

외래어의 개념과 변천사

김세중

국립국어연구원 학예연구관

1. 외래어의 개념

(1) 외래어의 정의

외래어는 국어 어휘 중에서 외국어에 기원을 둔 말이라 할 수 있다. 이 정의 속에는 외래어의 두 가지 특징이 포함되어 있다. 하나는 외래어는 국어에 본래부터 있던 어휘가 아니고 외국어에서 들어온 말이라는 특징이고, 다른 하나는 이제는 외국어가 아니라 국어에 속한다는 특징이다. 외래어¹⁾에 대

1) 외래어는 영어로는 loanword 또는 borrowed word라고 한다. 그렇기 때문에 학문 용어로는 '외래어'보다는 '차용어'가 더 잘 쓰인다. 영어의 loanword 역시 독일어의 Lehnwort에서 빌려온 말이다. 독일어의 lehnen은 '빌리다'라는 뜻의 말이고 Wort는 '단어'라는 뜻으로 Lehnwort는 '빌려온 말'이라는 뜻이다.

응되는 개념은 고유어인데 고유어는 한 언어가 본래부터 가지고 있던 단어이다.

외래어는 왜 생기는가? 외래어는 언어 접촉에서 생겨난다. 언어 접촉이란 두 언어가 만나서 단어를 차용하거나 서로 영향을 미치는 현상을 말한다. 언어 접촉은 문화의 접촉에서 비롯된다. 어떤 사회에 주변의 다른 문화로부터 새로운 문물이 들어오면 그것을 가리키기 위한 말이 필요하게 된다. 그리고 그 말은 대개 새로운 지시 대상이 쓰이던 곳의 말이기 마련이다. 문물이 들어오면 그 문물과 함께 말까지 들어오는 것이다. 예컨대 컴퓨터라는 물건이 국어에 들어오면서 그것을 가리키는 영어 computer도 따라 들어왔는데 영어 computer의 발음에 가장 가깝게 '컴퓨터'라는 외래어가 생겨난 것이다.

그런데 차용은 반드시 발음의 차용만을 의미하는 것이 아니라 의미의 차용을 가리킬 수도 있다. 예컨대 reference book이란 영어 단어가 수용될 때 발음의 차용이 아니라 의미의 차용이 이루어져 그 결과 '참고서'라는 말이 생겨났다. 이러한 차용을 번역차용이라 한다. road shoulder를 일본어에서 '路肩'이라고 한 것도 번역차용의 예이다. 번역차용을 통해 생겨난 말은 때로는 외래어로 간주되지 않기도 한다. 국어 순화 운동의 결과 생겨난 말은 대체로 번역차용어가 많다. 번역차용어는 국어의 순수성을 훼손하지 않아도 발음을 차용한 외래어는 국어를 훼손한다는 믿음이 널리 언중의 의식에 깔려 있는 것을 알 수 있다.

(2) 외래어의 종류

외래어는 유입된 시기가 얼마나 오래 되었느냐에 따라 몇 가지로 분류할 수 있다. 김민수(1984)에 따르면 외래어는 몇 가지로 나누어 볼 수 있다고 한다. 첫째 발음이나 뜻이 다 외국어의 모습 그대로인 외국어, 둘째 발음이나 형태 등이 어느 점에 있어서 국어적인 것으로 변화한 모습이 있는 단계의 말인 차용어, 셋째 외국어라는 특징을 잃어 버리고 국어사회에서 고유어와 다름 없는 것으로 인식되어 쓰이는 말로 나눌 수 있다는 것이다. 셋째 부류에 속하는 말로 대부분의 한자어를 들 수 있다.

국어의 긴 역사에서 많은 외래어가 들어왔지만 오랜 세월을 거치는 동안 국어에 동화된 것이 많다. ‘떡’이나 ‘붓’을 외래어라고 알고 있는 일반인은 거의 없을 것이다. 그러나 ‘떡’은 중국어의 墨에서, ‘붓’은 중국어의 筆에서 들어왔다는 것이 통설이다. 따라서 외래어인지 여부에 대한 판단을 어원 연구 결과에 기대어 하느냐, 일반인의 의식에 기대어 하느냐에 따라 외래어의 범위가 크게 달라진다.

