

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СХІДНОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

Кафедра корейської і японської філології

Курсова робота

з корейської філології

на тему:

**ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ**

**У СУЧАСНІЙ КОРЕЙСЬКІЙ МОВІ**

Студента(тки) групи Пкор24-20

факультету східної і слов'янської філології

денної форми навчання

Освітньої програми:

Корейська мова і література та переклад,

західноєвропейська мова

Спеціальності 035 Філологія

Спеціалізації 035.066 Східні мови та

літератури (переклад включно),

перша – корейська

**Гулакової Анастасії Богданівни**

**Науковий керівник:**

**кфн.доц. Охріменко В.О.**

**Національна шкала \_\_\_\_\_**

**Кількість балів \_\_\_\_\_**

**Оцінка ЄКТС**

**Київ-2024**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. НЕОЛОГІЗМИ, ЇХ ТИПИ ТА УТВОРЕННЯ</b> .....	5
1.1. Поняття що таке неологізм та його класифікація.....	5
1.2. Способи творення неологізмів у корейській мові .....	8
1.3. Способи перекладу неологізмів .....	9
1.4. Творчі перетворення неологізмів, їх типологія. ....	11
1.5. Чи можна вважати сленг за неологізм?.....	12
1.6. Проблематика неологізмів.....	13
Висновок до розділу 1.....	14
<b>РОЗДІЛ 2 РОЗВИТОК НЕОЛОГІЗМІВ У РІЗНИХ СФЕРАХ ЖИТТЯ</b> .....	15
2.1. Роль неологізмів у сучасному суспільстві.....	16
2.2. Неологізми в економіці, роботі і фінансах.....	17
2.3. Поява нової культури та нового класу споживачів.....	20
2.4. Медійна мова.....	21
2.5. Неологізми, пов'язані з низькою народжуваністю та старінням населення .....	24
2.6. Неологізми в освітньому процесі.....	25
Висновок до розділу 2.....	26
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	28
<b>АНОТАЦІЯ</b> .....	30
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	32

## ВСТУП

Сучасна корейська мова постійно еволюціонує під впливом різноманітних факторів, таких як технологічний прогрес, культурна взаємодія та соціальні трансформації. Одним зі способів, яким вона відображає цей постійний розвиток, є виникнення нових слів та виразів, відомих як неологізми. Функціонування та переклад неологізмів у корейській мові відіграють важливу роль у збереженні актуальності та різноманітності мовного виразу.

У сучасному світі з його стрімким темпом технологічного розвитку та соціокультурних змін, мова стає одним з найживіших відображень цих процесів. Одним з яскравих проявів цієї живої еволюції є постійне виникнення нових слів та виразів, які відповідають сучасним реаліям та потребам суспільства. У корейській мові цей процес особливо активний, і його результатом є неологізми - нові слова або вирази, які виникають для позначення нових понять, явищ, продуктів або ідей.

**Актуальність:** Зміни в суспільних структурах, цінностях та способах життя породжують нові поняття, які відображаються у мові. Наприклад, терміни, пов'язані з гендерною рівністю, міграцією, екологією та іншими соціальними аспектами. Нові терміни та вирази з'являються у зв'язку зі змінами у музиці, кіно, моді, спорті та інших сферах розваг та культури, які активно споживаються молодіжними та іншими соціальними групами.

**Мета:** Це дослідження присвячене аналізу неологізмів у сучасній корейській мові, їхньому походженню, функціям та способам використання. Вивчення цих новостворень має важливе значення для розуміння мовної динаміки та культурного контексту сучасної Кореї. Дослідження також охопить питання перекладу неологізмів, враховуючи особливості їхнього вживання та мовних традицій як у корейській мові, так і в мові перекладу. Розуміння цього явища допоможе не лише вдосконалити процеси мовного перекладу, але й поглибити наше розуміння сучасного корейського суспільства та культури.

### **Завдання:**

1. Розкрити поняття неологізм.
2. Проаналізувати наслідки вживання неологізмів.
3. Визначити особливості функціонування неологізмів сучасної корейської мови.

**Об'єкт і предмет дослідження:** об'єктом дослідження виступають неологізми в сучасній корейській мові; за основу предметом дослідження постають особливості їх функціонування і способи перекладу.

**Матеріал дослідження:** у дослідженні використовувались Інтернет-джерела, зокрема корейські серіали та статті.

**Методи:** проблемно-тематичний, порівняльний аналіз, описовий, аналіз.

**Теоретична цінність:** Загалом, неологізми мають велике значення як для розвитку мови, так і для розуміння сучасних соціокультурних та технологічних тенденцій. Вони збагачують мову, що викликає дослідницький інтерес, відображають нові концепції та культуру, допомагають стимулювати мовний розвиток. Деякі неологізми можуть відтворювати унікальність аспектів культури.

**Практична цінність:** Практична цінність неологізмів полягає в їхньому внеску у покращення комунікації, стимулюванні інновацій, сприянні адаптації до змін та розвитку мовних ресурсів. Вони є необхідним елементом сучасної мовної дійсності та допомагають суспільству ефективно функціонувати в умовах постійного розвитку та змін.

**Структура курсової роботи:** курсова робота складається зі вступу, двох розділів і підрозділів, висновків і списку використаних джерел. Усього в роботі використано 15 джерел, загальний обсяг 33 сторінки

## РОЗДІЛ 1. НЕОЛОГІЗМИ ТА ЇХ УТВОРЕННЯ В КОРЕЙСЬКІЙ МОВІ

### 1.1. Поняття що таке неологізм та його класифікація.

У сучасному світі з його стрімким темпом технологічного розвитку та соціокультурних змін, мова стає одним з найживіших відображень цих процесів. Одним з яскравих проявів цієї живої еволюції є постійне виникнення нових слів та виразів, які відповідають сучасним реаліям та потребам суспільства. У корейській мові цей процес особливо активний, і його результатом є неологізми - нові слова або вирази, які виникають для позначення нових понять, явищ, продуктів або ідей.

