

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СХІДНОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ
Кафедра корейської та японської філології

Курсова робота з
корейської філології на тему:
Неологізми в сучасному корейськомовному Інтернет-дискурсі

Студентки групи Пкор 25-20
факультету східної і слов'янської філології
денної форми навчання
Освітньої програми:
Корейська мова та література і переклад,
західноєвропейська мова
Спеціальності 035 Філологія
Спеціалізації 035.066 Східні мови та літератури
(переклад включно), перша – корейська
Смірної Катерини Сергіївни
Науковий керівник:
Орос Р. О.
Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. НЕОЛОГІЗМИ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ РОЗВИТКУ	
МОВЛЕННЯ.....	8
1.1. Сутність неологізмів.....	9
1.2. Наукові підходи до тлумачення змісту неологізмів.....	10
1.3. Базові принципи поділу та функціонування неологізмів у мові.....	14
1.4. Механізми поширення неологізмів.....	19
Висновки до розділу 1.....	22
РОЗДІЛ 2. НЕОЛОГІЗМИ В СУЧАСНОМУ КОРЕЙСЬКОМУ	
ІНТЕРНЕТНОМУ ДИСКУРСІ.....	23
2.1. Неологізми сфери Інтернет та інформаційно-комунікаційних технологій.....	25
2.2. Основні способи утворення сленгових корейських неологізмів в соціальних мережах.....	27
2.3. Структурні особливості неологізмів у корейському Інтернет- дискурсі.....	30
2.4. Аналіз корейськомовних інтернет-ресурсів та неологізми, які в них використовуються.....	34
2.5. Роль неологізмів у формуванні сучасного мовного образу.....	37
Висновки до розділу 2.....	38
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	40
АНОТАЦІЯ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44

ВСТУП

Саме поняття лексики є що інше, як словниковий склад мови. Тобто всі слова, що входять до мовлення. Тому слово є основною одиницею мови. За допомогою слів ми називаємо предмети та явища дійсності, комунікуємо один з одним, передаємо думки, бажання, почуття.

Неологізми, або новоутворення, є невід'ємною складовою сучасної мовної практики. Вони відображають постійні зміни у суспільстві, технологічному прогресі, культурних та інтелектуальних тенденціях. За допомогою неологізмів мова реагує на нові реалії та потреби, виражаючи концепції, які раніше були незнайомими чи навіть неможливими.

В даній курсовій роботі розглянуто явище неологізмів в сучасному мовленні з багатогранної перспективи. Ми дослідимо процес їхнього виникнення, механізми поширення та сприйняття в суспільстві. Також звернено увагу на роль неологізмів у мовному та культурному контекстах, їх вплив на структуру мови та способи спілкування.

Актуальність теми. Актуальність цієї курсової роботи не може бути переоцінена в контексті сучасного інформаційного суспільства. З поширенням Інтернету та соціальних мереж значно збільшилася кількість зв'язків та обмінів інформацією, що здійснюється між користувачами. Це створило унікальне середовище для формування та розвитку нових мовних конструкцій, серед яких відіграють важливу роль неологізми.

У корейськомовному Інтернет-дискурсі неологізми виявляються як важливий механізм для вираження нових ідей, емоцій та концепцій. Ці новоутворення, які виникають у мережі, швидко поширюються та адаптуються користувачами, що свідчить про їх великий вплив на мовленнєву практику.

Аналіз неологізмів у корейському Інтернет-дискурсі є важливим для розуміння сучасних комунікаційних та культурних тенденцій в цьому регіоні. Вивчення їхнього походження, функціонування та впливу дозволить краще зрозуміти динаміку мовленнєвих змін у сучасному корейському суспільстві. Отже, курсова робота на дану тему має велике значення для дослідження мовних та культурних процесів у

сучасному корейському Інтернет-дискурсі, а також для розуміння загальних тенденцій розвитку мови в інформаційній епохи.

У розвитку словникового складу мови значна роль належить запозиченням із споріднених і неспоріднених мов, які належать до зовнішнім засобам номінації, на відміну внутрішніх мовних засобів – словотвори, семантичних зрушень у значенні слова, освіти неологізмів тощо.

За приблизними оцінками, у світі існує близько 6-7 тисяч різних мов, причому деякі дослідники оцінюють їх число більш ніж у 10 тисяч.

Може виникнути питання, для чого потрібна така мовна різноманітність. Чи не доцільніше було б обмежитися використанням невеликої кількості мов, найбільш розвинених і що мають найбільше носіїв, скажімо, основних п'яти мов ООН: англійської, китайської, арабської, іспанської та французької? На таке запитання можна відповісти лише негативно, оскільки це значно збідніло б культуру людства та обмежило б шляхи пізнання світу. Об'єктивність людського знання забезпечується безліччю шляхів сприйняття світу, що визначається різноманіттям мов.

Дослідження неологізмів у мовленні та їхній роль у сучасному комунікаційному середовищі є предметом інтересу для багатьох вчених та науковців з різних галузей лінгвістики та культурології. Ось кілька імен вчених, які активно досліджували цю тему:

Дейвід Крістал (David Crystal) - відомий британський лінгвіст, який провів багато досліджень у галузі мовленнєвої еволюції та новацій у мові.

Наталя Харченко - українська вчена, яка спеціалізується на лексикології та лексикографії і досліджує процеси утворення нових слів у сучасній мові.

Сьюзен Стеффенсен (Susan Stephenson) - американська лінгвістка, що досліджує інтернет-мовлення та мовні новації, включаючи неологізми.

Чо Чжун Сок (Cho Jung-Sook) - відомий корейський лінгвіст, який досліджує різні аспекти корейської мови, включаючи новації та зміни в мовленні.

Ім Чон Джо (Im Jeong-Jo) - викладач лінгвістики в одному з корейських університетів, який зосереджується на вивченні інтернет-мовлення та мовних інновацій.

Пак Чжу Чжин (Park Joo-Jin) - дослідник, який спеціалізується на аналізі мовних тенденцій у корейській мові, включаючи неологізми, що виникають у Інтернеті.

Ім Сон Хі (Im Seong-Hee) - професор лінгвістики, який проводить дослідження з мовленнєвої практики та мовної інновації в корейському суспільстві, включаючи аналіз неологізмів у мережі.

Юн Чжо Ін (Yoon Cho-In) - вчений, який спеціалізується на дослідженні мовних змін та новацій у корейському мовленні, включаючи вивчення неологізмів у Інтернеті.

Словниковий склад сучасної корейської мови пройшов тривалий шлях розвитку. Як було зазначено вище, одним із способів розвитку лексичної системи мови є запозичення слів з інших мов. Тому лексика корейської мови складається з споконвічно корейських слів, а й із слів, запозичених з інших мов.

Іншомовні джерела поповнювали та збагачували корейську мову протягом усього процесу її історичного розвитку. Одні запозичення були зроблені ще в давнину, інші порівняно недавно.

З етимологічної точки зору вся лексика поділяється на споконвічну та запозичену.

Запозичення лексики є наслідком зближення народів на ґрунті економічних, політичних, наукових та культурних зв'язків. Найчастіше запозичені слова потрапляють у мову як засіб позначення нових речей і висловлювання раніше невідомих понять.

Запозичені слова можуть бути вторинними найменуваннями вже відомих предметів і явищ. Це відбувається, якщо запозичене слово використовується для дещо іншої властивості предмета, якщо воно є загальноприйнятим міжнародним терміном або якщо іноземні слова насильно впроваджуються в мову (при військовій окупації чи насадженні нової релігії).

Об'єктом дослідження є сучасний корейськомовний Інтернет-дискурс, а саме мовні конструкції, що виникають у цьому середовищі, а **предметом** - є неологізми в

сучасному корейськомовному Інтернет-дискурсі, їх походження, функціонування, розповсюдження та вплив на мовну практику та культурний контекст.

Основною метою дослідження є аналіз та систематизація різних аспектів явища неологізмів у корейському Інтернет-дискурсі, визначення їхнього значення для сучасної мовної практики та культурної динаміки.

Основними методами дослідження є описовий(контекстуальний аналіз та лексикографічний опис), порівняльний та порівняльно-історичний. Всі ці методи разом дали можливість проаналізувати входження неологізмів у систему корейської мови та виділити критерії для розмежування. Матеріал досліджується у власне-лінгвістичному та культурно-історичному планах.

Наукова новизна результатів дослідження. Наукова новизна цього дослідження полягає у докладному аналізі неологізмів в сучасному корейськомовному Інтернет-дискурсі з точки зору їхнього походження, функціонування та впливу на мовленнєву практику і культурний контекст. Даний дослід є піонерським у своєму роді через такі фактори:

1. Особливість об'єкта дослідження: Корейський Інтернет-дискурс - це унікальне мовне середовище, в якому відбуваються швидкі та постійні мовні інновації. Аналіз неологізмів у цьому контексті дозволить розкрити особливості сучасної корейської мови та культури.

2. Вивчення нових лінгвістичних явищ: Зростання популярності Інтернету призвело до появи нових мовних явищ, таких як неологізми, які заслуговують на увагу лінгвістичного дослідження та аналізу їхнього впливу на мовленнєву практику.