일반인들이 외래어라고 알고 있는 것들은 대체로 20세기 이후에 서양어에서 들어온 말들이다. 20세기 이전에 국어에 들어온 ‘성냥’이나 ‘담배’ 정도만 하더라도 외래어라고 알고 있는 일반인은 많지 않다. ‘고무’, ‘구두’를 외래어라고 믿는 사람도 많지 않아 보인다.

외래어는 외국어로부터 직접 받아들이는 경우가 많다. 그러나 외래어 중에는 일본을 통해서 들어오거나 우리 스스로 외국어를 재료로 해서 만들어 내는 것도 있다. 이들은 영어로 korean english라 불리기도 한다. ‘오토바이’

는 흔히 드는 예인데 영어로는 motor cycle이다. '오토바이'는 autocar와 bicycle에서 일부를 취해서 만든 말이다. 자동차 운전석 바로 위에 부착한 거울을 가리키는 '백미러'도 마찬가지이다. 영어에서는 rear view mirror라고 한다.

이러한 말 중에는 일본어에서 들어온 것이 많다. 영어에서 들어온 듯 보이지만 실은 영어에서는 전혀 다른 표현을 쓰는 예를 보자. '애프터서비스'는 after sale service, '비치파라솔'은 beach umbrella, '블라인드'는 window shade, '커닝'은 cheating, '데커레이션 케이크'는 fancy cake, '마니아'는 maniac, '믹서'는 blender, '네임밸류'는 well-known name, '샬러리맨'은 salaried worker, '탤런트'는 TV personality(또는 starlet), '비닐 하우스'는 plastic greenhouse 등이 그런 예들이다.

외래어는 외국어 중에서 국어에 성공적으로 정착한 경우만을 가리킨다. 실제 국어 생활 속에서도 외국어도 적지 않게 쓰인다. 특히 외국 문물을 많이 접하는 사람일수록 국어 속에 외국어 단어를 많이 쓴다. 이들이 쓰는 외국어 단어 중에서 일부가 외래어가 된다. 즉 국어 속에 자리를 잡게 된다.

국어 속에 자리를 잡았느냐 자리를 잡지 못했느냐는 쉽게 구별이 잘 안가는 경우가 많다. 국어사전을 비교해 보자. 한 국어사전에는 올라 있는데 다른 사전에는 안 오른 외래어가 적지 않다. 한글학회가 지은 '우리말큰사전'에는 '비즈니스', '비즈니스맨'은 올라 있지만 '비즈니스 걸', '비즈니스 호텔'은 올라 있지 않다. 그러나 금성출판사에서 펴낸 '국어대사전'에는 이 네 말이 다 올라 있다. 즉 '비즈니스 걸', '비즈니스 호텔'을 표제어로 올린 사전이 있는 반면 안 올린 사전이 있다.

(3) 외래어의 특성

외래어는 원래의 언어에서 가졌던 특징을 잃어 버리고 새 언어에 동화되는 특징이 있다. 동화는 크게 세 가지 측면에서 이루어진다. 음운의 동화, 형태의 동화, 의미의 동화이다.

첫째, 외래어는 국어에 들어오면서 국어의 음운적 특징을 띄게 된다. 즉 음운적으로 국어에 동화되는 것이다. 외국어 본래의 발음이 그대로 유지되지 못한다. 자음이든 모음이든 국어에 없는 소리는 국어의 가장 가까운 소리로 바뀌고 만다. 프랑스의 수도 Paris는 원래 프랑스어인데 국어에서는 ‘파리’가 된다. 프랑스어 [r] 발음은 국어에 없는 소리여서 비슷한 소리인 ‘ㄹ’로 바뀌고 마는 것이다. 그 밖에 장단이나 강세, 성조와 같은 운율적 자질도 원래 외국어의 모습을 잃어 버리고 만다.

둘째, 외래어는 국어의 형태적인 특징을 띤다. 외래어의 동사와 형용사는 ‘-하다’ 접미사가 반드시 붙어서 쓰이게 된다. 영어 형용사 smart가 국어에 들어오면 ‘스마트하다’가 된다. ‘아이러니하다’라는 말도 쓰이는데 명사에 ‘하다’를 붙여서 형용사처럼 쓴다. 이런 말은 국어사전에 수록은 안 되었지만 사람들의 회화에서 흔히 관찰할 수 있다. ‘미스테리하다’라는 말도 마찬가지다.