**Неологізми** - це нові слова або вирази, які з'являються в мові і ще не отримали широкого розповсюдження чи офіційного визнання. Ці терміни можуть виникати внаслідок технологічних змін, соціокультурних трансформацій, наукових відкриттів, модних тенденцій тощо. Неологізми можуть бути тимчасовими і зникнути з мови, або ж стати сталою частиною лексики.

Здавна людське суспільство перетворювалося за рахунок нових вражень і розширення наших знань. Однією з важливих аспектів цього процесу є розвиток і трансформація мов, що відбуваються протягом численних років історії людства.

Сьогодні ми живемо в “інформаційну епоху”, тож перекладач, який має намір забезпечити точний переклад, повинен завчасно адаптуватися до соціальних змін і постійно слідкувати за тенденціями в сучасному суспільстві та культурі. У цьому контексті важливо, щоб перекладачі постійно поповнювали свій словник неологізмами, які відображають нові соціальні явища, і могли швидко передати точне значення вихідного тексту в обмежений час для тлумачення.

## **Неологізми, як мовне явище.**

“Неологізми можна описати просто як новостворені слова. Оксфордський словник визначає неологізми як слова, які були нещодавно винайдені чи нещодавно запозичені, або як нові значення для існуючих слів. Оксфордський словник також пояснює, що неологія – це процес утворення нових лексичних груп.”

Тобто, це або повністю нові слова, або слова, що існували давно та набувають нового сенсу, понять стосовно якихось явищ чи предметів. У корейській мові неологізми унікальні суто корейські слова\вирази, що з'являлись під час втручання інших мов, культур або слова, що були засновані на китайських ієрогліфах. Іншою категорією неологізмів є недавно створені слова за тенденціями, що активно використовуються в щоденній усній та писемній мові. Ці слова можуть відображати нові концепції, точно виражати ідеї або мати особливі форми та вимову.

Існує безліч **класифікацій** та буде доречним поділити неологізми саме за цими критеріями:

### Семантичні неологізми:

-розширення значення: Нове значення для вже існуючого слова.

-зменшення значення: Зменшення значення слова в порівнянні з його первинним значенням.

-метафоричне значення: Застосування слова в новому контексті через метафору.

### Лексичні неологізми:

-нові слова: Повністю нові терміни або вирази.

-нові словосполучення: Нові комбінації слів для вираження нових ідей або концепцій.

### Фонетичні неологізми:

-нова вимова: Зміни у вимові існуючих слів або засоби наголошування.

-нова інтонація: Зміни в інтонації слів або фраз, які можуть впливати на їхнє сприйняття.

### Грамматичні неологізми:

-нові граматичні форми: Зміни в синтаксисі або структурі речень.

-нові частини мови: Створення нових слів або конструкцій, що використовуються як частини мови.

### Стильові неологізми:

-модні слова: Слова, які стають популярними в певному часі або серед певної групи людей.

-жаргонні вирази: Специфічні вирази, що використовуються в певній професії, групі або соціокультурному середовищі.

Отже, можемо побачити, що неологізми можна поділити і розрізнити за групами, поданими вище.

На думку А. І. Єфімова, неологізм- це поняття стилістичне, експресивне. Проте експресивність неологізмів відрізняється від експресивності стилістичних прийомів тим, що стилістичний прийом привертає увагу читача своєю образністю, а неологізм-своєю “незвичністю”, “новизною”.

У своїй науковій роботі 김환(Kim, Hwan) та 임진희(Yim, Jin Hee) наголошують, що поява таких слів, як “극혐”- надзвичайна ненависть, “남혐”- ненависть до чоловіків, “여혐”- ненависть до жінок, стає репрезентативним соціальним феноменом. З тих пір вияви ненависті змінилися, і з’явився новий термін 헬조선 -пекельний Чосон, який принижує власну країну. “Hell Joseon”

є складним словом «hell», що означає пекло, і “Chosun”, і це нове слово, яке негативно виражає корейське суспільство, у якому важко жити, навіть якщо дуже старатися. Цей термін вперше з’явився в історичній галереї сайту інтернет-спільноти DC Inside. Відтоді багато людей симпатизували терміну «пекельний Чосон» як критиці соціальних структурних проблем сучасної епохи, і він поширився як тенденція, і використання нового слова з’являється в різних ЗМІ.

Таким чином, мова є важливим засобом спілкування між членами суспільства.

Неологізми відображають суспільство та його характер. Однак таке мовленнєве явище має свої вади: неологізми мають бути популярними та вживатися серед широкого загалу людей; зазвичай вони використовуються тимчасово, але згодом вони стають звичайними, буденними словами, або мертвими, коли їх перестають використовувати.

Із зростанням доступності різноманітних масових засобів інформації через Інтернет швидко зростає популярність та поширення нових слів. Окрім різноманітних веб-сайтів, новин, музики, теледрам та фільмів, нові слова також можна знайти у культурних контекстах, таких як комікси.

## **1.2. Способи творення неологізмів у корейській мові.**

У корейській мові існує кілька способів творення неологізмів, які відображають різноманітні аспекти культури, технологій та соціальних тенденцій. Ось деякі з найпоширеніших методів:

- Складання: Цей метод полягає у складанні нових слів або виразів з вже існуючих лексичних одиниць. Наприклад, слово "아이티즈" (aitiseu) утворено від англійського "IT" (інформаційні технології) та корейського суфіксу "-즈" для утворення терміна, який вказує на комп'ютерні технології або IT-індустрію.



