

널리 쓰이는 외래어와 외국어

강신항

성균관대학교 국어국문학과 명예교수

1. 서로가 다른 언어생활

사람은 어느 한 시기에 한 지역에서 여러 사람들과 함께 살고 있더라도 자세히 살펴보면, 모두가 다 똑같은 말을 하면서 살고 있는 것이 아니다. 우선 환경이 다른 곳에서 자란 사람들은 성장 후의 말씨도 서로 다르다.

여기서 말하는 ‘말’이란, 언어의 세 가지 요소인 음운, 어휘(의미), 어법 가운데서 주로 어휘를 말하는 것이다. 그러므로 ‘말이 다르다’는 것은, 각자의 어휘 사용이 다르다는 뜻이다.(그렇다고 방언의 차이로 모음을 달리 발음하고 독특한 어미를 사용하는 것을 부인하는 것은 아니다.)

이제 어휘의 차이를 살펴보기로 하자. 가령 연구생활에 종사하는 사람은, 신문도 사설 정도나 읽고, 시장이나 백화점 같은 곳에 들르는 일도 거의 없을 것이므로, 이런 사람이 사용하는 어휘는 학술용어가 중심이 될 것이다. 상인들은 상품이름이나 흥정에 관한 어휘를 많이 사용하고, 법조계 사람들은 법률 관계 어휘를, 요식업자(料食業者)들은 음식 관계 재료나 요리 방법, 음식이름에 관한 어휘를 밤낮으로 사용할 것이다. 군인들은 군대 장비나 훈련에 관한 어휘, 군대 내무반 생활과 관련이 있는 어휘를 많이 사용

하고, 학생들은 교과목이나 강의 내용에 관한 어휘를 주로 사용한다. 그리고 군인과 학생 사회에서는 생기 발달한 기풍을 반영하여 세상을 풍자하는 신어(新語), 유행어(流行語), 비어(卑語)를 발달시킨다.

그리하여 결국 사람이란, 자기가 속해 있는 직업이나 생활환경에 따라서, 사전에 수록되어 있는 50만 단어 가운데에서, 자기가 필요로 하는 어휘를 골라서 쓰는 것이라고 할 수 있다.

이 글에서 다루려는 ‘외래어와 외국어’ 사용 문제도, 위에서 설명한 바와 같은 견지에서 보아야 된다. 한국학 관계 연구에 종사하고 있는 사람은 하루 종일 거의 외래어나 외국어를 사용하지 않을 것이고, 은행이나 증권회사, 무역회사나 백화점 등에서는 필요에 따라 외래어와 외국어를 사용하는 일이 많을 것이다.

오늘날 신문 등 일부 출판물이나 길거리의 간판 등에 외래어와 외국어가 많이 쓰이고 있는 것은 사실이다. 이러한 현상을 일부 논자(論者)들은 ‘국어의 위기’라 한다. 이제 여러 면으로 실태를 고찰해 보기로 하겠다.

2. 우리가 쓰고 있는 외래어와 외국어의 실태

오늘날 이 지구상에는 약 200개국어 독립되어 있고, 약 5천 내지 6천 7백 개의 언어가 쓰이고 있다고 한다. 그러나 이들 언어 가운데 전통적으로 순수한 고유어만을 사용해 오고 있는 언어는 극히 드물 것이다.

지구상의 모든 민족은, 좋거나 싫거나 다른 민족과 접촉해 오면서 살아왔거나 지금도 살고 있다. 때로는 우호적으로, 어떤 경우에는 전투를 통해서 정복을 하기도 하고, 정복을 당하기도 했다. 이와 같은 접촉 과정에서 문화수준이 동등하더라도 서로의 언어가 영향을 주고 받기도 하고, 문화수준이 높은 쪽의 문물(文物)과 이와 결부된 어휘가 문화수준이 낮은 쪽으로 흘러 들어가기도 했다. 지난날 19세기 전반기까지 우리 겨레가 이웃나라 중국과 지내온 형편이 이러한 예에 속할 것이다.