셋째, 외래어는 의미가 국어에 고유한 의미로 변질될 수 있다. 프랑스어 madamme이 국어에 와서는 ‘마담’이 되는데 프랑스어에서의 ‘부인’의 의미가 국어에 와서는 ‘술집이나 다방의 여주인’ 정도로 뜻이 변한다. 물론 뜻이 변하지 않은 것도 많다.

외래어의 중요한 특성 중의 하나는 어형이 불안정하다는 데 있다. '피자'와 '핏자'가 쓰인다. '핏자'를 쓰는 사람은 영어 발음이 '가깝기 때문이라고 한다. 물론 국어사전에는 '피자'로 올라 있다. 외래어의 어형이 불안정하기 때문에 어형의 통일을 위해서 외래어 표기법을 두고 있다. 외래어 표기법은 외래어를 한글로 통일되게 표기하기 위한 규약이다. 외래어 표기법은 이미 굳어진 외래어는 굳어진 것을 인정하고 그렇지 않은 말이거나 새로 들어오는 말은 표기법을 따라서 표기하도록 규정하고 있다.

굳어진 말을 예로 들면 '라디오'나 '모텔'을 들 수 있다. '라디오'는 영어 radio에서 온 말인데 영어 발음에 가깝게 적자면 '레디오'나 '레이디오'가 될 것이다. 그러나 대부분의 국민이 '라디오'라고 알고 있으므로 대부분의 국민이 알고 있는 대로 '라디오'를 표준으로 삼는 것이다. '모텔'도 영어 발음에 가까운 어형은 '모들'이거나 '마들'이 될 것이지만 '모텔'로 굳어졌으므로 '모텔'을 표준으로 한다.

그러나 굳어진 어형을 제대로 파악했다고 보기 어려운 외래어도 적지 않아 보인다. '앰블런스', '팸플릿', '더그아웃'은 그런 예이다. 대부분의 사람들은 '앰브런스', '팸플렛', '덕아웃'을 쓰고 있는 것으로 보인다. 그러나 이런 실태는 제대로 파악되지 못하였고 '앰블런스', '팸플릿', '더그아웃'이 표준어로 정해져 있다. 관용을 존중해야 한다고 규정한 외래어 표기법에 어긋나 보이는데 예들로는 '알코올', '컬러', '렌터카', '뷔페', '바비큐', '데이터', '셔벗' 등도 있다. 이들은 '알콜', '칼라', '부페', '바베큐', '데이터', '샤벳' 등으로 더 잘 알려져 있다.

고유명사는 외래어일까? 외국의 고유명사는 외국어적인 특징을 잘 지니

고 있는 부류의 말이다. 그래서 흔히 외국어로 간주하는 사람도 있다. 그러나 외래어에는 외국의 고유명사도 포함된다. '뉴욕', '모스크바', '파리' 따위는 외래어이다. 이를 외국어라고 보기 쉬운데 그렇지 않다. 흔히 '뉴욕', '모스크바', '파리'처럼 잘 알려진 지명은 외래어이고, 잘 알려지지 않은 고유명사는 외국어라고 보는 수도 있지만 잘 알려진 말과 그렇지 않은 말의 구별은 간단하지 않을 뿐 아니라 가능하지 않다. 외국의 지명, 인명 등 고유명사도 국어 생활 속에서 쓰는 말이면 한글로 표기할 수밖에 없고 따라서 외래어에 속한다.

