

대한민국 트렌드

일반 국민, 신조어는 한글 파괴 행위, 그러나 20대는 한글을 창조적으로 재사용하는 것!

얼마 전 배우 윤여정씨가 아카데미 여우조연상 수상을 알리는 소식 가운데, 이런 낯선 단어가 눈에 띄었다. ‘윤며들다!’ 처음에는 이게 무슨 말인지 몰라 당혹스러웠는데 이게 ‘윤여정에게 스며들다’ 즉 윤여정의 매력에 빠져들다라는 의미의 신조어인 것을 알고 그 기발함에 감탄한 적이 있다.

신조어(新造語)는 새로 만들거나 생겨난 말 또는 새로 귀화한 외래어를 가리킨다. 일반어의 준말 또는 외국어, 혼종어 형태로 많이 나타나며, 컴퓨터 통신과 인터넷 보급으로 신조어의 수가 급격히 늘어났다.

신조어에는 ‘낄끼빠빠’(낄 때 끼고 빠질 때 빠져라)와 같은 축약어, ‘개이득’(‘개-’ + ‘이득’)같은 파생어, ‘웃프다’(‘웃다’의 사동사 ‘웃기다’ + 형용사 ‘슬프다’) 같은 합성어, ‘슴가’(가슴) 같은 도치어, ‘ㅇㅋ’(오케이)같이 초성만 따온 초성어, ‘귀엽다’(귀엽다)와 같이 모양이 비슷한 글자끼리 서로 바꿔 쓰는 야민정음 등 너무나 다양하다.

다양한 신조어의 범람은 낯섬을 넘어서 당혹스러움에 빠지게 한다. 특히 다음과 같은 대화를 보면 당혹의 극치를 맛보지 않을 수 없다. “아침에 창조주랑 팔도네넴면 완전하고, 음쓰 버리러 갔다 보시래기 땡땡이 봄.” “귀엽! 버트 안물안궁. 넘 TMI.” 이것은 한글인지, 외계어인지? 이 대화의 뜻은 이렇다. “아침에 엄마랑 팔도비빔면 한 그릇 깨끗이 먹고 음식물 쓰레기 버리러 나갔다가 귀여운 강아지를 만났어” “귀엽겠다. 그런데 솔직히 안 물어봤고 안 궁금하거든. 굳이 안 알려줘도 된다!”

[넘버즈] 99호는 외계어와 같은 신조어의 현황과 왜 신조어가 늘어나고 그것이 시사하는 바가 무엇인지 살펴본다.

일러두기

- 본 리포트에서 사용한 자료는 저작권법을 준수합니다.
- 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 보고서 상에서 표기된 값의 합이 100%가 되지 않을 수 있습니다.
- 복수 응답 문항의 빈도는 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 본 리포트는 저작권법에 의해 각각의 통계마다 그 자료의 출처(생산자)를 의무적으로 명기하고 있습니다. 자료를 인용하실 경우, 원 자료 출처(생산자)를 반드시 밝혀주시기 바랍니다.

1



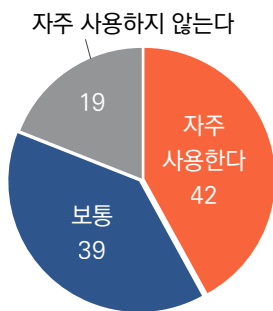
신조어, 국민 대부분(81%)이 사용하고 있어!

- 국립국어연구원이 일반 국민을 대상으로 몇 가지 예시를 들어서 신조어를 ‘인터넷 언어’라는 명칭으로 사용 빈도를 조사했을 때 ‘자주 사용’ 비율이 42%나 되었는데, ‘보통 사용’ 비율 39%까지 포함하면 81%가 신조어를 사용할 정도로 신조어는 우리들 가운데 이미 보편적으로 많이 사용하고 있다.

※ 설문 시 제시한 인터넷 언어 예시 : ㅋㅋ(웃음소리),ㅠㅠ(눈물 흘리는 모양), 땡땡이(멍멍이), 프사(프로필 사진), 순삭(순간 삭제), 레알(진짜), 안습(눈물이나)

- 그런데 신조어는 워낙 다양한 유형이 있어서 유형별로 사용률이 다른데, 구체적으로 보면 ‘ㄱㅅ’(감사)처럼 한글의 초성을 사용한 초성체는 66%가 사용한 경험이 있다고 응답했다.