3. Культурний контекст: Дослідження неологізмів у корейському Інтернет-дискурсі дозволить краще зрозуміти культурні та соціальні тенденції, що відображаються у мовленні, а також сприятиме розкриттю особливостей комунікаційних практик в корейському суспільстві.

4. Практичне застосування: Результати дослідження можуть бути корисні для мовних практиків, перекладачів, викладачів корейської мови та культури, а також для всіх, хто цікавиться сучасними тенденціями у використанні мови в Інтернеті.

Матеріал дослідження. Матеріалом дослідження є сучасний корейський інтернет дискурс.

Теоретична та практична значущість дослідження. Результати дослідження мають як загальнолінгвістичне значення, так і практичне, конкретизуючи факти про процеси функціонування запозиченої лексики. Вони можуть використовуватися в практиці викладання вузів на відділеннях, де корейська мова є профільною, і при вивченні студентами лексикології корейської мови.

Результати дослідження повинні сприяти подальшим дослідженням та вивченню іншомовної лексики корейської мови. Матеріали, деякі висновки та положення роботи можуть бути використані для написання деяких розділів лексикології.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, анотації та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ І

НЕОЛОГІЗМИ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ РОЗВИТКУ МОВЛЕННЯ

Світ неперервно змінюється, а мова — не виняток. Кожен день ми стикаємося з новими ідеями, технологіями, та концепціями, які потребують своєї власної назви. Ця постійна еволюція мови вимагає появи нових слів та термінів, щоб відобразити сучасні реалії та ідеї.

Так народжуються неологізми — нові слова або вирази, які відображають нові концепції, технології, або явища, що з'явилися в нашому світі. Вони є не лише засобом комунікації, а й відображенням динамічної природи нашого суспільства та культури.

Неологізми допомагають нам уникнути надмірної довготи висловлювань та надмірної узагальненості, забезпечуючи точний та конкретний спосіб вираження нових ідей. Вони не лише збагачують мову, але і відкривають двері для нових можливостей та розвитку.

У цьому контексті, вивчення та розуміння неологізмів стає важливим завданням для всіх, хто цікавиться мовою та сучасними тенденціями в культурі. Вони є свідченням живої, рухливої природи мови, що постійно адаптується до нових вимог та потреб.

Знання та розуміння неологізмів відкриває перед нами можливість не лише вільно та ефективно спілкуватися, але й активно впливати на мовну та культурну динаміку. Шляхом створення, прийняття та поширення нових слів ми сприяємо розвитку мови та її адаптації до сучасних реалій. Крім того, вивчення неологізмів дозволяє нам глибше проникнути в суть сучасних технологій, наукових відкриттів та соціокультурних тенденцій, що підсилює нашу мовну компетентність та розширює кругозір.

Неологізми - це нові слова або вирази, які виникають у мовленні для вираження нових ідей, концепцій, термінів або просто для уникнення стереотипних висловлювань.

1.1. Сутність неологізмів

Неологізми — це нові слова або вирази, які виникають у мові для вираження нових ідей, концепцій, технологій або явищ. Сутність неологізмів полягає в їхній здатності відображати сучасні реалії та потреби суспільства. Вони є важливою частиною мови, яка постійно розвивається і адаптується до змін у культурі, науці, технологіях та інших сферах життя.

Одна з основних характеристик неологізмів полягає в їхній новизні. Ці слова можуть бути вигаданими з нуля або походити від існуючих слів, які отримують нові значення або структурні модифікації. Новизна неологізмів відображає те, що мова постійно реагує на зміни у суспільстві та культурі, і нові концепції потребують нових слів для їхнього вираження.

Другою важливою характеристикою неологізмів є їхня унікальність. Ці слова і вирази є специфічними для конкретних контекстів або доменів знань. Вони можуть виникати в наукових дисциплінах, технічних галузях, в мові молодіжної культури або соціальних мережах. Унікальність неологізмів підкреслює їхню специфічну роль у вираженні нових ідей та концепцій.

Третьою характеристикою неологізмів є їхнє поширення та прийняття у мові. Нові слова можуть виникати внаслідок індивідуального творчого процесу або бути запропонованими експертами в певній галузі. Подальше поширення неологізмів залежить від їхньої прийнятності для мовців і від їхньої здатності виражати певні концепції або явища.

Отже, сутність неологізмів полягає в їхній новизні, унікальності та поширенні у мові. Вони є важливим інструментом для вираження сучасних ідей та концепцій і відображають постійний розвиток мови та культури.

1.2. Наукові підходи до тлумачення змісту неологізмів

В даний час проблеми, пов'язані з появою нових слів у мові, стають об'єктом дослідження лінгвістів, які займаються вивченням процесів появи та використання термінів у спеціалізованих текстах.

У зв'язку з сучасним прогресом науки і техніки та супутніми йому соціальними змінами, що викликають радикальну перебудову понятійного апарату багатьох наукових дисциплін та виникнення нових галузей знань, виникають нові поняття, що природним чином різко збільшує потребу в номінації.

Поруч із «неологічним бумом» у лінгвістиці виникає поняття «термінологічний вибух».

Масове виникнення нових термінів вносить серйозні зміни до існуючих термінологічних систем. Завдання лінгвістів перетворити це, носить стихійний характер «вибух» на керований процес.

Звідси можна зробити висновок, що в кожній національній мові під'язиків стільки, скільки галузей знань та виробництва представлено в країні.

Саме поняття термін за матеріалами вільної енциклопедії Вікіпедія трактується як слово або словосполучення, що точно і однозначно називає поняття та його співвідношення з іншими поняттями в межах спеціальної сфери.

Терміни є спеціалізуючими, обмежувальними позначеннями характерних для цієї сфери предметів, явищ, їх властивостей і відносин. На відміну від слів загальної лексики, які часто багатозначні та несуть емоційне забарвлення, терміни в межах сфери застосування однозначні та позбавлені експресії (Лі Кин Хі, 2003, с.5-27).

Терміни як розряд спеціальної лексики являють собою слова та словосполучення, які вживаються переважно людьми певної професії, спеціальності.

Лексичні одиниці такого плану можуть мати різну структуру. За кількістю компонентів виділяють терміни-слова, або однослівні терміни, рідше звані монолексемними, до яких можуть бути віднесені і складні терміни, утворені додаванням основ і мають злите або дефісне написання; терміни-словосполучення, або складові, багатоконпонентні терміни.

На відміну від загальної лексики, якою користуються люди різних професій у повсякденному спілкуванні один з одним, спеціальна лексика супроводжує трудову діяльність людини та містить ті слова, які рідко потрібні в іншій обстановці, поза певною цілеспрямованою діяльністю.

Наукова та технічна термінологія становить лише деяку частину спеціальної лексики, що з'являється в умовах значного наукового прогресу.

З початку спеціальну лексику відрізняла просунутість у розвитку проти словами загальної лексики. Професійна спрямованість зумовлювала її вузьку сферу застосування проти загальної лексики.

Таким чином, спеціальна лексика виявляється структурно та семантично просунутою у своєму розвитку в порівнянні із загальною лексикою, при цьому в різних сферах свого застосування посуватої по-різному. Але найважливіше відмінність слів спеціальної лексики від слів загальної лексики у тому підвищеному денотативному зв'язку, т. е. у цьому, що спеціальне слово може бути зрозуміле без попереднього знайомства з предметом, що воно позначає.

Нерідко всю спеціальну лексику називають збірно одним словом термінологія. Однак неоднорідність спеціальної лексики та сфер її вживання потребує диференційованого підходу до неї.

Багато мовами сформувалися національні терміносистеми, що відбивають систему знань з цієї дисципліни. Будучи суттєвою складовою лексичної системи мови, терміни підпорядковуються закону збереження мови й у з цим утворюють різні групи неологізмів. Оскільки у XXI столітті термінологічно розвинені мови поповнюються головним чином рахунок спеціальної лексики, всебічне вивчення її набуває першорядне значення.

Саме всебічне вивчення спеціальної лексики і натомість лексики загальної, а як і розгляд окремих її розрядів по контрасту друг з одним і із загальної лексикою допомагають виявити характерні особливості кожного. Виходячи з того, що терміни - це, перш за все, слова та словосполучення, то методи, якими користувалося термінознавство протягом тривалого підготовчого періоду формування цієї наукової дисципліни, були запозичені з наук, на основі яких воно зросло. Зрозуміло, що тут

основними є лінгвістичні методи. При цьому нові терміни потребують тлумачення. За рахунок металінгвістичної функції термінів відбувається процес різноманітних семантичних перетворень та способів удосконалення мовної свідомості учасників комунікації. Тлумачення значень нових термінів відбувається за допомогою дефініцій, які є містком взаєморозуміння.

На основі в літературному мові з'являються фразеологічні одиниці, у яких терміни переосмислюються, і за ними закріплюється переносне значення. Досі у мовознавстві не вирішено проблему про розмежування терміносполучень та фразеологічних одиниць.

Зростання значення та розвитку науково-технічного знання сьогодні відбивається у цьому, що понад 90 % нових слів, що у сучасних словниках, становить спеціальна лексика. Спостерігається те що, що збільшення кількості термінів різних галузей спеціального знання перевищує зростання кількості загальноновживаних слів мови. Так, більшість термінів банківської справи утворюють лексичні антоніми («Англізовані корейські неологізми нового тисячоліття»).