다음은 침략으로 말미암아 정복되어 정복자의 언어사용을 강요당한 경

우다. 20세기 초에 우리 강토는 일본에 강점당하여, 그들의 언어를 공용어(公用語)로 쓴 시기가 있었다. 그리하여 이 시기에 일본어라는 외국어는 우리 겨레의 말속에 상당히 많은 양이 스며들어 왔었다.

이리하여 이 언어와 저 언어가 접촉하게 되는데, 여러 언어에서 외국어를 받아들여 외래어화하여 사용하는 방식에는 두 가지가 있다.

표음문자를 쓰는 언어에서는 외국어의 원음을 그대로 받아들였다가 자기 언어의 음운 체계에 맞도록 변형시켜서 외래어로 쓰는 경우가 많다. 이윽고 나라인 일본어의 경우가 이에 속한다. 한편 한어(漢語, 중국어)와 같이 표음성도 가지고 있으면서 표의성이 강한 한자(漢字)를 쓰고 있는 언어에서는 외국어를 의역(意譯)하여 외래어로 받아들인 예가 많다. 그렇다고 한어는 모든 외국어를 의역해서 받아들이고, 일본어는 음역(音譯)해서 받아들이는 것이 아니다. 두 언어에 다 음역 외래어와 의역 외래어가 있다. 다만 어느 쪽의 비율이 더 큰가 하는 차이가 있을 뿐이다.

보기

일본어	음역	color print	가라뿌린또
		seat belt	시-도베루또
	의역	catcher	捕手
		gallery	回廊·畫廊
한어	음역	Olympic	奧林匹克 Àolínpǐkè
		Vitamin	維他命 wéitāming
	의역	ice box	冰箱 bīngxiāng
		electric energy	電能 diànnéng
		elevator	電梯 diāntī
		movie	電影 diānyǐng

그러면 우리의 거리는 어떠한가를 보기로 하겠다.

1.1. 거리의 간판

다음의 예는 서울시 종로구 혜화동 로터리로부터 대학로에 있는 지하철 4호선 혜화역 4번 출구까지, 겨우 100미터 거리에서 볼 수 있는 간판들의 표기다.

로마자글자 · 영어단어

2F TV.	Baskin Robbins	Bing Bing
Black Beer	Bank	Campus
Colossus	CAN	Coffee
Cocktail	Drink	Food
Hof	Hunters Cabin	Hollys Coffee
Happy Liquor pia	IGUANA Deli	Jazz
Kim & Johnson	Live Bar	Life style
Ling	Open Rock	Roasted Chicken
subway	since	silver watch Accessory
TABLA	The Body Shop	The Curry World
Woodrock		

한글로 표기된 것

드라마	미디어*	밀레니엄	보드게임
베이커리	스티커	썬티원아이스크림*	샌드위치
아르바이트	위스키	오픈	쥬스*
커피	케익*	컴퓨터	카페
카레			

* ‘미디어’는 ‘미디엄’이, ‘썬티원아이스크림’은 ‘서티원아이스크림’이, ‘쥬스’는 ‘주스’가 ‘케익’은 ‘케이크’가 현행 외래어 표기법에 맞다. (편집자 주)

위에서 보인 바와 같이 길거리의 간판은 온통 영어단어가 로마글자로 그대로 쓰이고 있거나, 한글로 표기되어 있다.

커피 이름도 참으로 다양하다. 다음은 근처에 있는 찻집의 커피 이름이다. 영어 이름과 함께 한글로 적혀 있는 것이 특색이다. 이 밖에 여러 음료 이름이 있으나 생략한다.

Blend Coffee

Mild Coffee	마일드 커피
Blend Coffee	블렌드 커피
Strong Coffee	스트롱 커피
Espresso Coffee	에스프레소 커피
Royal Blend Coffee	로얄블렌드 커피
Iced Coffee	아이스커피

Straight Coffee

Colombia	콜롬비아 커피
Mocha	모카 커피
Special	특선 커피
Kilimanjaro	킬리만자로 커피

Hot Variation (핫 베리에이션)

Cappuccino	카푸치노 커피
Café Vienna	비엔나 커피
Café Latte	카페라테 커피
Latte Macchiato	라테 마키아토 커피
Irish Coffee	아이리쉬 커피
Kahlua Coffee	칼루아 커피
Caramel Café Mocha	카라멜 카페 모카 커피
Cocoa	코코아