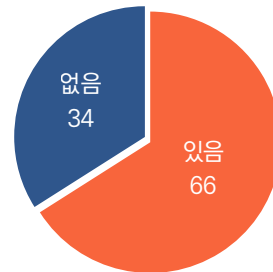
[그림] 신조어(인터넷 언어) 사용 빈도** (%)



*자료 출처 : 국립국어원, '2020년 국민의 언어 의식조사' (전국 만 20세 이상 69세 이하 남녀 5,000명, 개별면접조사, 2020.9.21 ~11.18), 2020, 12. 31

**자주 사용한다 : 매우+대체로, 자주 사용하지 않는다: 전혀+별로 수치임

[그림] 초성체(예: 'ㄱㅅ' 감사) 사용 경험 (%)

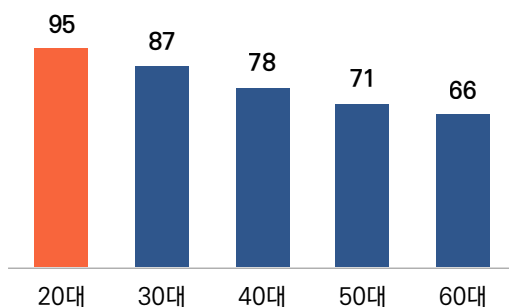


*자료 출처 : 한국리서치, '여론 속의 여론 : 한글에 대한 이미지와 인식조사'(전국 만 18세 이상 남녀 1000명, 웹 조사, 2020.9.25~9.28) 2020, 10. 7

● 신조어, 젊은층의 언어

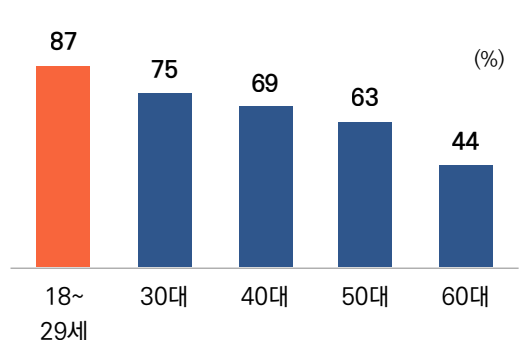
- 인터넷 언어는 20대의 거의 모든 사람들이(95%) 사용하는 등 젊은 층이 주로 사용하고 나이가 들수록 사용률이 줄어드는 것으로 나타났다.
- 이는 초성체도 마찬가지인데, 초성체를 18~29세가 사용하는 비율이 87%로 가장 많이 사용하고, 30대는 75%, 50대 63%, 60대 44%로 나이가 들수록 사용률이 떨어지는 경향을 보였다.

[그림] 인터넷 언어 사용(자주+보통) 경험(연령별)



*자료 출처 : 국립국어원, '2020년 국민의 언어 의식조사' (전국 만 20세 이상 69세 이하 남녀 5,000명, 개별면접조사, 2020.9.21 ~11.18), 2020, 12. 31

[그림] 초성체 사용률(연령별)

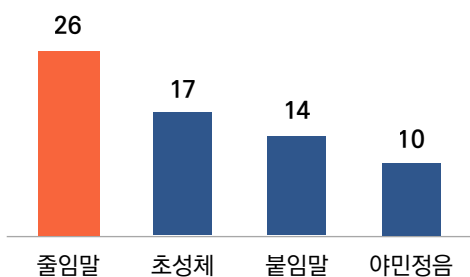


*자료 출처 : 한국리서치, '여론 속의 여론 : 한글에 대한 이미지와 인식조사'(전국 만 18세 이상 남녀 1000명, 웹 조사, 2020.9.25~9.28) 2020, 10. 7

● 신조어, ‘줄임말’을 제일 많이 사용해

- 신조어의 종류가 다양한 가운데 어느 유형을 주로 사용하는지 보면, ‘줄임말’을 주로 사용한다는 응답이 26%로, 가장 많이 사용되는 신조어는 줄임말로 나타났다.
- ‘초성체’, ‘붙임말’을 주로 사용한다는 응답은 10% 중반대를 보였고, 신조어 가운데 가장 기발하고 어려운 야민정음(인터넷 커뮤니티인 디시인사이드 국내 야구 갤러리에서 비롯된 신조어라서 야민정음이라고 불림)은 10%의 응답률을 보였다.