(4) 다른 언어의 외래어

외래어가 없는 언어는 없다고 해도 과언이 아니다. 영어의 외래어를 보자. 근대영어 시기에 들어온 외래어만 보더라도 ballet, campagne, cognac, rouge, brigade, garage 등은 프랑스어에서, cannibal, embargo, guitar, marijuana, mosquito, tornado 등은 스페인어에서, balcony, casino, gondola, macaroni, piano, opera, soprano, umbrella, violin 등은 이탈리아어에서, boom, cruise, dock, freight, yacht, landscape, sketch 등은 네덜란드어에서, hamburger, kindergarten 등은 독일어에서, ski, ombudsman 등은 스웨덴어에서, icon, vodka 등은 러시아어에서 들어왔다. 그리고 yoga는 산스크리트어에서, jamboree는 힌디어에서, curry는 드라비다어에서, bazaar, giraffe는 아랍어에서 들어왔다. 또 cacao, canoe, chocolate, potato, tomato 등은 아메리카 인디언어에서 들어온 것이다. 그 밖에 tea, ginseng은 중국어에서, judo,

kimono, sushi 등은 일본어에서 들어왔으며 kimchi, taekwondo 등은 한국어에서 온 말로 많은 영어 사전에 수록되어 있다.

프랑스어는 외래어가 다른 언어에 비해 비교적 적은데 그것은 프랑스 국민들이 프랑스어에 대한 자부심이 큰 데다가 프랑스 한림원에서 엄격한 심사를 한 후에 외래어를 차용하기 때문이다. bifteck[biftɛk]는 영어의 beefsteak에서 온 말인데 발음이 불어화하였음을 알 수 있다. les États-Unis는 영어의 the United States를 번역한 번역차용어이다.

중국어는 한자를 문자로 쓴다. 중국어는 외래어를 받아들일 때에 음을 받아들이지 않고 번역차용을 주로 한다. kilometer는 '公里', hotel은 '賓館'이나 '飯店'으로 번역한다. 그러나 고유명사의 경우는 외국어 발음과 가깝게 되도록 한자를 골라 표기한다. 그런데 한자를 고를 때에 순전히 소리만을 옮기지 않고 뜻을 될 수 있는 대로 살리는 것이 보통이다. 이탈리아는 '意大利', 프랑스는 '法國', 독일은 '德國'으로 적는데 발음을 어느 정도 살리되 뜻도 보기 좋게 한 것이다.

일본은 외래어를 아주 많이 받아들여 쓰는 나라로 알려져 있다. 그런데 일본어 음절 구조의 제약 때문에 원래의 외국어 발음이 심하게 왜곡되는 것이 보통이다. 그뿐 아니라 뜻도 달라진다. 영어의 cider는 사과술을 뜻하는데 일본어의 saida는 청량음료를 가리키는데 국어에서도 같은 현상이 일어났다. 일본어에는 영어에 없는 외래어가 많다. 영어를 재료로 해서 일본에서 만들어낸 말들이다. goal-in이란 말은 영어에서는 score a goal인데 일본어에서 만들어낸 것이다. 이런 말을 영어에서는 japanese english라 부르기도 한다.

2. 외래어의 변천

(1) 20세기 이전의 외래어

세상의 어떤 언어든지 주변의 다른 언어와 접촉을 하기 마련이다. 국어도 오늘날에 이르기까지 장구한 세월 동안 언어 접촉을 겪어 왔다. 국어가 접촉한 언어로는 중국어, 여진어, 몽골어, 일본어, 영어, 프랑스어, 독일어, 이탈리아어 등을 들 수 있다. 이 중에서 국어에 가장 영향을 많이 끼친 언어는 단연 중국어라 할 수 있다.

국어의 외래어는 크게 20세기 이전의 것과 20세기 이후의 것으로 나누어 볼 수 있다. 고대국어에서는 범어로부터의 차용어가 있었다. 대부분이 불교 용어인데 ‘彌勒’, ‘菩提’, ‘菩薩’과 같은 말이 그 예이다. 향가에서 찾을 수 있는 이런 말들은 범어로부터의 직접 차용이 아니고 중국에서 범어를 음역한 것들이 들어온 것이다. 15세기 국어 자료에 나오는 ‘葡萄’, ‘獅子’ 같은 말이 나오는데 이들은 서역어가 중국을 거쳐 들어온 것이다.

13, 14세기의 고려시대에는 몽골어로부터 관직명, 말, 매, 군사 등에 관한 차용어를 받아들였다. ‘가라물, 구렁물’ 등 말[馬]에 관한 말, ‘보라매’, ‘송골’과 같은 매에 관한 말, ‘바투’[勇士]과 같은 군사에 관한 말, ‘타락’(駝酪), ‘슈라’(水刺)와 같은 음식에 관한 말이 몽골어로부터의 차용어이다.