Ice Variation (아이스 베리에이션)

Cappuccino Freddo	카푸치노 프레도
Iced Vienna	아이스 비엔나 커피
Iced Café Mocha	아이스 카페 모카
Iced Cocoa	아이스 코코아
Caramel Frappuccino	카라멜 프라푸치노
Iced Caramel Café Latte	아이스 카라멜 카페라테

젊은이가 넘쳐 흐르는 대학로 거리라는 특수성 때문인지, 거리의 간판은 거의 다 외래어와 외국어로 표기되어 있다. 아마도 젊은이들은 이렇게 종류가 많은 커피를 구별해서 마시고 있을 것이다.

길 건너 '피자'집의 광고문을 보기로 하겠다.

로마글자 : Pizza	Double Crust Seafood
New Set Menu	Cinna Stix Set Menu
Side Dish & Beverage	
한글표기 : 더블크러스트 시푸드	이탈리아 프렌치
울스타 슈퍼슈프림	포테이토 슈퍼디럭스
베이컨 체다치즈	치즈 크러스트 피자
리치 골드 피자	애피타이저

이것으로 생략하거니와 20여 종의 음식이름이 더 있다. 이곳에 출입하는 사람들이 이렇게 많은 음식이름을 다 알고서 시켜서 먹고 있는지 알 수 없으나, 빈 자리가 없을 정도로 꽉 찬 자리에 앉아서, 여러 가지 음식을 들고 있다.

여기에서는 젊은이가 많이 모여드는 거리의 간판과 음식점의 음식이름을 살펴보았는데, 얼마나 많은 외래어와 외국어가, 로마글자나 영단어로 표기되어 있는가 하는 모습을 보여 주고 있다.

이 밖에도 시내 여러 백화점에서 나열되고 있는 상품이름을 다 예로 든다면, 한 권의 책으로 기록해도 모자랄 것이다. 그래서 상품이름은 이쯤으로 하고 여러 출판물의 실태를 보기로 하겠다.

1.2. 출판물

다음은 각종 출판물에서 외국어와 외래어를 사용하고 있는 예다.

<A일보 2003. 11. 15. 1면>

로마자글자로 표기된 것(광고 포함)

A B BNP kg KCC LG SK
UDCA Forbes Korea CAPITALIST TOOL Week

한글로 표기된 것

그룹 뉴스 비타민 비즈니스 엘리베이터 쿠데타
테러 테러리스트 프로 프로그램 펀드

일간 신문의 1면에는 로마글자나 한글로 표기된 예가 아주 적다. 그러나 경제면(18페이지)은 실정이 다르다.

<A일보 2003. 11. 15. 경제면(18페이지)>

로마자글자로 표기된 것

DM GD GMT IR kg KTF
LG LTV mm PD-G SK T.G.I

한글로 표기된 것

그룹 가스 디자인 달러 메뉴 메세나
마케팅 배럴 스타일링 시스템 스테이크 서비스
세트 센터 세일 세미나 사스 시리즈
이벤트 아이스크림 엔진 와인 아트홀 오페라
아트 컨소시엄 타깃 테러 텔링크 팀
프로모션 펌프 프라이데이 호텔 홈페이지 하우스

고유명사

보졸레 누보 디아지오코리아 발렌타인 마르쉐
롯데마트 이마트 윌로펌푸

다음은 될 수 있는 대로 고유어로 표기하고 있는 ‘B신문’의 예이다. 이 신문에서는 외래어와 외국어가 거의 쓰이지 않고 있다. 2003년 11월 13일자 신문 가운데 표본으로 펼쳐 본 3~4페이지를 보면 광고란에 Cars love S-oil과 tirebank가 나타날 뿐 로마자로 표기된 영어단어가 없고, 외래어도

그룹, 서비스, 에너지, 컨센서스, 로드맵, 인터넷

등 몇 개 되지 않는다. 29페이지의 경제 난도 별 차이가 없다.

로마자·영어단어	SK, LGT, Economy
외래어	그룹, 오너, 아파트, 포인트, 호텔, 서비스, 텔레콤, 커스터머, 스피드, 마케팅.