[그림] 인터넷 언어 유형별 주 사용률 (%)



줄임말 : 낱말의 중간 글자만 따서 쓰는 것
 보기) 길끼빠빠=길 때 끼고 빠질 때 빠져라

초성체 : 음절의 초성만 따서 쓰는 것
 보기) ㄱㅏ=감사

붙임말 : 낱말에 특정 의미의 접두사를 붙여쓰는 것.
 보기) 개+이득=개이득 : 큰 이득

야민정음 : 특정 음절을 비슷한 모양의 다른 음절로 바꿔 쓰는 것
 보기) 멍멍이=땡땡이, 컹컹다=귀엽다

*자료 출처 : 두잇서베이 블로그(<https://doooit.tistory.com/672>), '한글 파괴하고, 세대차이'(전국 만 20세 이상 남녀 3,862명, 온라인조사), 2019. 10. 10

2

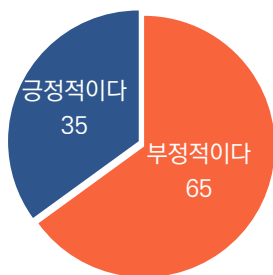


신조어 사용, '부정적이다' 65%

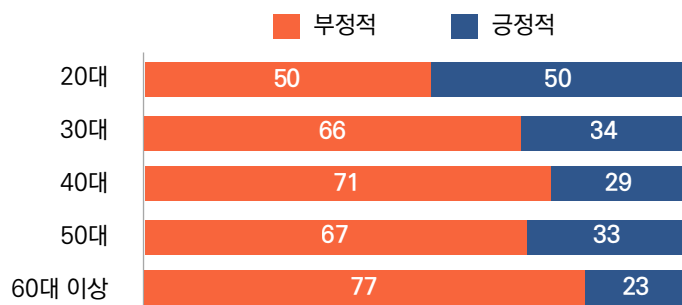
- 신조어에 대해서는 전반적으로 부정적 태도가 65%, 긍정적 태도가 35%로 부정적 태도가 훨씬 높았다.
- 연령별로 보면 차이가 많은데 20대는 절반 정도가 긍정적으로 보고 있었고, 30대 34%, 40대 29%, 50대 33%, 60대 이상 23%로 나이가 올라갈수록 긍정적 태도는 약화되고 부정적 태도는 높아지는 경향을 보였다.

[그림] 신조어에 대한 태도 (%)

전체



연령별

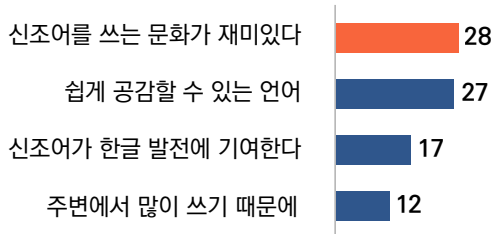


*자료 출처 : 두잇서베이 블로그(<https://doooit.tistory.com/672>), '한글 파괴하고, 세대차이'(전국 만 20세 이상 남녀 3,862명, 온라인조사), 2019. 10. 15

● 신조어 사용 동기, '재미있다'

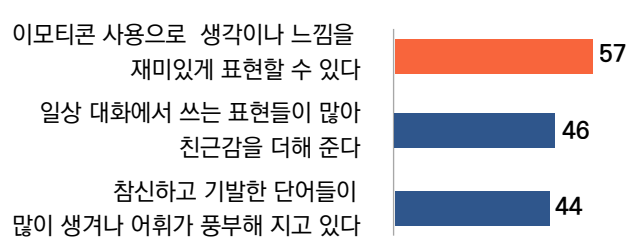
- 신조어에 대한 부정적 인식이 강함에도 불구하고 왜 신조어는 계속되는 것일까? 그것은 신조어가 집단 언어, 또래 언어이기 때문이다. 신조어를 긍정적으로 평가하는 이유를 질문했을 때 '쉽게 공감할 수 있는 언어'(27%), '주변에서 많이 쓰기 때문에'(12%)를 응답했는데, 이는 신조어가 20대 혹은 특정 커뮤니티 구성원 간에 친밀성을 다지고 동질감을 느끼게 하는 효과가 있다는 것으로 해석할 수 있다.
- 둘째는 신조어가 '재미'있기 때문이다(28%). 많은 연구에 따르면 20대의 특징 가운데 하나를 '재미 추구'로 보고하고 있다. 이들이 신조어를 타인과의 커뮤니케이션에서 사용할 때에 재미를 느낀다는 매력은 20대로 하여금 신조어를 사용하게 만드는 것이다.
- 한편 흥미로운 것은 신조어가 한글 파괴라는 강한 비판이 있음에도 불구하고 신조어가 한글 발전에 기여한다(17%)는 응답이 있었다는 것이다. 다른 조사를 보면 이 의미가 명확해지는데 신조어 가운데 참신하고 기발한 단어들이 있어서 어휘를 풍부하게 한다는 언급이 있는데 이것이 한글 발전에 기여한다는 인식을 주는 것으로 해석된다.