Адаптація терміна-запозичення - це постійна тема лінгвістів, які займаються вивченням термінів. Так, з позиції когнітивної лінгвістики розглядається процес адаптації запозичених термінів у новому мовному просторі. Легше адаптується термін такого порядку при його використанні у транскрибованій або транслітерованій формі. Може використовуватись калькована перекладна форма, але виникає складність прояву інших термінологічних значень (Лі Сон, том 41,с.269-291).

Термінологічні реалії в будь-якій мові мають національне забарвлення. Великий культурологічний потенціал термінологічних реалій утворює унікальні національно-забарвлені одиниці.

Вони не завжди фіксуються у словниках. Особливий інтерес викликають переклади термінологічних словосполучень з однієї мови на іншу, які мають специфіку національних реалій («Неологізми 2010 року» Сеул: Національний інститут корейської мови).

У наші дні відзначається велика кількість термінів запозичень з англійської мови, які отримують назву англіцизми. У науковій літературі термін «англицизм» у вузькому розумінні – це споконвічно англійське слово чи мовний зворот.

У мовознавстві відзначається такий підхід до вивчення термінів як визначення їх словотвірних моделей, де вони класифікуються, виходячи з процесу серійного словотвору (Національний інститут корейської мови «Неологізми 2001 року»). У термінознавстві з прикладу певних сфер діяльності людини розробляються принципи класифікації термінів. Термін – це просто знак, який свідчить про певний елемент у системі, а й є лексичною одиницею, функціонуючої за законами природної мови. Проте лінгвісти констатують порушення закону знака термінами, тобто його неоднозначності. Звідси дуже важливим стає виявлення реального семантичного обсягу термінів. Тому слід виділити такий підхід, що існує у мовознавстві, як дослідження термінів з позиції з'ясування специфіки мовної особистості, особливо у порівняльному аспекті на матеріалі кількох мов, які використовують терміни у мовному спілкуванні.

У лінгвістиці наприкінці ХХ століття відзначається використання когнітивного підходу до розгляду термінів та терміносистем з метою виділення його когнітивної складової. Термін став мислитися як концепт, який виступає субстратом картини світу професійної мовної особистості. Основною умовою виділення терміна із лексичного масиву є наявність у нього дефініцій. Якщо зіставити механізм формування картини світу з особливостями відображення їх у термінології пропонує побудувати такий логічний ланцюжок: Світ – концептуальна картина світу – приватна картина світу – враження – поняття – дефініція – термін.

У такому ланцюжку термін постає знаковим репрезентантом фрагмента картини світу і є заключним етапом процесу пізнання. Проведене нею дослідження клінічної та анатомічної термінології на матеріалі англійської показало великий відсоток термінів, які несуть печатку особистості дослідника. Ці терміни зафіксовано у словниках, хоча утворені явно асоціативним шляхом. Звідси лінгвіст вважає за правомірне розглянути терміни такого виду як форму відображення наївної картини світу професійної мовної особистості. Такий підхід допомагає

виявити систему зв'язків форм та способів відображення наївної картини світу в термінології та розкрити когнітивну основу процесу термінотворчості («Дослідження перекладу: фокусування на вірності та читабельності критики перекладу» 2013).

Лінгвісти не оминають своєю увагою та процес стійкості використання запозичень із церковнослов'янської мови, західноєвропейських мов. Наводиться як приклад докладний коментар термінів – основних номінацій юриспруденції з обов'язковою вказівкою на облік продуктивності іншомовних термінів у період становлення норм мови. У дослідженні перераховуються основні тенденції переосмислення ресурсів церковнослов'янської мови, витіснення старих термінів, прагнення усунення багатозначності («Проблеми еквівалентності в перекладі», «Корейсько-французькі дослідження» Том 14, с.19-33).

Отже, в сучасному мовознавстві наших днів існує багато перерахованих вище продуктивних підходів до вивчення терміносистеми мови, які переконливо демонструють актуальність її дослідження.

1.3. Базові принципи поділу та функціонування неологізмів у мові

Визначившись із терміном «неологізм» далі вважаємо за необхідне розглянути основні види неологізмів, представлені в класифікаціях вітчизняних та зарубіжних лінгвістів. Так, згідно з найвідомішою класифікацією, неологізми поділяються на мовні та авторські, або індивідуально-стилістичні.

Приклади таких видів неологізмів можна знайти і в корейській мові, і, на нашу думку, подібну класифікацію можна вважати справедливою і для неологізмів, що в ній існують. Мовні неологізми створюються позначення нового предмета чи поняття. Слово є неологізмом доти, доки у ньому відчувається новизна.

Так, наприклад, в корейській мові слово *컴퓨터* і все, що з ним пов'язане, свого часу було неологізмом. Зараз це слово входить до лексичного складу сучасної

корейської мови і не відчувається як нове (хоча за тимчасовими мірками все ще залишається неологізмом).

Серед мовних неологізмів можна виділити лексичні та семантичні. До лексичних неологізмів відносяться ті слова, які знову утворені за моделями, що є в мові, або запозичені з інших мов. Семантичні неологізми – це раніше відомі слова, які у світлі останніх мовних змін набули нових значень.

Від мовних неологізмів слід відрізнити авторські, індивідуально-стилістичні неологізми, які створюються поетами і письменниками надання образності художньому тексту.

Такі неологізми залежить від контексту, мають автора. У сучасній англійській мові такі неологізми можна знайти у творі «Володар кілець», серії книг Джоан Роулінг про Гаррі Поттера, наприклад: *Quidditch* – «гра квідич».

Як зазначалося раніше, слід диференціювати поняття «неологізми» і «окказіоналізми», де окказіоналізми – це авторські неологізми, створені за незвичайними моделями. Вони, як і авторські неологізми, не існують поза конкретним контекстом.

Крім того, іншими авторами виділяються потенційні слова – слова, яких немає у словнику, але які містяться в резерві мови, легко утворюються за відомими продуктивними моделями (наприклад, додавання суфікса *er* до будь-якого дієслова, щоб назвати виробника дії). Так, якщо «окказіоналізм» – це, як правило, незвичайні, хитромудрі слова, то «потенційні слова» є вкрай стандартними, стереотипними за способом створення.

В описі лексичних неологізмів та потенційних слів перша розглядає вже існуючі слова, другий – слова, потенційно здатні утворюватися за відомими моделями та функціонувати у мові.

На матеріалі англійської однієї з найвідоміших є класифікація В.Г. Гака, що виділяє:

1) власне неологізми (новизна форми поєднується з новизною змісту): *bio-computer* – комп'ютер, що імітує нервову систему живих організмів; *클로 벌위즈* –

це слово можна використовувати для опису компаній або проектів, які спеціалізуються на глобальних інноваціях або передових технологіях.

2) трансномінації (новизна форми слова поєднується зі значенням, що вже передавалася раніше іншою формою): *big C* (мед.) – «рак»; *파이터* – це трансномінація слова «fighter», що означає бійця. У корейській мові це слово часто використовується для опису бійців у різних спортивних дисциплінах або воїнів у військовому контексті.

3) семантичні інновації, чи переосмислення (нове значення позначається формою, вже у мові): *bread* – «гроші»; *보안* – першопочатково це слово в корейській мові означало «безпеку». Однак у сучасній мові це слово також може використовуватися для опису фінансових заходів, що забезпечують фінансову стабільність або захист від фінансових ризиків.

Одиниці першої групи з'являються у мові у зв'язку з потребою суспільства дати назви новим реаліям, що виникли внаслідок науково-технічного прогресу.

Трансномінації мають на меті дати нове, більш емоційне ім'я предмету або явищу, що вже має нейтральне найменування.

Семантичні інновації дають нові значення вже існуючим словам, причому дані значення часто є сленгові, вживаються в ситуаціях неформального спілкування. Недолік наведеної класифікації у тому, що у ній враховується спосіб створення нових слів.

У нашій роботі цей фактор також є досить важливим, тому вважаємо за необхідне розглянути інші класифікації.

Дуже докладну класифікацію неологізмів з урахуванням продуктивності способів словотвору запропонував Луї Гілберт:

1. Фонологічні неологізми - неологізми, що створюються з окремих звуків.

Подібні зміни звуків іноді поєднуються з морфемами грецького чи латинського походження: *polysterol*, *nylon*, etc. До цієї ж групи відносяться слова, утворені від вигуків: *zizz* - короткий сон (імітація звуків, що видаються сплячим, часто передається в коміксах трьома літерами *zzz*); *씨모픽스* - це корейський варіант слова

«thermorack» або «термопакети». Утворене звучанням 써 팩 відтворює звук «thermo», а 팩스 відповідає за «racks».

2. Запозичення – неологізми, що відрізняються фонетичною дистрибуцією, а також нетиповим морфологічним членуванням та відсутністю мотивації.

Тенденція теперішнього часу – з «приймаючої» мови англійська перетворюється на «що дає», але запозичення (з французької, африканських та азійських мов), як і раніше, займають певний відсоток словникового складу будь-якої мови.

Запозичення можна поділити на 4 групи:

2.1. Власне запозичення - неологізми, що позначають різні поняття з галузі культури, суспільно-політичного та повсякденного життя: *the Duma* - «Дума», *Ryokan* - «ріокан» (готель у традиційному японському стилі); 브레이크 - це запозичення англійського слова «break», яке використовується для позначення системи гальмування в автомобілях.