그리고 이 신문에서는 로마글자로 이니셜만 표기되어 있는 특정 회사의 이름까지도 한글로 표기하여, 로마자가 노출되어 있지 않은 것이 특징이다.

SK → 에스케이, KTF → 케이티에프

위의 신문에 비하여, ‘Focus’라는 신문에는 온통 로마자와 외래어 투성이다.

<Focus 2003. 11. 14.>

로마자 :	KBS	SK	MSU	UIP
	km	Korea	news in brief	
외래어 :	뉴스	뉴타운	디스크	데일리포커스
	리그	로맨틱	러브 액추얼리	서비스
	이미지	업그레이드	컨디션	테러
	코미디	포커스	패러다임	

같은 신문의 ‘metro’ 난의 두 페이지에 나타난 예는 다음과 같다.

로마자 :	LG	SK	PC	LCD	SD
	ID	KTF	IMT	mm	
	metro	Korea	click	Quote of the day	
	news line	weather	November	Friday	
	Saturday	Sunday	Surprise		
외래어 :	개그맨	노트북	디지털	데이터	메뉴
	메모리칩	메일	비디오	베이비백	버팔로왕
	바이오	슬립	시리즈	실리콘(칩)	사이트
	셀프	서비스	올림픽아드에너지		인터넷
	윈도	채팅	칼텍스	케이스	카메라
	카페	크림	카드	콤팩트플래시	컨테스트
	테마	포인트	플라스틱	핌	패밀리
	플래시				

다음은 ‘월간C’ 2002년 6월호 408~448페이지를 보면, 기사의 지문에는 40페이지라는 분량에 비하여 로마글자나 외래어의 예가 드물다. 중간에 끼어 있는 두 페이지의 광고에만 로마글자가 많이 나타나 있다.

광고

로마자 :	V.S.O.P	cm	PC	VCR	DVD
	CCTV	HDTV	TET-LCD	WALL	
	BOMOON	COGNAC	CAMUS	CAMERA	
	Cable TV	GRAND	On-line	Off-line	
	E-Mail	Enjoy your lifestyle			

본문

로마자글자 :	PX	mm	KBS	CIA	CPX	NHK
외 레 어 :	도미노	디스플레이	러닝메이트	로맨스	라인	
	메시지	모델	미사	미스터	메신저	
	비자	비디오	사인	스케일	센터	
	시스템	월드컵	인터뷰	에피소드	인텔리	
	예스	엘리트	인치	키워드	컴퓨터	
	케이크	쿠데타	타이틀	파트너십	피아니스트	
	팬	파티	포럼	피아노	호텔	
	해프닝	하우스				

여러 종류의 출판물 가운데에서도 신문과 잡지에 따라서, 로마글자와 외래어 사용의 정도가 다름을 보여 주고 있다.

1.3. 컴퓨터 등

오늘날의 우리 사회는 완전히 컴퓨터 시대가 되어 버린 듯하다. 어린이로부터 어른에 이르기까지, 컴퓨터, 채팅, 홈페이지, 인터넷, 이메일, 프로그램, 키보드, 웹진, 파일, 포털 사이트, 커뮤니티 서비스 등 외래어인지 외국어인지 구별을 할 수 없을 정도로 일반적으로 쓰이고 있다. 근래 컴퓨터가 널리 보급되자, 이와 관련된 어휘도 급속도로 확산되어, 우리 언어생활에서 큰 비중을 차지하게 되었다. 또 컴퓨터 관련 어휘로 신조어(新造語)를 만들어내고, 이를 이니셜만 가지고 약어로 쓰기도 한다. 몇 예만 들어 보겠다. 설명은 생략함.

CALS : Commerce At the Light Speed

WSP : Web-hosting Service Provider

ISP : Internet Service Provider

CGI : Common Gateway Interface

네티켓 : 네티즌+에티켓

멜진 : Mail+Magazine

사이버 머니, 사이버 캠퍼스, 스팸 메일 (이하 생략)

이 밖에 젊은이들의 통신언어에서 ‘말장난’이 유행하고 있다.