-Калькування: Цей метод включає вживання іноземних слів або фраз із збереженням їхньої форми або з незначними змінами в адаптації до корейського правопису та вимови. Наприклад, слово “티키타카” (ti.ki.ta.ka) калькується з іспанської, що означає стратегію футбольної гри з використанням коротких швидких передач. Зараз воно також використовується коли мова йде про швидку дружню розмову.

-Скорочення: Цей метод полягає у стисненні довгих слів або фраз до коротшої форми. Наприклад, слово “듣보잡” — це скорочена аббревіатура від “듣도 보도 못한 잡놈/잡것”, що означає “нікчемна людина, яку я ніколи не бачив і не чув про неї”.

-Афіксація і суфіксація: Цей метод використовує афікси або суфікси для утворення нових слів на основі існуючих коренів. Наприклад, слово “키즈” утворено від англійського “kids” (діти).

-Метафора та алегорія: образне мислення та асоціації для утворення нових слів або виразів. Наприклад, слово “불매운동”, що буквально означає “рух боягузства проти вогню”, використовується для опису бойкоту певного продукту чи послуги.

Ці методи можуть використовуватися окремо або в поєднанні для створення різноманітних неологізмів у корейській мові, що відображає багатогранність та живий розвиток мовного виразу.

### **1.3. Способи перекладу неологізмів**

Під час перекладу бувають моменти, коли ви хвилюєтесь, чи зможете перекласти іноземні чи нові слова як є. Наприклад, використовуючи такі вирази, як “핑프”, чи варто пояснювати це як “аббревіатуру від “finger prince/princes,- що стосується людини, яка просить інших знайти потрібну їм

інформацію, оскільки вони не хочуть навіть пальцем поворухнути”, чи це важко зрозуміти цей термін? Чи варто залишити читачам просто сказати “Pingr” і йти далі? На нашу думку, перекладачі неодноразово стикались з такою проблемою та іноді можна таке явище спостерігати в книгах чи інших писемних ресурсах, адже велику роль грає розуміння перекладача, чи читачі правильно та точно зможуть зрозуміти сенс самого слова, яке використав автор.

Під час перекладу іноді може бути важко перекласти якесь слово, фразу чи вираз з однієї мови на іншу, через те, що в другій такого слова взагалі може не існувати і на це можуть впливати культурні, історичні чи мовні фактори. Народ просто не мав потреби в цьому.

До того ж, не забуваємо, що є декілька способів для перекладу неологізмів.

Кульчицька А.О. у своїй статті зазначає такі види:

- Опис та роз’яснювальний переклад – переважний спосіб перекладу новоутворень. Досить часто використовується контекстуальний переклад, який зазвичай протиставляють “словниковому перекладу”, зазначаючи, таким чином, відповідності, які слово може мати в контексті на відміну від наданих у словнику. При цьому характерна відсутність якихось-то відповідностей самого перекладаемого слова, і його зміст передається за допомогою трансформованого відповідним чином контексту.
- Спосіб транслітерації або транскрипції слід використовувати якнайобережніше при перекладі, адже саме він призводить як до втрати цінності слова у мові мети так і до існування у мові декількох перекладів одного і того ж слова, що є небажаним.
- Калькування – це спосіб перекладу, який найчастіше застосовується під час перекладу еквівалентних понять у двох мовах або для називання поняття, яке нещодавно з’явилося у мові. Калькування – це спосіб перекладу, який найчастіше застосовується під час перекладу

еквівалентних понять у двох мовах або для називання поняття, яке нещодавно з'явилося у мові. Таким способом перекладається переважно еквівалентна лексика.

Однією з розповсюджених помилок при перекладі неологізмів являється пропуск оригінальних слів, заміна неологізмів. Наразі ні один зі способів згаданих вище не є достовірним на сто відсотків адекватним перекладом. Важливу роль грає контекст, де використовується неологізм, щоб достовірно зрозуміти використання неологізмів.

#### **1.4. Творчі перетворення неологізмів, їх типологія.**

Неологізми виникають та функціонують у мові по-різному, завдяки цьому їх виділяють у різні групи. Вчені поділяють неологізми на загальномовні та авторські. У свою чергу за способом утворення загальні неологізми поділяють на лексичні та семантичні. Лексичні неологізми – це слова, що є абсолютно новими, як за значенням так і за звучанням, які створюються за певною моделлю або запозичуються з інших мов. Семантичні неологізми – це слова, які виникають в результаті присвоєння нових значень вже відомим словам.

Авторськими неологізмами називають слова, які були введені в мову певним автором, вони зазвичай використовуються в межах певного твору для надання художньої виразності, такі слова зазвичай не входять до загального вжитку та до словникового складу мови.

Також можна ще розподілити типи неологізмів за такими критеріями, як:

- **Молодіжна мова:** Молодь часто створює власні сленгові та інформальні вирази, які можуть стати популярними та використовуватися в широкому загалі. Наприклад, вираз "꿀잼" (honey fun) означає щось дуже веселе або цікаве.
- **Слова, пов'язані з поп-культурою:** З популярністю музики, фільмів, телепередач та інших аспектів поп-культури з'являються

нові терміни та вирази, які відображають ці тенденції.

Наприклад, термін "팬심" (fandom) використовується для опису стану людей, які є великими прихильниками артистів чи груп.

- Технічні та економічні терміни: З останніми досягненнями у технологічній галузі з'являються нові терміни та вирази, які описують нові технології, продукти та процеси. Наприклад, слова "스마트폰" (smartphone), "인터넷" (internet), "소셜미디어" (social media) є прикладами таких термінів.
- Іншомовні слова: За розвитку глобалізації корейці часто використовують слова та вирази з інших мов, особливо з англійської мови. Наприклад, "리더십" (leadership) та "테크노로지" (technology) є словами, позиченими з англійської.

