족' 등 기준에 있던 가치관이나 타인의 시선을 의식하지 않고 자신의 기준과 가치에 따라 삶의 균형과 행복을 추구하는 여러 가지 생활 방식이 생겨나고 유행하였다. 한편 중국에서는 진취적으로 부지런히 노력하는 청년과 만성적 불안 또는 태만을 보이는 청년이 대비되었다.

셋째, 한국에서는 합리적인 소비를 위해 여러 정보를 찾고 비교하는 소비자가 늘어났다. 또 현재의 소비를 최소화하고 저축과 재테크에 집중하는 소비관념이 유행하였으며, 1인 가구의 소비와 편의점 문화의 확대에 따라 상품과 서비스 시장에도 변화가 생겼다. 이와 달리 중국에서는 온라인 환경에서 본인의 경제적 능력 이상으로 충동적이고 무절제한 소비를 하는 이들의 모습이 부각되었다.

넷째, 한국과 중국에서는 1인 가구가 증가하였으며 연애 및 결혼에 어려움을 겪는 청년들이 많았다. 한국에서는 개인주의의 확산과 경제난, 높아진 집값과 청년 실업에 따라 결혼을 미루거나 비혼을 택하는 청년의 비중이 높았다. 또 혼자만의 삶에서 즐거움을 찾고자 하는 트렌드가 변했다. 반면 중국에서는 자녀의 독립이나 이혼, 사별로 1인 가구가 된 이들의 비중이 높았다. 청년 1인 가구의 경우에도 남녀성비의 불균형 문제가 한국에 비해 심각한 원인으로 부각되었다.

다섯째, 양국에서는 부부 관계가 약화되거나 이혼하는 가정이 늘었다. 특히 중국에서는 도시화에 따라 도시로 이주한 노동자가 새로운 환경을 접하며 일어나는 이혼이 많았다. 또 부부 사이에도 재산을 독립적으로 운영하는 분위기가 생겼다. 한국에서는 자녀를 독립시

킨 후에 이혼을 결정하는 부부들이 증가했다.

여섯째, 한국에서는 자녀가 분가 후에도 현실적인 문제로 부모에게 의존하는 경우가 많았다. 한국 노년층은 손주의 양육에 참여하는 경우가 많았으나, 거꾸로 노후에 자식에게 부양받는 것은 어려워졌다. 가정을 돌보느라 본인의 노후 준비를 하지 못한 한국의 노년층은 빈곤하고 소외되어 사회적 문제가 되었다. 한편 중국에서는 조기 유학 열풍이 불었다. 어린 유학생들이 타지의 환경에서 각종 어려움과 위협에 처하면서 이슈가 되기도 하였다.

일곱째, 한국과 중국 청년들은 유학을 가거나 스펙을 쌓는 등 구직을 위해 노력했다. 취직 후에도 다시 이직 및 구직을 하는 분위기도 양국에서 공통적이었다. 한국에서는 공무원이 직업으로서 인기를 얻었다.

여덟째, 한국과 중국의 직장인들 사이에 고단한 직장 생활에 대한 공감대가 있었다. 한편 한국과 중국의 직장인들 사이에는 직업관이 변화하면서 퇴사 후를 준비하거나 잦은 이직을 하는 경우가 많아졌다.

5. 결론

본 연구는 한국과 중국에서 2017년과 2018년 생성된 인물지칭 신어를 개인생활 분야, 가정생활 분야, 직장생활 분야로 나누어 각 분야 신어들이 반영하는 사회·문화적 양상을 탐색하고, 해당 시기 한국과 중국의 사회·문화 현상의 공통점과 차이점을 밝혔다. 본 연구는 한국어를 학습하는 중국인 학습자와 중국어를 학습하는 한국인 학습자가 한·중 양국의 사회·문화 현상을 이해하는 데에 도움을 줄 수 있다.

다만 추후 연구에서는 2018년 이후의 신어들을 연구하여 자료 보강을 할 필요가 있다. 나아가 중국인 한국어 학습자들을 위한 한국문화 교육용 신어를 선정하고 효율적이고 적절한 한국어 신어 교육방안에 대해서도 연구해야 할 것이다.

REFERENCES

- [1] H. Choe. (2008). ‘~ ~ zu(族)’ and Social Phenomena in Chinese Neologism. *Journal of East Asian Humanities Society*, 1(14), 265-308. UCI : G704-001677.2008..14.022
- [2] Y. Wang. (2022). A review on the method of coined words by Korean and Chinese characters.