[그림] 신조어 긍정 평가 이유(상위 4위) (%)



*자료 출처 : 두잇서베이 블로그(<https://dooit.tistory.com/672>), '한글 파괴하고, 세대차이'(전국 만 20세 이상 남녀 3,862명, 온라인조사), 2019. 10. 15

[그림] 신조어에 대한 인식('그렇다' 비율)** (%)



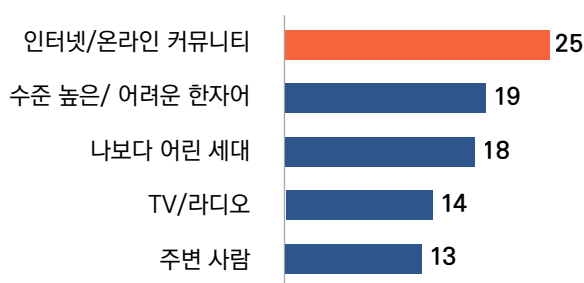
*자료 출처 : 국립국어원, '2020년 국민의 언어 의식조사'(전국 만 20세 이상 69세 이하 남녀 5,000명, 개별면접조사, 2020. 9.21 ~11.18), 2020. 12. 31

**3점 척도 질문(그렇다, 보통, 그렇지 않다)으로 '그렇다' 비율임

● 신조어는 '인터넷 언어'

- 신조어를 접하는 경로를 보면 인터넷/온라인 커뮤니티가 25%, 인터넷 방송/영상 스트리밍 서비스 플랫폼 19%로 전체 응답자의 44%가 인터넷에서 접하는 것으로 조사되었다.
- 신조어는 20대가 인터넷에서 주로 사용하는데, 이는 신조어가 문자를 변형한 언어라서 텍스트로 전달하기 용이하기 때문이다.

[그림] 신조어 접하는 경우 (%)



*자료 출처 : 두잇서베이 블로그(<https://dooit.tistory.com/672>), '한글 파괴하고, 세대차이'(전국 만 20세 이상 남녀 3,862명, 온라인조사), 2019. 10. 15

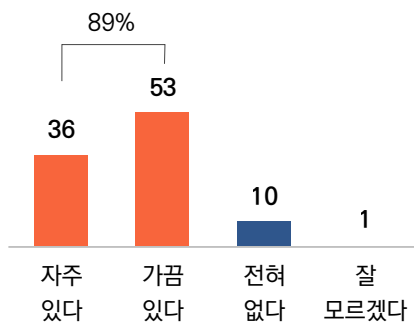
3



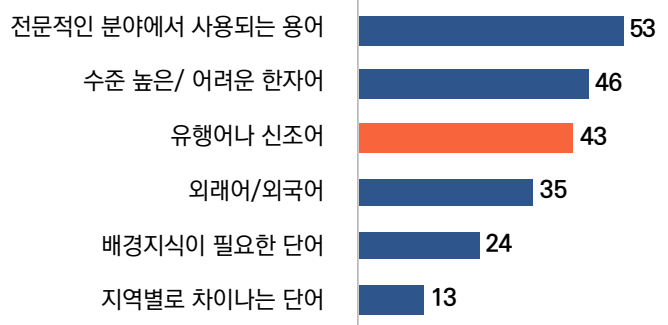
대중매체에서 신조어 때문에 말의 의미를 몰라 ‘곤란한 경험 있다’ 43%

- 우리는 일상적으로 신문이나 텔레비전을 보면서 세상의 정보도 입수하고 재미를 느끼기도 한다. 그래서 대중매체의 언어는 가장 보편적이고 쉬운 언어가 되어야 한다. 그런데 대부분(89%)의 사람들은 대중매체에서 말의 의미를 몰라서 곤란했던 경험이 있었다고 한다.
- 이해를 못해서 곤란했던 말로는 ‘전문적 용어’가 53%로 가장 많지만 유행어나 ‘신조어’도 43%나 되었다. 신조어가 사람 간의 의사소통을 가로 막는 장애물이 되고 있는 것을 알 수 있다.