Розподіляти неологізми можна за безліч їхніми типами та походженнями, проте, на нашу думку, це одні з самих вживаних на популярних груп за розподілом.

### **1.5. Чи можна вважати сленг за неологізми?**

У сучасному світі, де є величезний доступ до Інтернету і всіх бажаних його ресурсів, виникає через спілкування таке мовне явище як сленг.

Сленг-явище унікальне, внутрішньомовне, тобто воно фіксується в межах однієї мови. Також його можна назвати міжмовним: проникнення одних мовних одиниць в іншу мову. Простими словами-це симбіоз різних мовних одиниць, які проникають одна в одну.

Сленг часто використовується для позначення конкретних понять, ситуацій або емоцій в іронічний, жартівливий або неформальний спосіб. Він відображає соціальні зміни та еволюцію культурних норм. З часом мова постійно змінюється, щоб відобразити зміни в суспільстві, такі як технологічний

прогрес, політичні зміни та відмінності між поколіннями. Виникнення нових слів та виразів у сленгу допомагає нам розуміти ці трансформації, оскільки вони описують інноваційні концепції та відображають зміну ставлення або реагування на поточні події.

Оскільки сленг нерідко виникає як реакція на нові ситуації, технології, культурні явища тощо, він може включати в себе багато неологізмів. Ці нові вирази та варіанти мовлення можуть швидко поширюватися серед групи та стати частиною загального мовного репертуару.

Отже, сленг може бути розглянутий як одна з форм неологізмів, яка виникає в реакції на потреби та динаміку сучасного мовлення та культури. Так як і неологізми, сленг постійно оновлюється, додаються нові слова\вирази, відображає сучасні тенденції.

## **1.6. Проблематика використання неологізмів.**

Хоча неологізми в корейській мові(і не тільки) можуть бути важливими для відображення сучасних тенденцій та нових концепцій, їх вживання може також мати деякі негативні аспекти. Ось деякі з можливих мінусів вживання неологізмів:

- 1. Комунікаційні перешкоди:** Вживання неологізмів може ускладнювати комунікацію між різними групами людей, особливо між поколіннями або між групами з різним рівнем освіти. Терміни, які є новими для більш традиційно налаштованих людей або тих, хто не має доступу до останніх технологічних та культурних тенденцій, можуть призводити до непорозумінь та збентеження.
- 2. Зміна значення:** Через швидкий розвиток суспільства та технологій, значення неологізмів можуть змінюватися або втрачати актуальність дуже швидко, що може призвести до плутанини та невірною розуміння.

3. **Інтелектуальна недостатність:** Наплив нових слів та виразів може перенавантажувати мовні ресурси та призводити до зниження рівня розуміння та мовленнєвої ясності в суспільстві. Велика кількість неологізмів може вимагати додаткових зусиль для їх засвоєння та розуміння.
4. **Збереження культурної спадщини:** Швидкий розподіл неологізмів може впливати на збереження та передачу культурної спадщини. Іноді ці нові слова можуть замінити традиційні вирази або терміни, що може призвести до втрати унікальності та ідентичності мови та культури.
5. **Культурні моменти:** Не секрет, що деякі однакові або подібні слова в різних країнах розуміють по-своєму. Одне вживане слово між різними національностями з різним значенням може призвести до конфлікту, або ворожнечі. Тож, неологізми також варто використовувати з обережністю.

## **Висновок до розділу 1**

У ширшому контексті, неологізми та сленг відображають динаміку мовної еволюції та соціокультурних змін. Вони є не лише мовними конструкціями, а й відображенням різноманітних аспектів суспільства, таких як технологічний прогрес, міжкультурна взаємодія, культурні та соціальні трансформації.

Неологізми відображають пошук нових способів вираження та адаптації мови до сучасних потреб. Вони можуть бути результатом технологічних змін, новаторських ідей, глобалізації та інших факторів, які впливають на мовну практику. Створення нових слів та виразів допомагає мові еволюціонувати, розширювати свій лексичний запас та адаптуватися до змін у суспільстві.

З іншого боку, сленг виражає культурні та соціальні аспекти мовлення. Він часто використовується для вираження ідентичності, створення спільнот, підкреслення приналежності до певних соціальних груп чи субкультур. Сленг

може бути експресивним, жартівливим або різким, іноді навіть протирічити офіційним мовним нормам.

В цілому, неологізми та сленг є важливими аспектами мовного виразу, які відображають культурну різноманітність, технологічний прогрес та соціальні трансформації. Вони дозволяють мові житися, розвиватися та адаптуватися до змін у суспільстві, створюючи нові можливості для спілкування та вираження ідей.

## РОЗДІЛ 2. РОЗВИТОК НЕОЛОГІЗМІВ У РІЗНИХ СФЕРАХ ЖИТТЯ

### 2.1. Роль неологізмів у сучасному суспільстві.

У сучасному світі, що стрімко змінюється, наша мова також не залишається на місці. Заради мобільності, соціальних мереж та глобалізації постійно з'являються нові слова та вирази. Ці мовні нововведення вже стали невід'ємною частиною нашого щоденного спілкування та часом отримують нові, раніше непередбачувані значення.

Пропонуємо нижче ознайомитись з такими новими словами та їх значенням:

핑퐁 부리기 — “грати в пінг-понг”. Це слово, яке часто зустрічається у соціальних мережах, використовується для опису осіб, які активно сперечаються або критикують погляди або думки один одного. Воно відтворює атмосферу гри в настільний теніс, де кожен “передає” м'яч, тобто аргумент, іншій стороні, реагуючи або спростовуючи його. Це метафора для ситуацій, коли кілька осіб обмінюються критикою чи доводами в дискусії.