여진어로부터의 차용어로는 ‘豆滿江’을 들 수 있다. 이는 여진어 tümen으로부터 온 말이다. ‘오랑캐’라는 말도 두만강 일대에 살던 여진족의 명칭이 후대에 야만인의 통칭으로 쓰이게 된 것이다.

근대국어에는 청나라와의 접촉으로 만주어가 들어왔다. '널쿠', '소부리', '쿠리매', '마호래' 등이 만주어로부터의 차용어로 추정된다.

중국어로부터의 차용은 오랜 역사에 걸쳐 광범위하게 일어났다. 중국어로부터의 차용은 구어를 통한 직접 차용과 문어를 통한 간접적인 차용의 두 경로로 나누어 볼 수 있다. 직접 차용의 예로는 흔히 '먹[墨]'을 드는데 매우 이른 시기에 국어에 들어온 것으로 보인다. 그 밖에 '살[矢]', '되[斗]', '무늬[紋]'도 그런 예에 속하는 것으로 믿어진다. 16세기 이후 18세기까지 나타난 중국어로부터의 직접 차용어로는 '상투[上頭]', '모시[木絲]', '빙자[餅緒]', '사탕[砂糖]' 등을 들 수 있다.

고려시대와 조선시대에 걸쳐 지식인들은 한문 경전을 필수적으로 학습하였으며 한문에서 단어를 차용하여 문자 생활에 썼다. 또 중국의 사회 제도나 행정에 관한 단어들도 받아들여 사용하였다. 그 결과 국어에는 한자어의 비중이 고유어와 비교할 수 없을 정도로 높아졌고 한자는 국어에서 새로운 단어를 만들 수 있는 조어력을 얻게 되었다.

(2) 20세기 이후의 외래어

20세기에 들어서면서 서양의 언어로부터 외래어가 들어오기 시작했다. 한편으로 일본의 식민지에 놓이게 되면서 일본어의 어휘가 국어 속에 침투하기 시작했다. 일제 말기에는 일제가 국어 말살 정책을 펴면서 일본어 자체가 밀려 들어왔는데 그 여파는 컸다. 광복 후에도 우리말 속에는 일본어에서 온 어휘가 상당히 뿌리 깊게 남아서 사용되었다. 일상 생활에서 쓰인 외래어

의 예를 들면, 식생활 분야의 '닌징', '다마네기', '변또', '스시', 의생활 분야의 '쓰봉', '에리', '와기', '자부동' 등을 들 수 있다. 그러나 이들 어휘는 지금은 거의 사라졌다고 해도 과언이 아니다. 우선 국어사전에서 이들 어휘들이 사라졌다. 사전 편찬자들이 국어 어휘로 간주하지 않아서 국어사전에 수록하지 않은 것이다.

그러나 지금도 인쇄, 봉제, 건설 등 각종 전문 분야에서는 일본어 어휘가 꽤 쓰인다. 이를 순화하는 작업은 지금도 계속되고 있다. 그 결과 점차 전문 분야에서도 일본어 어휘의 사용은 줄어들고 있어 보인다.

일본어의 잔재가 점차 사라졌으나 그 자리에 영어나 프랑스어로부터의 차용이 급속히 이루어졌다. 이미 일제 시대부터 써 오던 외래어가 광복 후 미군이 진주하고 미국의 영향을 강하게 받으면서 영어 단어가 국어 속에 침투해 들어온 것이다.

시간을 다시 거슬러 올라가서 1900년대 초기부터 서양에서 들어온 외래어가 어떠했는지 살펴본다. 박영섭(1994)에 따르면 1900년대에 나온 신소설에서 오늘날의 '테이블'이 '텔블', '테블', '데이블'의 꼴로, 오늘날의 '프록코트'가 '후록코트', '후루코투', '후룩고투', '후록코투'로 나타난다고 한다. 또 '호텔', '잉크', '콤마', '톤', '하이칼라'와 같은 말이 이미 그 때에 나타난다고 한다. '커피'는 1908년의 '대한매일신보'에서 '가비'로, 1909년의 '신한민보'에서는 '카피'로, 1902년의 '그리스도신문'에서는 '커피'로 나온다. 그러나 1910년 이전의 문헌에서 발견되는 서양 언어에서 온 외래어의 수는 미미한 수준이다.