[그림] 대중매체에서 말의 의미를 몰라서 곤란했던 경험 (%)



[그림] 대중매체에서 말의 의미를 몰라서 곤란함을 겪은 말 (%) (중복 응답)



*자료 출처 : 국립국어원, '2020년 국민의 언어 의식조사'(전국 만 20세 이상 69세 이하 남녀 5,000명, 개별면접조사, 2020.9.21 ~11.18), 2020. 12. 31

4

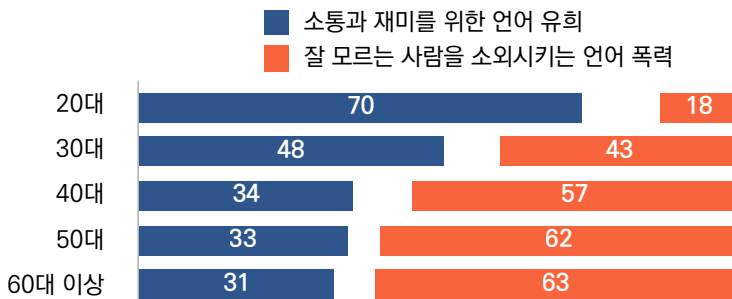
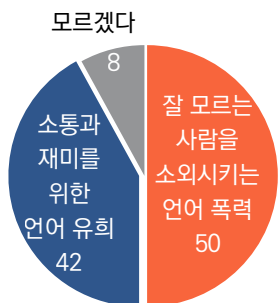
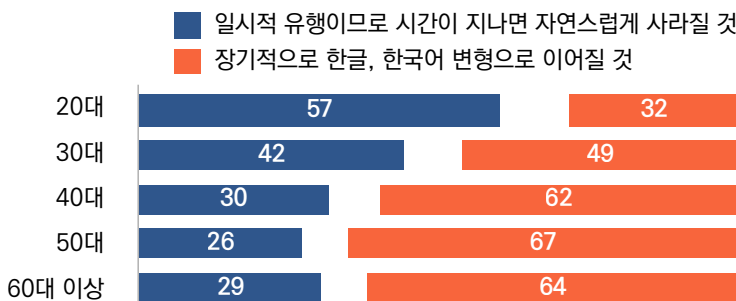
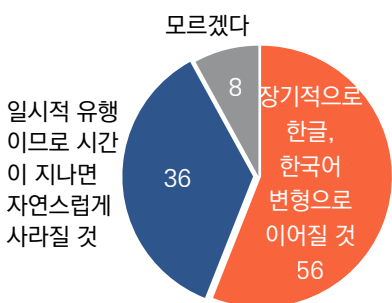
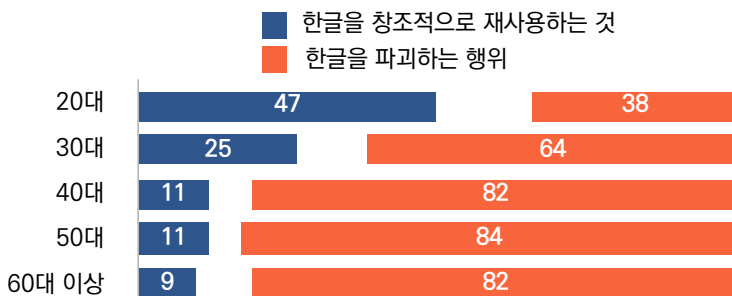
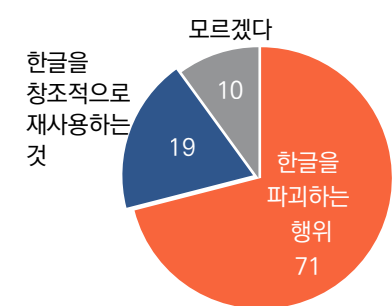


일반 국민, 신조어는 한글 파괴 행위, 그러나 20대는 한글을 창조적으로 재사용하는 것!