인싸 — “inssa”. Це слово часто використовується в соціальних мережах і означає “популярна людина” або “людина, прийнята в суспільстві” серед людей. Це скорочення від “людина, яка живе всередині” і описує особистостей, які популярні лише серед невеликої кількості людей.

먹방 — використовується в інтернет-трансляціях і соціальних мережах для позначення прямих трансляцій людей, які їдять їжу. Ці трансляції дуже популярні серед людей, які люблять їжу, і вони часто забезпечують задоволення від споглядання їжі та візуальної насолоди від неї, яку неможливо їсти в реальному житті.

자기소개팅 — “самопредставлення”. Часто зустрічається в соціальних мережах і стосується оригінального способу, яким люди представляють себе.



Це самопредставлення стосується творчого та унікального представлення себе, відмінного від звичайного. Це відображає тенденцію часу, коли люди хочуть виразити себе унікальним способом.

슬세권 — це новий термін, який стосується житлового району, де можна користуватися зручностями, такими як кафе, магазини, бібліотеки та торгові центри, вдягнувши зручний одяг, наприклад тапочки. Це нове слово, яке виникло у зв'язку зі збільшенням кількості домогосподарств з однієї чи двох осіб, а також є показником того, скільки закладів для дозвілля є на території проживання.

그린슈머 (Green+Consumer) — (Екологічний+споживацький). Слово буквально означає: бережіть навколишнє середовище та виробляйте екологічно чисті продукти, у зв'язку з екологічною ситуацією в світі.

워케이션(Workation) — термін утворився з двох англійських слів “work” та “vacation”, (робота+відпустка) - поєднання роботи і відпочинку, насолоджуватися цими двома речами одночасно. Також ще має значення, що це неквапливий спосіб працювати з улюбленого місця відпочинку, про який багато хто давно мріє.

탕진잼 (탕진하는 재미) — слово, яке походить від “забава від марнування грошей” і означає задоволення, яке відчуваєш, коли витрачаєш гроші досхоchu в межах своїх фінансових обмежень.

설참(설명 참고) — скорочення від “див. Опис”. Це неологізм, який використовується в заголовку інтернет-допису або відео, щоб сказати: “Будь ласка, зверніться до тексту внизу для подальших пояснень”, коли пояснення не є повним.

시성비 — загалом означає зосередитися на продуктивності протягом тривалого часу. Вартість грошей у часі відноситься до вартості часу і відображає цінність часу для суспільства в ранньомодерний період.

## **2.2. Неологізми пов'язані з економікою, роботою та фінансовим становищем.**

빨대족 — це одне нове слово, яке ідеально відображає сучасне корейське суспільство. Через 청년실업 (ching-nyun-sil-up: безробіття серед молоді) зростає кількість молодих людей старше 30 років, які покладаються на своїх батьків, оскільки не можуть утримувати себе фінансово. 빨대족 складається з двох слів; 빨대 (соломинка) і 족 (плем'я, раса). Це можна перекласти як молоде плем'я, яке висмоктує фінансову владу своїх батьків.

노머니족 . У Кореї високий рівень безробіття серед молоді. Крім того, темпи економічного зростання в Кореї сповільнюються. Це явище створює фінансову незахищеність і невизначене майбутнє серед молодих корейців. 노머니족 (no money jok) — нове слово для опису деяких корейців, які витрачають гроші лише на те, що їм потрібно, щоб мінімізувати витрати.

일코노미 — означає скомпрометовану економічну систему лише для однієї особи в домогосподарстві або для одного клієнта. Кількість 1 인 가구 (домогосподарство з однієї особи) зростає в Кореї, оскільки молоді корейці мають інше ставлення до життя загалом, особливо щодо шлюбу. 1 인 означає одну особу, а 가구 означає домогосподарство. Тому слово 일코노미 було створено для опису мінливого економічного явища, коли підприємства почали орієнтуватися на домогосподарство-одноосіб.

복세편살 — можна перекласти як “давайте просто жити в цьому складному світі”. 세상 (світ, суспільство), 편하게 ( легко, зручно), 살자 (давайте жити).

Ціле речення, очевидно, занадто складне для вимовлення, тому молоді корейці взяли перші літери, щоб сказати це просто.

싫존주의. Традиційна корейська культура може бути складною, тому що інколи доводиться говорити “так”, коли хочеш “ні”. Наприклад, ваш бос запрошує вас до себе додому. Його дружина принесла чашку чаю, який ви ненавидите. Це культурно ввічливо сказати, що вам подобається чай. Однак молоді корейці чесні, і вони не бояться висловлювати те, що їм подобається або не подобається. 싫존주의 можна перекласти як принцип 싫고 좋음 (подобається чи не подобається).

금수저와 흙수저 — золоті та глиняні столові прибори. Золоті столові прибори - це люди з багатими і заможними батьками, тоді як глиняні - люди, які не мають ні грошей, ні походження, на яке можна було б поклатися. Це вираз незадоволення реальністю, коли майбутнє визначається походженням і батьками, а не індивідуальними зусиллями.

카오스펙 — складається з 카오스 (хаос) і 스펙 (специфікація), що означає здатність до роботи. Це новий термін, який описує ситуацію, коли компанії плутаються щодо того, які критерії вони використовують для оцінки заявників і до чого претенденти повинні підготуватися.

텅장 — перекладається як “порожній”. Це означає, що як тільки зарплата надходить на банківський рахунок, вона вся знімається на постійні витрати, такі як оплата карткою та щомісячна орендна плата, залишаючи баланс рахунку порожнім.

노오력 — немає живлення. Це саркастичний вислів оцінки старшого покоління про те, що молоді сьогодні не вистачає зусиль. Іншими словами, він критикує неправильне ставлення старшого покоління, яке не визнає необхідності вдосконалення соціальних систем щодо проблем молоді, таких як відсутність роботи, і розглядає їх як суто особисті проблеми.