1920년에 창간되어 1926년 폐간된 '개벽'에는 '키쓰', '호텔썬이', '썬-도',

‘포켓트’, ‘싸이레도’와 같은 말이 나온다. 1936년 이종국이 지은 ‘모던조선의 래어사전’은 가히 외래어의 보고라 할 정도로 외래어의 사용 실태를 잘 보여 주고 있다. 그런데 이 사전에 오른 표제어 중에는 용례는 물론이고 표제어가 사용된 문헌을 밝히지 않은 것도 있어서 과연 실제로 사용되었는지 의심스러운 외래어도 적지 않다. ‘글립프쓰’, ‘네글렉트’ 같은 표제어가 그런 예들이다. 그러나 출전이 밝혀진 외래어 중에 ‘콘트리뷰-숀’, ‘해피네스’, ‘헌드레드’와 같은 것이 있음을 볼 때 당시 지식인 계층 일부에서 얼마나 무차별 외국 말을 섞어서 썼는지 짐작할 수 있다.

이태극(1956)은 1955년 서울 거리의 간판을 조사한 결과를 내놓았는데 ‘밀크홀’, ‘나이스텔러’, ‘아이스칸디’ 등과 같은 말이 쓰였다고 보고했다. 대신에 오늘날 널리 퍼진 ‘커피숍’, ‘헤어숍’ 등의 말은 전혀 안 나타나고 대신 ‘다방’, ‘미장원’이라는 표현이 쓰였다고 했다.

60년대 이후 시간이 흐를수록 영어로부터의 외래어 유입은 늘어만 갔다. ‘피자’, ‘뷔페’, ‘바비큐’, ‘샐러드’, ‘스테이크’, ‘소시지’, ‘소스’ 등의 식생활과 관련한 말, ‘루주’, ‘립스틱’, ‘삼푸’, ‘린스’, ‘메이크업’, ‘팩’, ‘무스’ 등과 같은 미용과 관련한 말은 대체로 비교적 최근에 널리 퍼진 말이다.

정보 통신 분야의 외래어 증가도 눈에 띈다. ‘컴퓨터’, ‘하드웨어’, ‘소프트웨어’를 비롯해서 ‘인터넷’, ‘웹’, ‘모뎀’, ‘채팅’, ‘사이트’, ‘홈페이지’, ‘웹브라우저’, ‘웹마스터’와 같은 말이 순식간에 널리 퍼지게 되었다. 이러한 말들은 번역을 시도할 틈도 없이 언중들 사이에 퍼져 버렸다. 앞으로도 정보 통신 분야를 비롯해 첨단 분야의 외래어 증가는 계속되리라 보인다.

외래어 증가와 관련하여 심각한 문제는 꼭 필요해 보이지 않는 말들의 확

산에 있어 보인다. 불필요한 외래어의 수입은 언론 매체가 앞장서는 느낌이 있다. 신문과 잡지, 방송 매체 등은 대체로 외래어 확산에 적극 앞장서고 있다. '섹션 신문'이란 말은 언론에서 퍼뜨린 말이다. 처음엔 낯설던 말도 요즘엔 귀에 익어 꽤 자연스럽게 들리게 되었다.

신문의 면 이름을 외래어 아닌 영어로 쓰는 것도 최근 몇 해 동안 생겨난 일이다. '오피니언', '미즈 & 미스터', '굿모닝 이코노미', '굿모닝 스포츠', 'Money and Money', 'Hello Job' 등이 몇 가지 일간 신문의 면 이름이다.

방송 프로그램 이름의 외국어 사용도 만만치 않다. '뉴스 네트워크', '뉴스 라인', '뉴스 굿모닝 코리아', '출발 모닝와이드', '뉴스퍼레이드', '나이트라인', '모닝데이트', '스타뮤직쇼', '리얼TV'는 공중파 텔레비전 방송의 프로그램 이름이다. 케이블 텔레비전의 이름으로는 m.net, DCN, CTN, OUN, KCTS, KMTV, BTV 같은 영문자만으로 된 것이 있고 '캐치원', '투니버스', '리빙TV', 'LG홈쇼핑' 같은 외국어로 된 것도 있다. 케이블 텔레비전의 프로그램 이름은 더욱 외국어 냄새가 짙다. '팔콘과 스노맨', '굿바이마이프렌드2', '리빙투데이', '에퀴독스 시리즈', '네트워크 다큐', '센스업 인테리어', '사이언스 카툰', '잉글리시 홈', '패밀리 앨범 USA' 등이 그런 예이다.