- 신조어가 한글 파괴 행위라는 응답이 71%인데, 이는 한글의 창조적 재사용이라는 응답 19%보다 세 배 이상 높았다. 또한 장기적으로는 신조어가 한국어 변형으로 이어질 것이라는 예상을 절반 이상(56%)이 하는 반면, '일시적 유행으로 자연스럽게 사라질 것'이라는 응답은 3명 가운데 1명이 조금 넘었다(36%). 심지어 신조어가 소통과 재미를 위한 언어 유희라는 의견(42%)보다는 신조어를 잘 모르는 사람을 소외시키는 언어 폭력이라는 의견(50%)이 더 우세했다.
- 그런데 20대는 상반된 의견을 제시했다. 이들은 신조어가 한글의 창조적 재사용(47%)이며, '일시적 유행으로 자연스럽게 사라질 것'(57%)이고, 언어 폭력이 아니라 언어 유희(70%)라는 의견이 훨씬 더 강하다.

[그림] 신조어에 대한 인식

(%)



*자료 출처 : 한국리서치, '여론 속의 여론 : 한글에 대한 이미지와 인식조사'(전국 만 18세 이상 남녀 1000명, 웹 조사, 2020.9.25~9.28) 2020, 10. 7

5

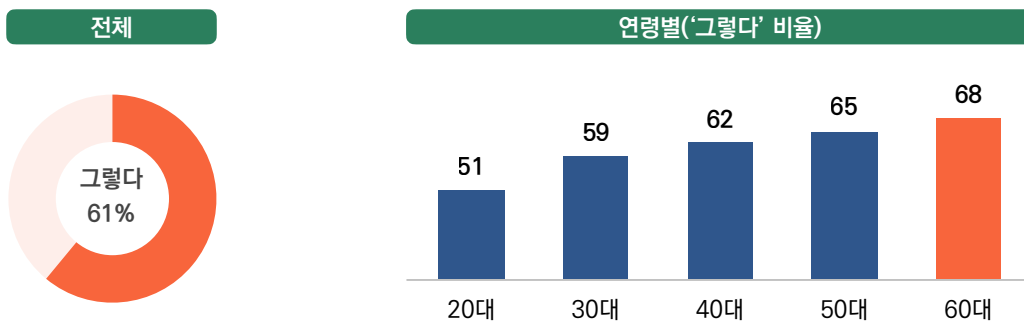


신조어, 세대 차이 느껴 61%

- 신조어를 주로 20대가 사용하므로 기성세대들은 세대 차이를 느낄 수 밖에 없다. 전체적으로는 61%가 신조어로 인해서 세대 차이를 느낀다고 했는데, 연령별로는 편차가 커서 20대와 60대는 거의 20%p 가깝게 응답률의 차이를 보이고 있다.
- 다른 측면에서의 세대 차이와 달리 언어에서의 세대 차이는 세대 간 소통을 어렵게 하고 이질감을 확대한다는 측면에서 언어의 세대 차이가 전반적 세대 차이를 가속화시키는 결과를 낳는다고 볼 수 있다.

[그림] 신조어(인터넷 언어)의 세대 차이에 대한 인식 (%)

‘젊은 층들이 주로 사용하는 말이라서 세대 차이를 느끼게 한다’



*자료 출처 : 국립국어원, '2020년 국민의 언어 인식조사'(전국 만 20세 이상 69세 이하 남녀 5,000명, 개별면접조사, 2020.9.21 ~11.18), 2020, 12. 31

이상으로 국민들의 신조어 사용 실태와 인식에 대해 살펴보았는데, 이와 함께 우리 국민의 부정적 언어 사용에 대한 사항도 함께 알아보았다.

6



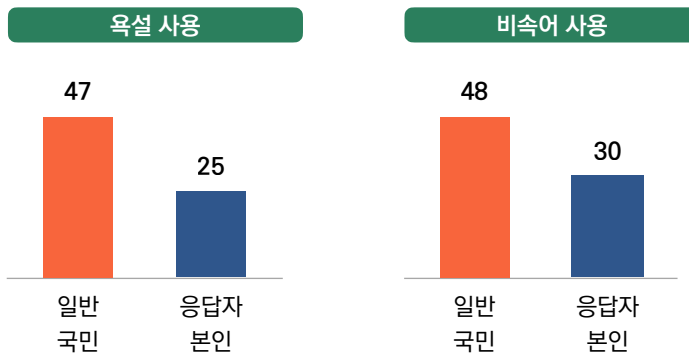
국민의 47%, 일상생활에서 욕설 사용한다!