N 포세대 — покоління N Po. Це відноситься до молодого покоління, яке відмовляється від різних речей як: побачення, одруження, народження дитини тощо) через соціальний тиск, такий як труднощі з працевлаштуванням і зростання цін.

### **2.3. Поява нової культури та нового класу споживачів.**

무민세대 — Покоління Мумі-тролів

Це нове слово, створене шляхом поєднання англійського слова “mean”, що означає “нічого” та “значення”. Це нове слово, яке означає зосередження лише на значущих речах, відрив від того, що вважалося важливим, і звернення до безглуздих речей, щоб знайти в них неприкрашений сенс і радість.

잡학피디아 — Тривіапедія

Це нове слово, створене шляхом об'єднання 잡학- різноманітних знань», що означає різноманітні знання, і “위키피디아 – Вікіпедії”, різновиду онлайн-енциклопедії. Це означає зацікавлення різними галузями та накопичення широких і поверхневих знань.

페이크슈머 (Fakesumer) — Фальшивий споживач

Це складне слово від англійського слова “fake”, що означає підробка, і “consumer”, що означає споживач, і відноситься до нового методу споживання

для людей у віці 20 років, які мають багато справ, які вони хочуть зробити, але не мають часу та грошей.

포미족 (For me-) — Для мене-

Слово, яке походить від перших літер 건강 “Для здоров’я”, 1인 가구 “Одноособове господарство”, 여가 “Дозвілля”, 편의 “Зручніше”, 고가 “Дорого”, і стосується людей, які не скупляться на власні витрати.

#### **2.4. Медійна мова.**

У наш час молодь дуже багато часу проводить на Інтернет просторах: стріми, ігри, комікси, різноманітні ТВ розваги тощо-все це допомагає утворювати нові неологізми, які згодом набувають популярності серед широкого загалу і мають вплив на суспільство. До того ж, грають роль культурні моменти, які також використовуються при створенні неологізмів у соціумі. Давайте розглянемо приклади:

##### ○ 팬아저

Термін, який почав ставати популярним серед молодих людей у віці підлітків і двадцяти років, які активно діляться фотографіями своїх улюблених зірок через SNS або месенджер, означає “зберегти, навіть якщо ви не фанат” і “зберегти мем, навіть якщо ви не фанат.”

Це стосується акту збереження фотографій або відео актора чи співака, які комусь подобаються, навіть якщо це не так. Фотографії чи відео, які варто зберегти, навіть якщо ви не фанат, називаються “фото, створеними фанатами”.

##### ○ 레게노

В англійському слові LEGEND, що означає легенда, D замінюється на O і читається як LEGENO. Воно виникло на основі трансляції популярного

стрімера Twitch, де англійське слово “легенда” неправильно прочитали як “реггено”. Згодом воно почало набувати популярності, оскільки швидко поширювалося в Інтернеті, і тепер використовується як вираз для заміни легенди.

- 종페

Це нове слово, яке в основному використовують молоді люди у підлітковому та двадцятирічному віці, є аббревіатурою для “좋아요 누르면 페이스북 메시지 보낸다” (Надіслати повідомлення Facebook, коли ви натискаєте “подобається”).

Це один із способів для молодих людей керувати своєю мережею в наші дні, які використовують SNS для побудови дружби. Його можна використовувати як “Добре для людей, які не сплять”, “Добре для людей, які цікавляться” тощо.

Крім того, нові скорочені слова, пов’язані з SNS, включають “Femme (повідомлення у Facebook)”, “Tamra (хронологія)” і тп.

- 있어빌리티 (있어 보인다+ability)

Створене шляхом поєднання 있어 보인다 і англійського слова ability, що означає здатність. Це стосується здатності представляти себе так, ніби у вас є щось через фотографії чи відео, хоча насправді в цьому немає нічого особливого. Поведінка людей, які розміщують фотографії з логотипами дорогих продуктів, фотографії з відпустки на закордонних курортах або фотографії їжі в розкішному готелі на онлайн-дошках оголошень або на своїх SNS, де гарантується анонімність, можна описати як “спроможність”.

- 어그로꾼

Особа, яка публікує матеріали, що не стосуються теми, або образливі матеріали на дошці оголошень в Інтернеті, або діє публічно.

Це неологізм, що поєднує слова “aggro”, що означає систему в масових багатокористувацьких рольових онлайн-іграх (MMORPG), і “군”, що означає когось, хто отримує задоволення від виконання чогось. Монстри в MMORPG переважно атакують персонажів, які становлять для них найбільшу загрозу, зазвичай персонажів-воїнів, тому монстри зосереджують свої атаки на воїнах. Однак, якщо інший персонаж раптово атакує монстра, монстр переключить свою атаку на цього персонажа. Ця система, коли монстр пріоритетно атакує персонажа, який становить найбільшу загрозу, відома як агро. Коли персонаж, який не є воїном, атакує, щоб відволікти монстра, це називається “відтягуванням агро”.

Коли ці ігрові терміни поширилися в інтернеті, люди, які публікують дратівливі пости або фотографії в мережі, щоб привернути увагу, або які діють публічно, щоб привернути увагу, стали відомі як агроджери. Національний інститут мови Кореї визнав агроджокер новим словом.

#### ○ 멕스타그램

Вираз стосується публікації зображень їжі, яку ви їсте, у SNS або в обліковому записі SNS, де в основному розміщуються зображення їжі. В основному він використовується користувачами Instagram для публікації дописів, пов’язаних із їжею чи ресторанами, із хештегом “#Mukstagram”.