바이 : Bye → 바2

하이 : Hi → 하2

열심히 → 10C미

are you → Ru

알겠지 → R겠G

그런데 → 근D

알지 → RG

그러나 이러한 ‘말의 유희’는 극히 일부에서 쓰이고 있고, 건전한 언어 생활에서는 쓰이지 않는다.

3. 특수 분야에서 쓰이고 있는 외래어와 외국어

이상 주로 표기되어 있는 자료를 중심으로 해서 살펴보았는데, 역시 특수 분야에서 외래어와 외국어가 많이 쓰이고 있음을 알 수 있다. 그러나 이들조차도 우리의 일상적인 대화에서 그대로 많이 쓰이고 있는지는 의문이다. 아마도 몇 마디를 제외하고는 거의 안 쓸 것이다. 같은 신문이라고 하더라도, 1면이나 2면에는 외래어와 외국어(고유명사 제외)가 그다지 많이 나타나지 않는다. 또 월간지에서도 별로 나타나지 않음을 알았다. 따라서 외래어와 외국어는 역시 과자 이름, 상품 이름, 식품 이름, 컴퓨터 분야, 그리고 교통 관계 차량들의 이름, 스포츠 분야, 무역 업계, 여행사, 은행계 등에서 널리 쓰이고 있을 뿐이다. 그것도 대부분은 글자로 표기된 서사 언어다.

그러면 외래어와 외국어는 왜 사용하는가?

한마디로 말해서 필요하기 때문에 쓰는 것이다. 또한 새로운 문물이나 개념을 일일이 우리말로 옮길 수 없기 때문이다. 우리 겨레가 천여 년 동안 써 와서 이제는 완전히 우리말의 어휘가 되어 버린 한자어도 원래는 외래어였다.

19세기 이후 우리의 전통적인 생활에는 없었던 문물(文物)이 외국으로부터 들어오거나 외국을 모방한 새로운 기구가 생겼을 때, 외국 문물을 표현할 수 있는 적절한 우리말이 없을 때에는 함께 따라온 이름을 원음대로 그대로 사용하거나 의역해서 사용했다. 19세기 이래로 우리 겨레는, 일본이나 청나라 등 중국에서 의역한 수많은 한자어(기선, 철로, 전화, 명사, 대명사, 철학, 경제 등)를 받아들여서 사용해 왔다. 본래 표의문자를 쓰는 중국어에서도 한자의 표음성을 살려서 되도록 음역하려고 했다.

피자	匹薩餅	pǐsàbǐng
위스키	威士忌	wēishìjī
엔진	引擎	yǐnqīng

그러나 한자의 표음성을 살려서 음역어를 만드는 일은 매우 힘든 일이다. 그래서 중국어에서는 음역어보다는 의역어를 더 많이 만들었다.

아치	拱門	gǒngmén
아몬드	扁桃	biǎntáo
아파트	公寓	gōngyù
방가로	簡易客房	jiǎnyì kèfǎng
센터	中心	zhōngxīn
피크	山頂	shāndǐng
피아노	鋼琴	gāngqín

이러한 중국어에 비하여 표음문자를 쓰는 한국어와 일본어에서는, 근래에 와서 음역을 주로 하여 음역 외래어가 넘쳐나게 된 것이다. 왜냐하면 외국어를 의역하여 의역어를 만드는 일이 매우 어렵기 때문이다.

말은 시대에 따라서 변한다. 특히 어휘가 바뀐다. 영감, 침지, 감사, 사또가 안 쓰이게 되고 장관, 경감, 기획조정관 등이 쓰이게 되었다. 시루떡, 밀떡, 빈대떡뿐 아니라, 짬뽕, 난자완즈와 함께, 새로 들어온 피자, 스파게티에다가 스테이크, 돈까스까지 먹게 되었다. 그렇다고 우리가 그 많은 음식이름이나 백화점 상품명어를 다 알아야 되는 것도 아니고, 다 알 수도 없거니와, 필요한 사람만 알면 되는 것이다. 또 다 우리말로 바꿀 수 있는 것도 아니다.