- 일반 국민을 대상으로 국민들이 일상생활에서 욕설과 비속어를 얼마나 자주 사용하는지 질문하였는데, ‘욕설 사용’ 47%, ‘비속어 사용’ 48%로 각각 응답돼, 국민의 절반 가까이가 욕설이나 비속어를 일상생활에서 사용하는 것으로 인식됐다.
- 반면, 응답자 본인의 경우에는 ‘욕설 사용’ 25%, ‘비속어 사용’ 30%로 나타났다.
- 응답자 본인 대비 일반 국민들이 욕설 및 비속어를 더 많이 사용한다고 생각하는데, 전체적으로 욕설보다는 비속어 사용률이 더 높았다.

※ 설문시 제시한 욕설과 비속어 예시

- 욕설 : 니기미, 빌어먹을, 제기랄, 씹새끼, 씨팔놈, 쌍년, 미친놈,
- 비속어 : 낫짝, 눈깔, 대갈통, 쪽팔리다, 똤지다, 개기다

[그림] 욕설 및 비속어 사용 정도(‘사용한다’ 비율)** (%)



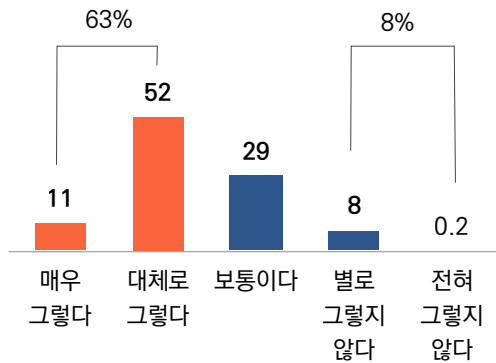
*자료 출처 : 국립국어원, '2020년 국민의 언어 의식조사'(전국 만 20세 이상 69세 이하 남녀 5,000명, 개별면접조사, 2020.9.21 ~11.18), 2020. 12. 31

**4점 척도 질문으로 '자주+가끔' 사용한다는 비율임

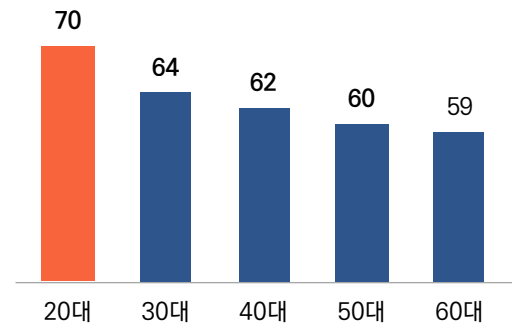
● 한국 사회, 차별적/혐오 표현 ‘예전보다 많아졌다’ 63%

- 한국 사회에서 ‘한남, 김치녀, 꼰대, 틀딱, 맘충’과 같은 차별적 표현이나 혐오 표현의 사용이 예전보다 많아진 편인지 국민들에게 질문하였다. 그 결과 국민의 63%가 ‘많아졌다’(매우+대체로)고 응답했는데, 이런 인식은 연령이 낮을수록 높은 경향을 보였다.
- 이처럼 절반이 넘는 국민들이 차별적 표현이나 혐오 표현의 사용이 예전보다 많아진 편이라고 생각하는 것은 언론이나 학계, 교육계에서 관련 문제가 많이 지적된 요인이기도 하지만 개인적인 일상에서도 차별을 판단할 수 있는 인지 감수성이 증가한 것에도 기인하는 것으로 보인다.
- 차별적 표현과 혐오 표현은 개인의 인권을 침해하고 사회적 갈등을 심화시킬 우려가 크다는 점에서 교회 내에서도 이러한 표현들의 사용을 방지하거나 감소시키는 노력이 필요할 것이다.