2.2. Варваризми – неасимільовані одиниці, що відрізняються найбільшою мірою новизни, що мають синоніми в мові-реципієнті: *dolce vita* (з італійської) «солодке життя»; 레스토랑 - це запозичення французького слова «restaurant», що означає ресторан. Він вживається в корейській мові без зміни форми або значення, зберігаючи свою оригінальну фонетичну та морфологічну структуру.

2.3. Ксенізми - неологізми, що позначають об'єкти, що існують тільки в мові-джерелі і відсутні в мові, що приймає: *kungfu* - «кун-фу»;

2.4. Кальки – одиниці, створені шляхом запозичення структури елемента чужої мови із заміною їхнього матеріального втілення засобами рідної мови: *gliding time* (від ньому. Gleitzeit) – «ковзний графік». Розглядаючи ці види неологізмів (фонологічні та запозичення), відносять їх до «сильних неологізмів», бо вони мають найвищий ступінь конотації новизни, відрізняються незвичайністю і свіжістю форми; 에어컨 - це слово утворене шляхом кальки з англійського «air conditioner». В корейській мові використовується слово 에어컨 для позначення приладу для охолодження повітря, але воно буквально складається з двох частин: 에어 - що

перекладається як «повітря», і *컨*, що є скороченням від *컨디셔너*, що означає «кондиціонер». Таким чином, *에어컨*- це калька, яка передає ту ж саму ідею, що і оригінальне англійське слово.

3. Морфологічні неологізми – неологізми, створені за зразками, що у мовній системі, і з морфем, що у цій системі. Їх вважають меншою мірою неологічними.

Важливо відзначити основні способи створення морфологічних неологізмів:

3.1. Афіксація – це спосіб створення нових слів шляхом приєднання до основи словотвірних елементів – афіксів: *page-turner* – надзвичайно цікава книга; *비디오폰* - це слово утворене за допомогою афіксації шляхом додавання корейського префікса «*비*» до слова «*video*», що означає «відеофон».

3.2. Словоскладання – поєднання повнозначних слів чи його основ у складне слово: *ratfink* – «зрадник»; *쓰레기통* - це складне слово, утворене з корейських слів «*쓰레기*» (сміття) і «*통*» (контейнер), що означає «смітник».

3.3. Конверсія – спосіб утворення нових слів іншої частини мови без зміни форми слова, без допомоги словотвірних елементів: *e-mail – to e-mail* – «надіслати лист електронною поштою»; *배달* - це слово утворене шляхом конверсії зі слова «*배달하다*», що означає «доставляти». У цьому випадку, слово «*배달*» може використовуватися як іменник, щоб позначити процес або послугу доставки.

3.4. Скорочення - спосіб створення нових слів шляхом усічення основ без зміни їхнього лексико-граматичного значення. *로스터* - це скорочене слово від «*로스터리*» (обсмажування), що означає місце обсмажування кави.

Скорочені лексичні одиниці (скорочення), на думку автора класифікації, бувають чотирьох структурних типів:

1) усічені слова (усічення) (*clippings*): *phone – telephone*; *버스* - це скорочення від слова «*버스터미널*», що означає «автобусний термінал».

2) літерні (ініційні) аббревіатури: *USA, TV; KTX (케이티엑스)* - це аббревіатура від «*Korea Train Express*», що означає швидкий поїзд в Південній Кореї.

3) неологізми – акроніми: *WAY (world Assembly of Youth)* – «міжнародна асамблея молоді»; *NORAD (North American Air Defense Command)* - «командування

північноамериканських ВПС»; *KT* (*케이오이티*) - це акронім від «Korea Telecom», що означає одного з провайдерів зв'язку в Південній Кореї.

4) телескопні слова (телескопізми) (transfer + resistor → transistor); *아바타* - це слово утворене шляхом скорочення від « *아바타 탈출* », що означає «втеча від реальності», або просто «аватар».

Сучасна лінгвістична наука продовжує розвиватися, з'являються нові способи словотвору, нові види неологізмів, які не враховані в розглянутих вище класифікаціях. Сучасні лінгвісти, досліджуючи вже існуючі види неологізмів, у дослідженнях знаходять неточності у тому змісті.

Нині у лінгвістичної науці немає єдиної, загальноприйнятої класифікації видів нових слів і їх створення, бо сама концепція нового слова перебуває у стані розвитку, а теорія неології постійно поповнюється новими уявленнями.

Наведені класифікації з урахуванням нових виявлених способів словотвору приймаємо за основну та робочу класифікацію, оскільки вона відповідає цілям цього дослідження, а саме розкриває та характеризує основні способи створення неологізмів.

1.4. Механізми поширення неологізмів

Поширення неологізмів - це процес, який може відбуватися через різні механізми і механізми в залежності від контексту і сфери використання. Ось деякі з найбільш поширених механізмів:

1. Комунікаційні канали:

1.1. Мовлення у реальному часі: Усні розмови та обговорення між людьми можуть сприяти поширенню нових слів та виразів у вузькому оточенні або спільнотах.

1.2. Писемний обмін: Листування, текстові повідомлення та електронні листи можуть бути каналами для введення нових слів та виразів у повсякденну комунікацію.

1.3. Медіа: Телебачення, радіо, газети та журнали відображають сучасні тенденції мовлення і можуть впливати на вживання слів і виразів у широкому спектрі аудиторій.

1.4. Соціальні мережі та блоги: Онлайн-платформи надають можливість широкому колу людей висловлювати свої думки та використовувати нові слова та вирази, що може призвести до їх швидкого поширення.

2. Культурний вплив:

2.1. Популярність і впливові особистості: Використання нових слів і виразів популярними артистами, виконавцями або іншими впливовими особистостями може призвести до їх широкого прийняття в суспільстві.

2.2. Культурні тенденції та мода: Певні слова та вирази можуть стати популярними через культурні тенденції та модні вподобання, що сприяє їхньому поширенню.

3. Технологічні інновації:

3.1. Інтернет та соціальні мережі: Завдяки широкому доступу до інтернету та соціальних мереж, люди можуть швидко обмінюватися новими словами та виразами в онлайн-спілкуванні.

3.2. Мобільні додатки та платформи: Додатки для спілкування, ігри та інші мобільні платформи також можуть стати каналом для поширення нових слів та виразів серед користувачів.

4. Медіа і реклама:

4.1. Рекламні кампанії та промоція: Рекламні кампанії можуть активно використовувати нові слова та вирази для привернення уваги споживачів до продуктів та послуг.

5. Глобалізація:

5.1. Міжнародний обмін та подорожі: Глобалізація сприяє більш активному обміну культурними впливами, що може призвести до поширення нових слів та виразів між різними країнами та мовними спільнотами.

Ці механізми можуть працювати окремо або взаємодіяти між собою для створення широкого прийняття нових слів та виразів у мовленні. Поміж цими механізмами існує взаємодія, яка може підсилити процес поширення неологізмів.

Наприклад, впливові особистості або медіа можуть використовувати соціальні мережі для поширення нових слів та виразів. Технологічні інновації, такі як мобільні додатки та платформи, можуть створювати нові можливості для комунікації та обміну інформацією, що прискорює поширення нових мовних одиниць. Культурні тенденції можуть впливати на те, які нові слова та вирази вважаються модними або відповідними для вживання. Всі ці фактори можуть спільно працювати для формування мовного ландшафту та внесення нових слів та виразів у мовленнєву практику.

Висновки до розділу 1

У розділі 1 роботи було проведено аналіз неологізмів як важливого вказівника розвитку мовлення.

1.1. Було розглянуто сутність неологізмів, як нових слів або виразів, які виникають у мовленні для вираження нових ідей, концепцій, термінів або для уникнення стереотипних висловлювань.

1.2. Проведено огляд наукових підходів до тлумачення змісту неологізмів, включаючи різноманітні тлумачення та класифікації.

1.3 Було розглянуто базові принципи поділу та функціонування неологізмів у мові, включаючи різні типи неологізмів та їх ролі у мовному процесі.

1.4. Окрема увага була приділена механізмам поширення неологізмів, які включають комунікаційні канали, культурний вплив, технологічні інновації, медіа та рекламу, а також глобалізацію.

1.4. У контексті дослідження неологізмів було зазначено, що важливо враховувати динаміку суспільства та його потреб у висловленні нових ідей, технологічних змінах, культурному впливі та глобалізації.

1.5. Розуміння механізмів формування та поширення неологізмів сприяє глибокому аналізу мовного процесу, а також дозволяє передбачити тенденції у мовному розвитку.

Зазначені аспекти дозволяють краще зрозуміти роль неологізмів у відображенні динаміки мовленнєвого процесу, їхній вплив на мовну культуру та розвиток мови в цілому. Розгляд цих аспектів допоміг усвідомити значення неологізмів у формуванні та трансформації мовного образу, а також їхню важливу роль у вираженні та розвитку нових ідей та концепцій у мовленні. Мова розвивається і змінюється з розвитком і зміною людського суспільства. Найбільш схильною до змін частиною будь-якої мови є лексика. Вивчення нових слів та виразів може вказувати на нові потреби, цінності та тенденції, що домінують у суспільстві. Такий підхід допомагає глибше зрозуміти взаємозв'язок між мовним процесом та соціокультурною дійсністю.