멕스타그램 останнім часом привертає увагу як маркетинговий інструмент у ресторанній індустрії, оскільки він може інтуїтивно доносити повідомлення та мати високу рекламну ефективність. Наприклад, якщо ви опублікуєте фотографію їжі, що продається в ресторані, з хештегом «#Mukstagram», ви можете надати послуги харчування або спонсорувати їжу власнику облікового запису Instagram, відомого завдяки Mukstagram

## **2.5. Неологізми пов'язані з низькою народжуваністю та старінням населення.**

골드키즈 — нове слово означає єдину дитину, яка виростає, щоб бути дорогоцінною, як принц чи принцеса. Цей неологізм, який стосується дітей, які народжуються як єдині діти, і до них ставляться як до принців або принцес. Це термін, що виник у зв'язку з збільшенням кількості сімей з однією дитиною в епоху низької народжуваності та старіння, а також кількості батьків, які намагаються виховати свою єдину дитину якнайкраще.

Проте виникли суперечки, пов'язані з 골드키즈, оскільки діти настільки розпечені, що не навчають їх навіть мінімуму етикету.

싱글슈머 — що означає один, і стосується людей, які споживають товари та послуги відповідно до своїх моделей життя. Вони цінують практичність і доступність, тому в основному користуються магазинами, а не великими супермаркетами і віддають перевагу продуктам, розфасованим у невеликих кількостях.

할마\할빠 — слово від 어머니 і 할머니 (мама і бабуся), яке стосується бабусі, яка бере на себе відповідальність за виховання своїх онуків замість матері та не шкодує грошей на своїх онуків. Те ж саме можна сказати і про дідуся.

네오싱글족 — на відміну від самотніх людей, які втратили шлюб через роботу та усвідомлювали увагу оточуючих, нео-одинаки відносяться до покоління самотніх людей, які насолоджуються єдиною культурою, заснованою на міцній економічній владі та цифровій грамотності. Вони мають сильне самосвідомість і не люблять, щоб їх турбували інші.



피딩족 — 경제적으로 여유가 있고(Financial), 육아를 즐기며(Enjoy), 활동적이고(Energetic), 헌신적인(Devoted) 노인층. Люди похилого віку, які живуть активно і насолоджуються своїми золотими роками після виходу на пенсію. Вони беруть на себе повну відповідальність за догляд за своїми онуками і, виходячи зі своєї високої економічної потужності, мають властивість щедро витратити гроші на своїх онуків.

혼밥, 혼술 — їсть сам, п'є сам.

Це культура, яка виникла в результаті збільшення домогосподарств з однією людиною, і стосується їсти та пити наодинці.

혼코노 — це аббревіатура речення “혼자 코인 노래방”, “혼자 코인 노래방 가기” або будь-чого подібного. Здається, немає точної фрази, з якої походить “혼코노”, але всі вони передають те саме значення. Це означає піти на монетне караоке наодинці. У караоке за пісню вставляють монети або дрібні паперові гроші, які називаються 코인 노래방, що має скорочення “코노”. Після того, як ці монетні караоке набули широкого поширення, все більше і більше людей відчували себе комфортно ходити в ці місця наодинці, щоб поспівати.

## **2.6. Неологізми в освітньому процесі.**

공블러 — 공부와 블로거 (навчання і блогер). Складне слово навчання та блогер, яке стосується студента, який веде навчальний блог. Вони публікують власні методи навчання та навчальні записи в блогах і шукають друзів для навчання.

앵그리맘 — дослівно походить від angry mom. Мається на увазі мати, яка відчуває злість через абсурдні соціальні проблеми, пов'язані з її дітьми, і вживає активних дій для їх вирішення.

에코에듀 — складається з 에코(Eco) і 교육(Education), означає навчання та зростання в екологічно чистому середовищі, подалі від конкуренції на вступних іспитах.

입시대리모 — це стосується особи, яка відповідає за вступ дитини до коледжу після отримання грошей від батьків, які зарахували свою дитину до престижного університету. Тим часом особа, яка бере на себе роль опікуна для студентів, які навчаються або стажуються за кордоном, називається сурогатною матір'ю.

자동봉진 — 자율 활동, 동아리 활동, 봉사 활동, 진로 활동을 (Позакласна, клубна, волонтерська та кар'єрна діяльність). Відноситься до батьків, які мають досвід вступу своєї дитини до престижного університету та отримують гроші за роботу няні при прийомі, яка відповідає за вступ до коледжу інших дітей.

## **Висновок до розділу 2:**

Корейські неологізми у економіці, технологіях, освіті, фінансах та мас-медіа відображають глибокі та швидкі зміни у сучасному корейському суспільстві та культурі.

У сфері економіки та фінансів, нові терміни відображають міжнародні фінансові відносини та економічну політику. Це можуть бути терміни, пов'язані з глобальними торговельними угодами, інвестиційними фондами чи електронними платіжними системами.

У галузі технологій, неологізми можуть включати терміни, що відносяться до розробок у штучному інтелекті, віртуальній реальності, та інших сучасних технологічних трендів. Це відображає швидкий розвиток та інновації у цій сфері.

У сфері освіти, неологізми можуть відображати нові методи навчання, дистанційне навчання, персоналізовані підходи до освіти та роль технологій у навчальному процесі.

У мас-медіа, нові терміни можуть відображати зміни у медіа-ландшафті, включаючи розвиток цифрових медіа, соціальних мереж, стрімінгових платформ та інші аспекти медіа-індустрії.

Усі ці неологізми свідчать про постійний розвиток суспільства, технологій та культури в Кореї, а також про появу нових концепцій, ідей та способів вираження, які відповідають сучасним реаліям та вимогам.

## ВИСНОВКИ

Мета даної роботи полягала в дослідженні неологізмів в сучасній корейській мові. Який мають вплив неологізми серед корейського суспільства в ЗМІ, освіті та різних сферах життя.