[그림] 차별적/혐오 표현의 사용, 예전보다 ‘많아졌다’ (%)



[그림] ‘많아졌다’ 응답률(연령별) (%)



*자료 출처 : 국립국어원, ‘2020년 국민의 언어 의식조사’(전국 만 20세 이상 69세 이하 남녀 5,000명, 개별면접조사, 2020.9.21 ~11.18), 2020, 12. 31



시사점

언어는 의사소통의 도구이다. 동물들이 단순한 몸짓과 소리로 의사소통을 한다면 사람들은 복잡한 체계를 지닌 언어로 의사소통을 한다. 사람들은 동물과 차원이 다른 집단사고와 활동을 하는데 그것이 가능한 이유가 인간에게는 언어가 있기 때문이다. 언어를 통해 사람들은 생각을 모을 수 있고 집단 행동이 가능하며 창조를 할 수 있다. 언어가 없다면 인류는 본능적 행위만 있었을 뿐 문명을 이루지 못했을 것이다. 의사소통이 활발한 사회는 역동적 사회이며 사회적 다양성이 인정되는 사회이다.

또한 언어는 정체성을 부여해준다. 사람들은 어떤 사람이 어느 집단에 속했는지를 언어를 통해서 안다. 예를 들어 우리가 한국인임을 확인하는 방법은 주민등록증을 갖고 있는 데서도 확인할 수 있지만, 더 직관적인 것은 ‘한국어’를 쓴다는 것이다. 외국에서 동양인을 만나면 얼굴로는 한국인, 중국인, 일본인, 몽골인이 잘 구별이 안돼 조심스럽게 대하지만 그가 ‘한국말’을 사용하면 금세 친근감이 생긴다. ‘같은 언어’를 쓴다는 것은 동질감을 준다는 점에서 강력한 정체성 확인 방법이다.

언어를 통한 정체성 확인은 나라와 나라 사이에서만 이루어지는 것은 아니다. 한 사회 안에서도 자기들만의 언어를 사용하므로 다른 집단과 구별짓는 행위들이 이루어진다. 예컨대 의사의 소견서를 보자. 조사만 빼놓고 거의 다 영어로 구성된 의학 용어로 돼있어서 도대체 무슨 말인지 이해하기 어렵다. 용어가 전문가 집단과 비전문가 집단을 구별하는 요인으로 작용한 것이다.

‘은어’라는 것이 있다. 은어는 어떤 계층이나 부류의 사람들이 다른 사람들이 알아듣지 못하도록 자기네 구성원들끼리만 빈번하게 사용하는 말이다(인터넷 나무위키). 그룹 회장을 왕회장이라고 부르거나 10대 학생들이 아버지를 꼰대라고 부르는 것들이 은어이다.

신조어는 집단 의식을 느낀다는 점에서 은어와 비슷하다. 하지만 은어는 타 집단이 알아듣지 못하게 하려고 의도를 해서 쓰는 말이고, 신조어는 그런 의도가 없는 말이라는 점에서 다르지만, 결과적으로 다른 집단이 잘 이해하지 못한다는 것은 마찬가지이다. 신조어를 사용하는 사람끼리 서로 동질감을 느껴서 집단 의식을 생기게도 하지만, 신조어를 알아 듣지 못하는 사람은 거리감을 느끼게 되고, 나와 다르구나 하는 이질감을 느끼게 한다.

신조어는 10대와 20대가 주로 사용한다. 그들의 언어는 기성 세대에게는 외계어와 다름없다. 그들과의 차이는 세대 차이를 넘어서 세대 단절과 가깝다. 그러므로 신세대와 공감대를 이루기 위해서는 그들을 이해하기 위한 각고의 노력이 필요하다. 대개 어른들은 요상한 말과 글을 쓰는 신세대가 국어를 파괴한다는, 못마땅한 감정으로 그들을 바라보지만, 10~20대와 가까워지기 위해서는 시각을 교정해야 한다. 신조어를 쓰는 젊은이에 대한 못마땅한 시선을 거두고 그들의 신조어를 알기 위한 적극적인 자세를 가져야 한다. 적어도 교회에서 청년부 지도 교역자라면, 청년에 관심있는 목회자라면 아니 다음세대에 대해 고민하고 있는 교회 리더들이라면 그들이 하는 말 정도는 이해할 수 있어야 하고 신조어로 소통하는 것도 필요하다. 그래야 그들과 동질감의 폭을 더 넓힐 수 있고 동질감이 형성되어야 영적 지도, 목회가 이루어 질 수 있을 것이다.