РОЗДІЛ 2

НЕОЛОГІЗМИ В СУЧАСНОМУ КОРЕЙСЬКОМУ ІНТЕРНЕТНОМУ ДИСКУРСІ

Цей розділ розповідає про сучасний корейськомовний інтернетний дискурс, де мова йде про неологізми – ці цікаві та динамічні нововведення, що активно використовуються у віртуальному просторі. У цьому розділі ми розкриємо та проаналізуємо найцікавіші та найактуальніші терміни, які виникають у мережі, їхнє походження, значення та вплив на сучасне корейське суспільство та культуру.

Неологізми в інтернет-дискурсі не лише відображають швидкі зміни в технологіях, культурі та суспільстві, але й віддзеркалюють специфіку віртуального спілкування, емоційний стан користувачів та їхні ставлення до актуальних подій. Ці нові терміни не лише розширюють мовний арсенал, але і створюють своєрідний «сленг» онлайн-спілкування, що зрозумілий тільки в контексті віртуального середовища.

Поглиблюючись у це поняття, ми матимемо змогу краще зрозуміти динаміку мовної еволюції, технологічний прогрес, а також віддзеркалення суспільних та культурних тенденцій через призму онлайн-спілкування. Таким чином, ми розкриємо багатогранність і важливість неологізмів у формуванні сучасного інтернет-культурного ландшафту Кореї, що відіграє важливу роль у сприйнятті, розумінні та розвитку сучасного корейського суспільства.

Ми також розкриємо унікальні аспекти самого процесу створення та поширення неологізмів. Вони часто народжуються з власних потреб спільноти, її культурних особливостей і способу сприйняття світу. Таким чином, вони стають не лише мовними явищами, але і своєрідними відображеннями суспільних динамік і тенденцій. Розглядаючи цей аспект, ми поглибимо наше розуміння не лише мовної еволюції, але й процесів соціокультурної трансформації, що відбуваються у сучасному корейському суспільстві.

2.1. Неологізми сфери Інтернет та інформаційно-комунікаційних технологій

Мова народилася, розвивалася й існує як колективне надбання людства і постійно розвивається як суспільне явище. Характерною рисою будь-якої мови є те, що вона створюється суспільством, контролюється суспільством і закріплюється суспільством у системі його комунікативних засобів.

Найважливішою структурно-семантичною одиницею мови є слово, функція якого - називати предмети, властивості, процеси тощо.

Потрапляючи в певну мовну ситуацію, воно набуває нових значень і відтінків. Лексичне значення слова не має чітко визначених меж, а його понятійна структура може охоплювати широкий спектр ситуацій.

Слід зазначити, що лексичний статус відображає рівень розвитку суспільства. Словниковий склад будь-якої мови найактивніше поповнюється в періоди перебудови, революцій та відкриттів. Поява нових технологій, технічних засобів та різноманітні зміни в суспільному житті завжди були і будуть рушійною силою для появи в мові нових слів і термінів або запозичень (Лі Кин Хі, 2003, с.5-27).

Щороку в мовах розвинених країн світу з'являються тисячі нових слів. Слова і словосполучення, які називають нові явища дійсності, нові предмети і нові поняття, **називаються неологізмами** (грец. *nebs* - «новий», *logos* - «слово») («Англізовані корейські неологізми нового тисячоліття»).

Поява неологізмів є результатом боротьби двох тенденцій: тенденції розвитку мови та тенденції її збереження. При цьому поява неологізмів не завжди зумовлена нагальною потребою суспільства в нових значеннях. Неологізми зазвичай є результатом нових асоціацій або омонімічного застарівання.

Неологізм - це нове слово в загальній мові, новизна якого сприймається носіями мови. Вхідження неологізму в лексичну систему мови - досить тривалий процес. Його суть полягає у формальній і стриманій адаптації запозиченої лексики, яка передбачає фонетичну, графічну, лексичну та граматичну адаптацію до норм тієї мовної системи, до якої належить нове слово.

Огляд літератури показує, що останні роки були дуже плідними для нових мов. Це пов'язано з тим, що в країнах постійно змінюються урядові структури, відкриваються нові кордони, робляться нові відкриття в науці, техніці та медицині, відбуваються технічні та технологічні революції.

І не дивно, що більшість нових слів (до 90%) - це терміни, пов'язані з наукою, технікою, культурою та економікою. Їх вивчення є одним з найважливіших завдань сучасної лінгвістики (Лі Кин Хі, 2003, с.5-27).

Проте всі лінгвісти, які вивчають появу неологізмів у лексиці мови, сходяться на думці, що **неологізм у мові є неологізмом доти**, доки він не стає загальноживаним словом або словом у літературі і, відповідно, не перестає визнаватися неологізмом.

Комп'ютерні неологізми - це лінгвістичні терміни, що позначають нові слова або словосполучення, які з'явилися в лексичному складі на певному етапі розвитку мови і новизна яких була усвідомлена мовцем для позначення нових понять у сфері інформаційно-комунікаційних технологій (Лі Кин Хі, 2003, с.5-27).

Інтернет-неологізми посідають важливе місце серед інших новоутворень.

У процесі віртуальної комунікації формується унікальний лексичний шар, що інтегрує жаргон, сленг, аргі і просторіччя в еквівалентні частини (Лі Кин Хі, 2003, с.5-27).

Найпоширеніші неологізми в Інтернеті можна поділити на такі групи:

- 1) Комп'ютерна термінологія;
- 2) Інтернет-сленг;
- 3) Комп'ютерний жаргон;
- 4) Молодіжний сленг.

Залежно від типу та сфери застосування нового терміну, необхідно вміти чітко визначити та проаналізувати новий термін, а також вибрати правильний синтаксис перекладу. Перш за все, необхідно ознайомитися з контекстом і науковою галуззю, до якої належить неологізм.

Оскільки інтернет-неологізми за своєю природою є дуже складними, у більшості випадків варто використовувати такий вид перекладацької трансформації, як описовий переклад, для кращого розуміння суті процесу чи явища.

Отже, у зв'язку зі стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій мова збагачується новою комп'ютерною лексикою.

Процес входження нових слів з Інтернету та комп'ютерних технологій до лексичної системи мови - це тривалий процес адаптації запозиченої лексики лексично, графічно, фонетично та граматично до норм певної мовної системи.

Більшість таких неологізмів перекладаються описовим способом, оскільки в українській мові ще не існує визначення інноваційних понять.

Такі неологізми належать до групи неологізмів, які є абсолютно новими лексичними одиницями, і при перекладі іноді застосовуються такі перекладацькі трансформації, як калькування та транскрипція.

2.2. Основні способи утворення молодіжних сленгових корейських неологізмів в соціальних мережах

Використання запозиченої лексики - один з найпоширеніших способів створення нового сленгу.

Існує багато способів створення нової лексики. Наприклад, можна об'єднати дві, три або більше основ слова, причому такі лексичні одиниці можуть включати як запозичення, так і власне корейські слова.

Крім того, можна додавати різні афікси або використовувати абревіатури.

1. 예프킬러

У перекладі це буквально означає «двійка вбивця». У Кореї «F» означає погану оцінку, як, наприклад, українська «двійка». У цьому випадку буква виконує функцію «імені/назви». Цей вираз означає вчителя, який любить ставити такі погані оцінки.

2. 뉴비

Є запозиченням з англійської мови – *newbie*, тобто «новенький або новачок».

3. *고고씽*

У перекладі з англійської «Ходімо!» або ж «Давайте зробимо це!». *고고* (англ. *go go*), тобто йди-йди, а *씽* позначає звук чи зовнішній вигляд дуже швидко людини, що рухається.

4. *생얼*

Цей приклад походить з китайської мови і означає «обличчя без макіяжу» або «природна краса». Фундаментальний аналіз слова показує, що китайська частка *생* означає народження, а *얼굴* - «обличчя».

5. *알바*

Корейська мова має велику кількість запозичень. Насправді, окрім англіцизмів та китайських слів, на які припадає найбільша частка запозичень, іноді зустрічаються слова німецького походження. Наприклад, лексика походить від німецького слова *arbeit*, що означає «робота», тоді як у корейській мові це слово означає «підробіток».

Поширеним способом утворення нестандартної лексики є контамінація (об'єднання частин кількох схожих слів). У корейській мові існує значна кількість виразів, утворених таким чином. Іншими словами, кілька семантично вмотивованих слів скорочуються, в результаті чого з'являються нові значення і нові слова.

1. *엄친아*

Дане скорочення перекладається як «син маминої подруги», повністю звучатиме як *엄마 친구의 아들*. Тобто, загалом, наведений сленгізм має значення «мамин синочок», як говорять в Україні.

2. *까도남*

Позначає заможного та успішного бізнесмена, а в повному обсязі фраза звучатиме так: *까칠한 도시 남자*, що дослівно буде перекладатися як «зухвалий міський хлопець/чоловік».

3. *까치*

Про когось примхливого та зарозумілого. Повна форма: *까다롭고 지시한 놈*.

4. *금사빠*

Про людину, яка здатна швидко закохуватися у когось, повна форма: *금방 사랑에 빠지는 사람*.

5. 웃프다

Про стан, коли одночасно хочеться і плакати, і сміятися. У даному випадку *웃다* означає «сміятися», а *슬프다* - «сумувати».