잡지의 제목도 외국어 사용 경향이 심하다. 'Feel', 'News+', 'Elle', '마리끌레르' 등은 대부분 로마자로만 제목을 쓰거나 한글이 있더라도 아주 작게 표시되어 있을 뿐이다.

회사 이름의 외래어 사용은 매우 뚜렷한 현상이다. 외래어와 외국어의 구별이 늘 그렇게 뚜렷하지만은 않지만 회사명은 아예 완전한 외국어를 사용한 예를 쉽게 찾을 수 있다. 특히 정보통신 분야의 기업 이름은 주로 외국어

이다. '웹인터내셔널', '자네트시스템', '어필텔레콤', '터보테크' 등은 그 중의 일부 예에 지나지 않는다. 회사명은 외국 문자로 표기하는 경향도 강하다. 'SK telecom'은 하나의 회사명이다. LG는 언제나 'LG'로 표기한다.

3. 맺음말

중국에 사는 우리 동포들이 한국에 와서 제일 놀라는 것이 외래어가 너무 많다는 것이다. 뜻을 이해할 수 없는 말이 너무 많다는 것이다. 그러면서 한국의 언어 현실을 무척 개탄스럽게 여긴다. 이들의 반발을 전적으로 옳다고 수용할 수는 없다 하더라도 이들의 눈에 외래어가 너무 많게 비치는 점을 곰곰이 돌이켜 볼 필요는 있다고 본다.

언중은 외래어를 멀리하려는 원심력과 자꾸 새 외래어를 끌어들이려는 구심력을 동시에 지니고 있다. 언뜻 모순되어 보이지만 그것이 바로 우리의 언어 현실이다. 이미 국어에 귀화된 말은 말할 것도 없고 국어에 없던 새로운 외래어의 사용도 대개는 피할 수 없는 경우가 많다. 똑같은 뜻의 고유어나 한자어가 있으니 외래어를 쓰지 말고 고유어나 한자어를 쓰자고 하는 주장도 있지만 완벽하게 똑같은 뜻의 말은 대개 찾아보기 어렵다. 언어의 순수성을 고집하는 것은 마치 물은 증류수가 좋다는 것과 별로 다를 바가 없어 보인다. 외래어는 국어 어휘를 풍부하게 해 주는 면이 있음을 잊지 말아야 한다. 그렇다고 덮어 놓고 새 외래어를 받아들여 쓰는 것이 좋다는 것은 아니다. 외래어가 점차 늘어나고 있음은 우리 국어가 외래어를 필요로 하기 때문에 생겨난 일임을 인식할 필요가 있다는 뜻이다. 국어의 모든 현상은 언중

이 만들어가고 있고 언중이 만들어가는 언어 현실을 개탄하는 것은 의미 없는 일이다. 다만 언론 매체나 기업이 앞장서서 낱설고 낯설어도 않은 외국어를 전파하는 것은 경계할 일이고 비판 받아 마땅하다 하겠다.

참 고 문 헌

- 강신항(1985). 「근대화 이후의 외래어 유입 양상」. 『국어생활』 제2호. 국어연구소.
- 김민수(1984). 『국어 정책론』. 탑출판사.
- 김세중(1996). 「서양에서 들어온 말」. 『한국신문방송말글변천사』 하. 한국프레스센터-한국교열기사회.
- 남풍현(1985). 「국어 속의 차용어」. 『국어생활』 제2호. 국어연구소.
- 박영섭(1994). 『개화기 국어 어휘자료집 2(신소설편)』. 서광학술자료사.
- 유만근(1985). 「다른 나라에서의 외래어 수용 양상」. 『국어생활』 제2호. 국어연구소.
- 이기문(1991). 『국어 어휘사 연구』. 동아출판사.
- 이태극(1956). 「거리의 한글 표정(表情)」. 『한글』 제119호.