У роботі наведені приклади на основі молодіжних тенденцій, культурі спілкування в Інтернеті на різних його платформах, щоб наглядно продемонструвати як корейці використовують неологізми в своєму повсякденному житті та різних галузях.

У першому розділі ми розглянули класифікацію неологізмів, за якими критеріями вони поділяються. Дізнались способи перекладу неологізмів, а саме:

-калькування;

-опис та роз'яснювальний метод;

-спосіб транслітерації або транскрипції.

Дізнались способи творення неологізмів: складання, калькування, скорочення. Також ми розглянули проблематику використання неологізмів та до чого вона призводить, проте можемо сказати, що корейці люблять використовувати неологізми з таких причин як:

- Використання неологізмів може додати виразності та оригінальності до мовлення. Корейці можуть шукати нові слова та вирази, які краще відповідають їхнім ідеям чи емоціям.
- Молодь грає велику роль у формуванні мови через використання соціальних мереж, чатів та інших медіа. Молодь може активно створювати та поширювати нові слова та вирази, що сприяє їхньому поширенню в мові.

- Неологізми можуть відображати сучасні тенденції, моди та інтереси суспільства. Вони дозволяють корейцям виражати свої думки та почуття у мові, яка відповідає сучасним реаліям.
- Корея відома своїм швидким темпом життя та стрімким технологічним розвитком. Через це виникає потреба в нових термінах для опису нових концепцій, технологій та явищ, які швидко з'являються.

У другому розділі ми за основу прикладів взяли декілька сфер в житті корейського суспільства, щоб показати скільки тенденцій та галузей вони можуть охоплювати. Можемо побачити, що неологізми тісно пов'язані з економікою та корейською соціальною культурою. Через те, що суспільство здатне постійно змінюватись, виникають нові культури та новий клас споживачів. Як усім відомо, нині в Кореї є проблема з народжуваністю та старіючим поколінням, тож не дивно, що на цю тему також виникли нові слова і визначення.

У Кореї всі переймаються освітою, тож неологізми відображають зміну підходів до навчання та постійну адаптацію освітньої системи до вимог сучасного світу; прагнення відповідати сучасним викликам та потребам у навчанні. Окрім цього, багато підлітків та молоді проводить час на різних онлайн-платформах і через ігри, стріми, спілкування, літературу і тощо, створюють нові неологізми, які з часом стають популярними і використовуються великою кількістю людей.

Отже, неологізми можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на суспільство і як мовне явище відображають постійну еволюцію мови, враховуючи нові ідеї, концепції та технології. Ці нові терміни і вирази віддзеркалюють культурні, соціальні та технологічні тенденції, які є актуальними в сучасному корейському суспільстві. Таким чином, неологізми стають не лише частиною мови, а й важливим елементом розуміння та адаптації до змін у світі навколо нас.

## 주석

기술의 급속한 발전과 소셜 미디어 플랫폼의 광범위한 사용은 특히 한국어와 같은 언어의 언어적 진화에 큰 영향을 미쳤습니다. 사례 연구와 언어 분석을 통해 이러한 신조어가 어떻게 다양한 담론 영역에 스며들어 한국어의 지속적인 진화에 기여하고 있는지를 설명합니다. 이러한 언어적 혁신이 언어적 다양성을 풍부하게 하고 한국의 역동적인 문화 지형을 반영한다는 주장도 있는 반면, 언어의 파편화와 전통 언어 형식의 소외에 대한 우려를 제기하는 목소리도 있습니다.

신조어는 언어에 등장한 새로운 단어나 표현으로, 아직 널리 알려지거나 공식적으로 인정받지 못한 신조어입니다. 이러한 용어는 기술 변화, 사회 문화적 변화, 과학적 발견, 패션 트렌드 등의 결과로 발생할 수 있습니다. 신조어는 일시적으로 언어에서 사라지거나 어휘집의 영구적인 일부가 될 수 있습니다.

이 백서에서는 신조어의 분류, 신조어의 생성 및 번역 방법과 같은 주제를 다룹니다. 또한 한국 사회에서 신조어 사용의 문제점과 그 결과, 현대 사회에서 신조어의 역할에 대해서도 설명합니다. 또한 교육, 출산율, 경제 상황, 청년 운동 등 신조어가 연관된 현상에 대해서도 논의합니다.

신조어는 다음과 같은 이유로 큰 가치가 있습니다:

새로운 아이디어를 표현합니다: 진화하는 개념, 기술 및 사회 문화적 현상을 전달하는 데 도움이 됩니다.

-언어를 풍부하게 합니다: 어휘를 확장하고 표현의 정확성을 높입니다.

-혁신 촉진: 다양한 분야에서 창의성과 혁신을 촉진합니다.

-현대 사회의 요구에 맞게 언어를 조정합니다: 언어가 사회, 기술, 문화의 변화에 발맞출 수 있도록 합니다.

-커뮤니케이션의 효율성 향상: 생각과 아이디어를 보다 정확하게 표현할 수 있어 오해의 소지를 줄일 수 있습니다.

따라서 신조어는 언어의 발전과 현대적 개념과 아이디어의 표현에 중요한 역할을 합니다.

한국 신조어 현상은 전통과 현대의 역동적인 상호작용, 현대 언어 형성에 있어 지역적, 세계적 영향을 보여줍니다. 한국이 디지털 시대의 도전과 기회를 계속 헤쳐나가는 가운데, 한국 신조어의 진화는 한국의 문화적, 언어적 진화에서 매력적이고 필수적인 측면으로 남을 것이 확실합니다.

주요 개념: 신조어, 사회에서의 역할, 신조어의 문제, 신조어의 분류, 신조어 사용.