6. 돈까스

Мова йде про людину, яка заробивши гроші, одразу та невгамовно їх витрачає, тобто транжира. Від *돈을 벌이 카페에서 마구 쓰는 사람*.

7. 뇌섹남

Про людину, яка і розумна, і весела, і чарівна. Якщо розбирати по частинам, то *뇌* - «мозок», *섹시* - «сексуальний, привабливий», *남자* - «хлопець або ж чоловік»

8. 강아지

Це цікаве слово, яке можна сплутати з корейським словом «цуценя». Але це не так, і аналіз показує, що цей соціолект складається з таких лексем: *강의* - лекція, *아기* - «дитина», *지각* - запізнюватися і означає «студента, який весь час запізнюється на лекції».

Явище метафоризації часто зустрічається в сучасному молодіжному мовленні. «В образних виразах ми бачимо скорочення порівнянь, а також скорочення зіставлень. У першому випадку підкреслюється роль аналогічного принципу у формуванні думки, у другому - відмова від звичної таксономії і перенесення акценту на те, що метафора веде до істини найкоротшим і найменш очевидним шляхом» (Макаренко Ю. Г., Матковська І. В. Том 4, 2012, с. 70).

У сучасному молодіжному сленгу кращий опис предметів, явищ та уявлень про них досягається за допомогою метафор. «Завдяки метафорам сучасна молодь використовує свій досвід, особисті почуття та відчуття, щоб пов'язати поняття про предмети та явища однієї галузі з поняттями з іншої галузі. Це пояснюється тим, що метафори завжди суб'єктивні, а свобода передачі залежить від уяви та життєвого досвіду мовця».

Виходячи з наведених вище прикладів, можна зробити висновок, що метафорична дивергенція допомагає створювати нові, емоційно яскраві сленгові вирази, які дають певну оцінку об'єкту або явищу.

Використовуючи цей прийом, можна зрозуміти, що образний та емоційний фон мови створюється також за допомогою метафори.

1. 로얄석

Корейські студенти люблять порівнювати найкраще, найзручніше місце з королівським тронем. Воно так і звучатиме «королівське місце».

2. 우유 학점

Корейці дуже віддані навчанню, і через велику кількість домашніх завдань, які вони виконують протягом шкільних та університетських років, існує багато сленгу, пов'язаного з навчанням.

У наведеному вище прикладі йдеться про середні оцінки. Але чому дослівний переклад означає «оцінки як молоко»? Тому що це умовно порівнюється з 3,4% жирністю молока, а оцінка - 3,4.

3. 사계

Вони також говорять про свої оцінки. Цього разу вона отримала оцінку «А», схожу на «А» (п'ятибальну шкалу) в корейській системі освіти. Дослівно цей термін означає традиційні корейські дерев'яні ноші.

2.3 Структурні особливості неологізмів у корейському Інтернет-дискурсі

Перш ніж розглянути лексико-семантичну класифікацію корейських неологізмів, доречно сказати кілька слів про історичні аспекти розвитку мови. Отже, історія становлення та розвитку корейської мови є досить тривалою, в якій неологізми та запозичення відіграли дуже важливу роль.

До початку 20 століття найбільша кількість неологізмів і запозичень у корейській мові була переважно запозичена з китайської мови. Корейські лінгвісти

та філологи стверджують, що до 20 століття 65% корейської лексики мали китайське походження, і лише 5% були запозичені з інших мов.

Наприклад, відомим неологізмом у корейській мові є 한류 , який створив китайський журналіст. Цей неологізм перекладається як «корейська течія» і означає «корейську хвилю» (мається на увазі зростання популярності корейської культури у світі з 1990-х роках).

Поява цього неологізму була спровокована китайськими журналістами під час їхнього перебування в Південній Кореї, які були вражені зростаючою популярністю корейської культури та індустрії розваг в цілому.

Після здобуття незалежності Кореї запозичення іноземних слів у корейській мові збільшилося.

У наш час, частково через історичні та геополітичні фактори, референтними мовами для корейської мови є переважно англійська та американська. Це пов'язано, головним чином, зі зростанням впливу США та країн Західної Європи на певних етапах історичного розвитку Далекосхідного регіону.

Запозичення англо-американської мови пов'язане, головним чином, зі значним прогресом, досягнутим у сфері науки і техніки в США та Західній Європі порівняно з Кореєю, яка значно відставала. Тому **саме науково-технічний прогрес** слід вважати основною причиною появи нових слів з англійської мови в корейській.

Наприклад, відомий корейський лінгвіст Пак Тхе Сон стверджує: «Політика, економіка, наука і техніка, що приходять з-за кордону, завжди опосередковуються колоніальною державою-сюзереном, і вплив цієї «чужої мови» в країнах Третього світу не слабшає, а зростає».

Мовний націоналізм все частіше називають проявом шовінізму, а мовні війни ведуться зверху вниз, ззовні та зсередини, за законом «сильний перемагає» (Литвиненко, 2012, с.162).

На думку іншого корейського вченого, Кім Йон Хвана (2012), «таке засилля неологізмів іноземного походження неминуче тягне за собою містифікацію наукового знання і сліпе прагнення наслідувати іноземні цивілізації».

У сучасній корейській мові можна виокремити різні сфери та галузі неологізмів і дослідити їх для визначення їхніх лексико-семантичних категорій. Таким чином, у сучасній корейській мові можна виділити наступні семантичні групи неологізмів:

1. Комп'ютерна сфера та комп'ютерні технології, наприклад:

컴퓨터 – «комп'ютер»; 소프트웨어 – «програмне забезпечення»; 드라이브 – «жорсткий диск»; 멤버 아이디 – «ім'я користувача»; 웨비나 – «вебінар або дистанційне навчання»; 스샷 – «скріншот»; 인터넷 – «Інтернет» тощо.

2. Наука та сучасні технології, наприклад:

엔지니어 – «інженер»; 카메라 – «камера»; 폰 – «телефон»; 와이파이 – «вайфай»; 보배 – «павер банк»; 레이저 – «лазер» та ін.

3. Медична сфера:

아스피린 – «аспірин»; 심기 – «імплантація»
플라즈마 – «плазма» (крові) тощо. (Munich, 2022, с. 250)

Варто зазначити, що поява нової хвороби - коронавірусу - спричинила появу чималої кількості нових слів у корейській медичній сфері. Наприклад, з'явився неологізм *확찐자*, який використовується для позначення ситуації, коли люди тривалий час перебувають вдома (через суворі карантинні заходи після стрімкої пандемії) і стрімко набирають вагу.

Схоже значення має корейський неологізм *작아 격리*, який також використовується для позначення явища масового ожиріння, пов'язаного з пандемією коронавірусу. Зокрема, йдеться про те, що одяг, який носили до пандемії, стає меншим під час пандемії через малорухливий спосіб життя, пов'язаний з карантином в цілому в Кореї.

Варто також зазначити, що під час пандемії коронавірусу з'явився новий корейський термін «золота маска» *금스크*. Він використовується для опису ситуації, коли масок не вистачає.

4. Телебачення та медіа сфера, як от:

뉴스 – «новини»; 텔레비 – «телебачення»; 오피니언 – «огляд, аналітика»; 칼럼 – «колонки» (рубрики); 라이프 – «соціальна тематика» (життєві історії); 스포츠 – «спортивні новини»; 포토 – «фотоінформація» (фоторепортаж); 블로그 – «блоги»;

5. **Їжа та напої (сфера харчування), наведемо приклади:** 아이스크림 – «морозиво»; 햄버거 – «гамбургер»; 콜라 – «кока-кола»; 디저트 – «десерт»; 콩카 – «спеціалізоване кафе»; 레스토랑 – «ресторан».

6. **Транспортна галузь:**

러시아워 – «година пік»; 택시 – «таксі»; 모터바이 – «мотоцикл тощо».

7. **Спорт, відпочинок та дозвілля. У якості прикладу наведемо такі неологізми, як:** 모텔 – «мотель»; 호텔 – «готель»; 볼링 – «боулінг»; 오디오 – «музичні аудіозаписи»; 탕진잼 – «отримувати насолоду від шопінгу»; 웃프다 – «тужити». Даний неологізм зазвичай використовується, коли одночасно хочеться і сміятися і плакати.

팝송 – «поп-музика» тощо;

8. **Політична сфера, наприклад:**

강남 좌파 – «вище суспільство» (про високопосадовців-політиків); 깨시민 – «свідомий громадянин» (вживається для критики та висміювання помилок політиків); 대통령병 – «хвороба президента» (вживається для позначення політиків, які постійно балатуються у президенти); 발갈이 – «політичні маніпуляції» щодо громадської думки засобами ЗМІ тощо.

9. **Бізнес та економіка, наприклад:** 프로젝트 – «проект, план, програма»; 네임카드 – «візитка» тощо. (Munich, 2022, с. 251)

Продовжуючи тему бізнесу та роботи, в Республіці Корея робота та кар'єра є чи не найважливішими аспектами життя для всіх корейців. Тому ця відмінна та унікальна риса корейського життя знайшла своє відображення і в мові, про що свідчить велика кількість неологізмів, пов'язаних з роботою, кар'єрою та працею.