- Journal of Convergence Society for SMB*, 12(3), 178-185.
DOI : 10.22156/CS4SMB.2022.12.03.178
- [3] H. Choe. (2004). System Transition and Coinage Patterns in China—with focus on Human Reference Terms. *Journal of The Association Of Chinese Language, Literature And Translation In Korea*, 1(12), 359-389.
UCI : G704-001356.2004.12.014
- [4] H. Yoo. (2013). *A comparative study of newly coined words in the field of life between Korea and China*, Master's thesis. Kongju National University, Kongju.
- [5] S. J. Wang. (2018). *A review of the social meaning characteristics of newly coined words in Korea and China*, Master's thesis. Honam University, Gwangju.
- [6] M. Yang. (2017). *A Contrast Study on New Words Designated by Korean-Chinese People*, Master's thesis. Dongguk University, Seoul.
- [7] D. GUI. (2016). *A comparative study of newly coined words between Korea and China*, Master's thesis. Ewha Womans University, Seoul.
- [8] T. T. LI. (2017). *A comparative study of newly coined words between Korea and China*, Master's thesis. Kangwon National University, Kangwon.
- [9] S. M. You. (2010). *A study on teaching new words for Korean learne.*, Master's thesis. Chonnam National University, Gwangju.
- [10] S. W. Lee. (2013). *Research on Korean language education plans using new tones*, Master's thesis. Hankuk University of Foreign Studies, Seoul.
- [11] W. L. Xiong. (2019). *A study on Korean cultural education plans using comparison of newly coined words between Korea and China*, Master's thesis. Ewha Womans University, Seoul.
- [12] B. B. Wang. (2014). *A Study on the Comparative Newly-coined Words of Korean and Chinese Languages and Teaching-Learning Method.*, Master's thesis. Busan University, Busan.
- [13] G. G. Jo. (2014). *A Comparative Study on New Languages in People in Korea and China*, Master's thesis. Korea University, Seoul.
- [14] M. Yang. (2017). *A Contrast Study on New Words Designated by Korean-Chinese People*, Master's thesis. Dongguk University, Seoul.
- [15] G. I. Lee. (2016). *A Contrast Study on New Korean-Chinese Words*, Master's thesis. University of Seoul, Seoul.
- [16] H. Choe. (2008). ‘~zu(族)’ and Social Phenomena in Chinese Neologism. *Journal of East Asian Humanities Society*, 1(14), 265-308.
UCI : G704-001677.2008.14.022
- [17] H. Y. Kim. (2014). Floating Families in Korea: Focusing on One-person households. *Journal of social Research*, 15(2), 255-292.
DOI : 10.22862/kjsr.2014.15.2.008
- [18] E. C. Lee. (2019). Un/Marriages of Urban Chinese Youths. *Journal of The Korean Association of Asian Studies*, 22(2), 151-178.
DOI : 10.21740/jas.2019.05.22.2.151
- [19] E. M. An & J. M. Hurh. (2020). A Study on the Lifestyle of the Parent-dependent Parasite Singles. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 21(1), 349-353. DOI : 10.5762/KAIS.2020.21.1.349
- [20] M. Yang. (2017). *A Study on the Contrast of New Words referring to Korean and Chinese Character*, Master's Thesis. DongGuk University, Seoul.
- [21] D. Wang & D. H. Ahn. (2016). The relationships between parenting styles, character strengths, and school adjustment of adolescents in China. *Journal of Korean Comparative Education Society*, 26(4), 199-229.
DOI : 10.20306/kces.2016.26.4.199
- [22] J. H. Choi & J. S. Choi. (2016). A Study on factors affecting Divorce Rate in China. *Journal of The Korean - Chinese Association of Social Science Studies*, 14(4), 109-127.
UCI : G704-002068.2016.14.4.002

왕 연(WANG YAN)

[정회원]



- 2016년 8월 : 배재대학교 한국어 교육학과(한국어교육학 석사)
- 2020년 3월~현재 : 목원대학교 한국어다문화학과 한국어교육학 박사재학

- 관심분야 : 교육학, 교과교육학
- E-Mail : wangyandkk@naver.com

주 봉(ZHU FENG)

[정회원]



- 2020년 8월: 목원대학교 신학과 (신학 석사)
- 2020년 9월~현재 : 목원대학교 경영학과 마케팅전공 박사재학

- 관심분야 : 교육학, 마케팅
- E-Mail : zhufeng118@naver.com