Одним із прикладів таких неологізмів є 워라블, який описує вміння балансувати (корейці кажуть «міксувати») роботу та особисте життя. Ідеальна

людина (в розумінні корейців) - це та, яка вміє «міксувати» і роботу, і особисте життя, а не шукає баланс за рахунок чогось одного, і тому є пунктуальною скрізь і всюди.

Варто також зазначити, що в корейській мові існує досить багато неологізмів, які використовуються для опису людей та їхніх особливих характеристик і рис.

Таким чином, класифікація корейських неологізмів за лексико-семантичними групами охоплює різні аспекти сучасного життя, включаючи науку і техніку, комп'ютерні технології, медицину і науку, політику і економіку, а також теми, пов'язані з повсякденним життям (дозвілля, розваги, їжа, характеристики людей тощо).

2.4 Аналіз корейськомовних інтернет-ресурсів та неологізми, які в них використовуються

Корейськомовний Інтернет-дискурс є важливим аспектом сучасного інформаційного та комунікаційного простору Кореї, який відіграє значну роль у формуванні мовної культури та соціальних взаємовідносин. В цьому розділі ми детально проаналізуємо основні корейськомовні інтернет-ресурси, що використовуються корейськими користувачами для спілкування, обміну інформацією та вираження своїх думок. А також неологізми, які частіше всього використовують користувачі даних інтернет-ресурсів.

Корейськомовний Інтернет-дискурс розцвітає на різноманітних онлайн-платформах, що відображають різноманіття комунікаційних потреб корейської аудиторії та становлять важливу частину культурного та інформаційного життя країни.

1. Соціальні мережі:

1.1 KakaoTalk і KakaoStory:

КакaoTalk: Це мобільний месенджер, що займає провідну позицію серед соціальних мереж у Кореї. Заснований на концепції швидкого та зручного обміну

повідомленнями, KakaoTalk надає користувачам можливість створювати групові чати, використовувати емодзі та стікери, а також обмінюватися мультимедійним вмістом. KakaoStory: Це соціальна мережа, аналогічна Facebook, де користувачі можуть ділитися своїми фотографіями, статусами, відео та іншим контентом зі своїми друзями та підписниками.

1.2 Naver і Daum:

Naver: Це один з найпопулярніших веб-порталів в Кореї, що поєднує в собі функції пошуку, новин, блогів, форумів, електронної пошти та інших сервісів. Крім того, Naver має свою власну соціальну мережу, відому як «Naver Cafe». Daum: Також відомий як Daum Какао, цей портал пропонує аналогічний набір сервісів, включаючи пошук, новини, електронну пошту та соціальні мережі. Після злиття з Какао Corp., Daum та Какао об'єднали свої ресурси для створення ще потужнішої платформи для корейських користувачів.

2. Форуми і спільноти:

2.1 DC Inside:

Це один з найпопулярніших інтернет-форумів в Кореї, де користувачі обговорюють різні теми, від розваг та культури до політики та технологій. DC Inside відомий своєю широкою тематичною різноманітністю та активною аудиторією.

2.2 Nate Pann:

Це ще один великий форум, де користувачі обговорюють різноманітні аспекти життя та культури. Nate Pann відомий своєю великою кількістю активних користувачів та різноманітним тематик.

3. Новинні веб-сайти:

3.1 Naver News і Daum News:

Naver News та Daum News є двома провідними джерелами новин в Кореї. Вони надають широкий спектр новин з різних галузей, включаючи політику, економіку, культуру, спорт та технології. Користувачі можуть не лише читати новини, але й коментувати їх та ділитися власними думками з іншими користувачами.

Розглянемо основні тематики обговорень на корейськомовних інтернет-ресурсах:

Розваги і культура:

Обговорення кіно, музики, телевізійних програм, книг та інших культурних аспектів. Критика та обговорення нових випусків фільмів, музичних альбомів, телевізійних серіалів тощо. Аналіз модних тенденцій та подій у світі розваг.

Технології та інновації:

Обговорення новинок у сфері технологій: смартфони, комп'ютери, програмне забезпечення тощо. Дослідження та обговорення інноваційних розробок у різних галузях, таких як штучний інтелект, машинне навчання, робототехніка тощо.

Політика та суспільство:

Обговорення політичних подій на внутрішньому та міжнародному рівнях. Реакція на новини та події в сфері економіки, соціального розвитку, зовнішньої політики та інших суспільних питань.

Освіта і навчання:

Розміщення різноманітних питань та дискусій з питань освіти та навчання. Обмін досвідом та порадами стосовно навчання, вибору університетів, підготовки до іспитів тощо.

Здоров'я та життєвий стиль:

Обговорення здорового способу життя, фітнесу, дієти, медичних порад. Дослідження та обговорення новинок у сфері медицини та науки про здоров'я.

Гумор та розваги:

Публікація жартів, коміксів, анекдотів. Обговорення комедійних програм, шоу та вистав.

Спорт:

Обговорення спортивних подій, матчів, турнірів. Аналіз гравців, команд та тренерських змін у різних видах спорту.

Ці тематики становлять лише частину широкого спектру обговорень на корейськомовних інтернет-ресурсах. Кожна з цих тем викликає активний інтерес у користувачів та сприяє формуванню живого та різноманітного інтернет-дискурсу.

Ось кілька неологізмів, які використовують користувачі цих корейськомовних інтернет-ресурсів:

패북 - слово-пародія на англійське «Facebook», що вказує на популярність соціальної мережі у Кореї.

갤러 - скорочена форма від «галерея», що вказує на фото-або відео-галереї в соціальних мережах.

전략스타 - схрещення слів «стратегія» і «зірка», що використовується для опису професійних гравців в стратегічних відеоіграх, зокрема «StarCraft».

뉴딜 - термін, що походить від англійського «New Deal», використовується для опису нових господарських стратегій або ініціатив у політиці.

유튜버 - слово, що вказує на відеоблогера або контент-креатора на YouTube.

문어발 - дослівно перекладається як «викривлена рука», використовується для опису кривих або некоректних текстів у веб-серфінгу або мобільних додатках.

인싸 - від «інсайдер», термін, що використовується для опису людини, яка є частиною модного чи соціального кола.

탐라 - схрещення слів «тема» і «форум», вказує на обговорення певної теми чи тематичної спільноти в мережі.

댓글각 - слово, що походить від англійського «feedback», використовується для опису коментарів чи відгуків на соціальних мережах чи форумах.

홈쇼핑 - термін, що означає покупки через Інтернет або дистанційну торгівлю.

2.5 Роль неологізмів у формуванні сучасного мовного образу

Функція інноваційної лексики в медіа відіграє важливу роль у мовній культурі. З одного боку, використання нових слів дозволяє мові адаптуватися до швидких змін у суспільстві та культурі і сприяє її розвитку. Крім того, інноваційна лексика збагачує мовлення, допомагає чіткіше і точніше передавати думки та ідеї.

Дослідник Н. Шанський вважає, що неологізми - це нові слова, які виникають у зв'язку з необхідністю називати нові речі і важливою особливістю яких є те, що вони не були загальноживаними раніше (Національний інститут корейської мови, 2001 «Неологізми 2001 року»).

Інноваційна лексика, зокрема неологізми, терміни та вирази, поширюється у ЗМІ у вигляді статей, новин, оголошень та інших медіа-форм. Функціонування цих слів у медіа відображає важливі аспекти мовної культури.

По-перше, варто зазначити, що інноваційна лексика відображає технологічні та культурні зміни в суспільстві. Використання нових термінів у медіа може бути індикатором розвитку науки, техніки, мистецтва та інших сфер життя. Аналізуючи дослідження, слід сказати, що культура мови вимагає використання нової лексики для відображення цих змін. Однак використання інноваційної лексики в ЗМІ має бути виправданим і відповідати загальноприйнятим правилам мовної культури. Наприклад, нові терміни можуть містити складні чи незвичні для нашої мови звуки або бути запозиченими з інших мов. Інноваційна лексика є дуже важливим аспектом мовного та культурного розвитку нації. Вона відображає нові явища, ідеї та технології, що виникають у суспільстві, і збагачує мову новими виразами та поняттями. Нові слова та інноваційна лексика мають велике значення для сучасного суспільства. Вони відображають динаміку розвитку різних сфер життя, вводять нові поняття та ідеї, надають можливості для вираження нових реалій. Однак не слід забувати, що використання інноваційної лексики пов'язане з певною відповідальністю та викликами.

Таким чином, інноваційна лексика є важливим інструментом розширення мовних горизонтальних і вертикальних норм, але використовувати її слід усвідомлено й обережно, щоб підвищити рівень мовної культури та сприяти чіткому обміну інформацією в суспільстві.

Висновки до розділу 2

Розділ II нашої роботи відкриває перед нами неологізми, які активно використовуються в сучасному корейському інтернетному дискурсі.

1.1. Вивчення неологізмів у цьому контексті дозволило нам краще зрозуміти та проаналізувати їхню роль у формуванні сучасного мовного образу та інтернет-культурного ландшафту Кореї.

1.2. Під час дослідження ми детально розглянули неологізми сфери Інтернет та інформаційно-комунікаційних технологій.

1.3. Виявили основні способи утворення сленгових корейських неологізмів в соціальних мережах, вивчили структурні особливості цих термінів у корейському Інтернет-дискурсі.

1.4. Аналізуючи корейськомовні інтернет-ресурси, ми виявили широке використання неологізмів та їхню різноманітність, що ще раз підкреслює їхню значущість у віртуальному спілкуванні.

1.5. Ми виявили, що не менш важливою була роль неологізмів у формуванні сучасного мовного образу, який відображає не лише технологічний прогрес, але й культурні та суспільні тенденції.

1.6. У результаті нашого дослідження ми отримали глибше розуміння не лише мовної еволюції, але й процесів соціокультурної трансформації, які відбуваються у сучасному корейському суспільстві через призму інтернет-комунікацій. Наші висновки стверджують значущість неологізмів у формуванні сучасної інтернет-культурної ідентичності та відображають їхню невід'ємну роль у віртуальному спілкуванні корейських користувачів. Деякі знахідки нашого дослідження вказують на те, що неологізми у корейському інтернетному дискурсі можуть мати глибокі корені в культурній та історичній спадщині Кореї, відображаючи не лише сучасні тренди, а й традиційні цінності та підходи до мови та комунікації. Таким чином, висновки нашого дослідження свідчать про значення та актуальність подальших наукових робіт у цьому напрямі, а також про необхідність уваги до мовних інновацій у контексті цифрової епохи.

ВИСНОВКИ

1.1. У даній роботі було досліджено неологізми як відображення розвитку мовлення, зосереджуючись на їхньому походженні, функціонуванні та ролі в сучасному корейському інтернетному дискурсі.

1.2. Результати дослідження дають можливість краще зрозуміти динаміку мовного процесу в сучасному інформаційному суспільстві та його вплив на мовленнєві практики.

1.3. Під час аналізу було виявлено, що неологізми відображають не лише технологічний та інформаційний прогрес, але й соціокультурні та психологічні аспекти сучасного суспільства.

1.4. Утворення та поширення неологізмів відбувається внаслідок впливу глобалізації, швидкісного розвитку технологій та взаємодії між користувачами в інтернет-середовищі.

1.5. Основними джерелами неологізмів у сучасному корейському інтернетному дискурсі є соціальні мережі, форуми та інші онлайн-ресурси. Структурні особливості цих новотворів свідчать про високу креативність користувачів та їхню здатність до мовної самореалізації.

1.5. Неологізми відіграють значну роль у формуванні сучасного мовного образу, актуалізуючи нові концепти та відображаючи тенденції сучасного мовного спілкування. Вони стають важливим інструментом для вираження ідентичності та соціальної приналежності у віртуальному просторі.

1.6. Таким чином, вивчення неологізмів у сучасному корейському інтернетному дискурсі є актуальним і дозволяє отримати нові уявлення про еволюцію мовленнєвих практик у сучасному інформаційному суспільстві. Дослідження таких явищ сприяє розумінню мовних та культурних трансформацій у сучасному світі.

1.7. Однак, варто відзначити, що неологізми не лише відображають мовний прогрес, але й викликають певні виклики для мовознавців та лінгвістів. З одного боку, вони збагачують мову новими виразами та висловами, що відповідають сучасним реаліям. З іншого боку, неологізми можуть стати джерелом нерозуміння та

конфліктів у комунікації, особливо між різними поколіннями або групами користувачів з різним рівнем мовної компетенції.

1.8. Неологізми в інтернетному дискурсі можуть мати короткий термін життя через швидкі та постійні зміни в мережевому середовищі. Це ставить певні виклики перед лексикографами та мовознавцями, які намагаються відобразити сучасний стан мови в словниках та наукових працях.

Таким чином, дослідження неологізмів у сучасному корейському інтернетному дискурсі є важливим напрямом у мовознавчих дослідженнях, який дозволяє не лише розкрити особливості мовленнєвого простору, але й зрозуміти сутність та динаміку мовленнєвих трансформацій у віртуальному середовищі.

주석

본 연구에서는 신조어가 말소개 발전을 반영하는 방식을 조사했으며, 그 기원, 기능 및 현대 한국 인터넷 말투에서의 역할에 중점을 두었습니다. 연구 결과는 현대 사회의 언어적 변화와 그 영향을 더 잘 이해할 수 있도록 합니다.

분석 결과, 신조어는 기술 및 정보 발전뿐만 아니라 현대 사회의 사회 문화적 및 심리적 측면을 반영합니다. 신조어의 형성 및 보급은 글로벌화, 기술의 급속한 발전 및 인터넷 환경에서 사용자 간 상호작용의 영향을 받습니다.

현대 한국 인터넷 말투에서의 주요 신조어 출처는 소셜 미디어, 포럼 및 기타 온라인 리소스입니다. 이러한 신조어의 구조적 특징은 사용자들의 창의력과 언어적 자기 실현 능력을 보여줍니다.

신조어는 현대 언어 이미지 형성에 중요한 역할을 하며, 가상 공간에서 정체성 및 사회 소속감 표현의 중요한 도구가 됩니다.

그러나 신조어는 언어학자들과 언어학자들에게 일부 도전을 제시할 수 있습니다. 한편, 그들은 현대적인 어휘와 표현을 언어에 추가하여 현대적인 실재를 반영합니다. 다른 한편으로는 신조어는 통신에서 이해를 얻지 못하거나 언어 능력이 다른 세대나 그룹 간의 갈등의 원인이 될 수 있습니다.

또한, 인터넷 토론에서의 신조어는 네트워크 환경에서의 빠르고 지속적인 변화로 인해 짧은 수명을 가질 수 있습니다. 이는 사전 작성자 및 언어학자들에게 어려움을 일으킬 수 있습니다.

따라서 현대 한국 인터넷 말투에서의 신조어 연구는 언어학적 연구의 중요한 영역이며, 가상 공간에서의 언어 변형의 본질과 동태를 이해하는 데 도움이 됩니다.

또한, 신조어는 언어적 진보를 반영할 뿐만 아니라 언어학자들과 언어 연구자들에게도 일정한 도전을 제시합니다. 한편으로는 신조어는 언어에 현대적인 어휘와 표현을 추가하여 현대적인 실재를 반영합니다. 다른 한편으로는 신조어는 상호 이해를 위한 어려움이나 언어 능력이 다른 세대나 그룹 간의 갈등의 원인이 될 수 있습니다.

더불어, 인터넷 토론에서의 신조어는 빠르고 지속적인 변화로 인해 짧은 수명을 가질 수 있습니다. 이는 사전 편찬가 및 언어학자들에게 어려움을 줄 수 있습니다.

이러한 이유들로, 현대 한국 인터넷 말투에서의 신조어 연구는 언어학적 연구의 중요한 영역이며, 가상 공간에서의 언어 변형의 본질과 동태를 이해하는데 도움이 됩니다.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Munich, Germany. (2022). Scientific progress: innovations, achievements and prospects. November 6-8. MDPC Publishing.
- Anglicized Korean Neologisms of the New Millennium: An Overview by Eun-Young Julia Kim.
- 국립국어원 2001 년 신어. 서울: 가야원. 2001. = National Institute of Korean Language (2001). Neologisms of the 2001 year. Seoul: Kayawon.
- 국립국어원 2010 년 신어. 서울: 국립국어연구원. 2010. = National Institute of Korean Language (2001). Neologisms of the 2010 year. Seoul: National Institute of Korean Language.
- 국립국어원 2018 년 신어 조사. 서울: 경대디지털. 2018. = National Institute of Korean Language (2018). Neologisms of the 2018 year. Seoul: Gyeongdae Digital.
- 이선영 신어에서의 약칭어와 혼성어에 대하여. 한국학연구. 2016. 제 41 집. 269-291 쪽. = Lee Seon
- 김명균. «번역연구: 번역비평의 충실성과 가독성을 중심으로». 파주: 한국 학술 텍스트정보, 2013.
- 김태엽. «한국어 대우법», 서울 – 2007. 역락.
- 박두운(1988) «번역에 있어서 등 가의 문제», «한국프랑스학논집» 제 14 집, 19-33.
- 심재기. «국어어휘론», 집문당. – 서울 1982. – 170.
- 심재기. «문화적 전이로서의 번역. 문학번역에 있어서의 ‘ ’ 토속 이야기를 한국어에서 우크라이나어로 번역하적인 표현 의 번역의 문제», «번역문학» 제 권, 서울 – 2004. 30-40.
- 이기문. «국어 어 휘사 연구», 동아 출판사. – 서울 1992. – 103.
- 이근희. «문화와 팔쥬 이야기 밀접한 상관어의 번역전략 등 », «번역학연구», 서울 - 2003. p.5-27.
- Макаренко Ю. Г., Матковська І. В. До проблеми перекладу неологізмів галузі інтернет та комп'ютерних технологій// Філологічні трактати. Том 4, № 4. 2012. С. 70.
- Сорока С.В. Реформування та розвиток науки: Сучасні виклики – Частина IV (Фізико-математичні науки, Біологічні науки, Технічні науки, Сільськогосподарські

науки, Історичні науки, Філософські науки, Філологічні науки, Географічні науки, Мистецтвознавство): Міжнародна конференція, м. Київ, 2 лютого 2013 р. Центр наукових публікацій. – С. 92 – 94.

Стишов О.А. Лексичні й стилістичні неологізми в ЗМІ з погляду мовної культури / О.А. Стишов // Мовознавство. 2000. № 2. С. 64-67.