따라서 외래어와 외국어가 범람해서 우리말이 위기에 처했다고 말하는 것은 좀 지나친 표현이다. 외래어 사용으로 국어 어휘 사용이 풍부하게 되었다고 보는 것이 좋을 것이다. 요즈음 세상이 변해 가는 속도는 앞 시대의 10년 동안에 이루어진 결과가 겨우 몇 달 사이에 이루어지는 듯이 보인다. 그만큼 우리말 어휘의 변화도 빠르다. 8·15 광복 이후 우리 주위에서 흔히 들을 수 있던 일본어 계통의 어휘도, 이제는 영어 계통의 어휘로 자리를 바꾸어 가고 있다. 이와 같은 현상도, ‘우아기’가 ‘윗도리’로, ‘즈봉’이 ‘바지’로, ‘시보리’가 ‘물수건’으로, ‘다마네기’가 ‘둥근파(양파)’로 바뀌었듯이, 앞으로 차츰 우리 고유어로 바뀔 수 있을 것이다. 이렇게 되려면, 우리 겨레 전체가 꾸준히 노력해야만 성과를 거둘 수 있다. 그 사이에도 ‘페이지’는 ‘쪽’으로, ‘인덱스’는 ‘찾아보기’로 되었으나, 날마다 밀물듯이 몰려오는 외국어나 외래어를 어떤 개인의 힘으로 막아내기는 힘들 것이고, 또 그렇게 하기도 어려울 것이다. 그래서 외국어의 원음을 그대로 살리는 ‘음역 외래어’를 쓰게 되는데, 관련을 가지고 있는 여러 국가기관 같은 데서 이를 걸러내는 작업을 거친다면 음역 외래어는 훨씬 줄어들 것이다. 이러한 작업이 힘든 일임은 말할 것도 없다. 그래서 의역하다 보면 결국 새로운 한자어를 만들어 내는 경우가 많다. 이것은 한자가 가지고 있는 표의성과 간결성에서 오는 결과다. 그러므로 우리 고유어를 더 많이 공부해서 순수한 고유어로 의역하는

노력을 꾸준히 계속해야만 좋은 의역어를 만들어 낼 수 있다.

4. 언제부터 로마글자와 영어단어는 국자(國字)가 되었는가?

그러나 외래어나 외국어 표기에 대하여 한 가지 중요한 사실을 지적하지 않을 수 없다. 그것은 이상에서 살펴본 바와 같이, 로마글자(흔히 말하는 英文字)가 여러 출판물과 길거리의 간판에 버젓이 쓰이고 있다는 점이다. 또 이 글자로 표기된 영어 단어나 짧은 글이, 아무런 거리낌없이 당당히 신문·잡지·간판에서 쓰이고 있다. 말하자면 그 동안 천 년 이상 써 온 한자(漢字)를 밀어내고, 그 자리에 로마글자가 들어앉아 버린 것이다.

그런데 우리는 그 동안 한 번도 로마글자나 영어단어를 국자로 쓰자는 논의를 했다는 이야기를 들어본 일이 없다. 참으로 괴상한 현상이라고 아니할 수가 없다.

우리의 언어생활과 밀접한 관계를 말하라고 한다면, 한자나 한자어는 로마자나 영어 단어보다 훨씬 우리에게 가깝다. 비단 한자를 천 년 이상 빌려 써 오고 있기 때문만이 아니다. 19세기 전반기까지 한자로 기록하는 한문(漢文)을 공용문서로 써 왔기 때문에, 아지 못하는 사이에 우리말 속에 자연스럽게 녹아들어온 한자어가 참으로 많다. 특히 추상적인 개념을 나타내는 단어는 거의 한자어다. 이러한 현상이 이제는 영어 단어가 이를 대신하는 듯이 쓰이고 있다. 그러나, 아직 영어 단어는 우리말 속에 녹아들어올 정도의 위치에 있지는 않다. 비록 수십 년 동안 학교에서 영어교육을 실시해 오고 있으나, 일상 용어에서 일반 사람이 자연스럽게 쓰고 있는 단어는 ‘컨디션’, ‘데드라인’, ‘미스’, ‘마스터 플랜’ 등 쉽게 헤아릴 수 있을 정도다. 이런데도 여러 출판물이나 길거리의 간판에서 로마글자로 영어단어 등 외국어를 버젓이 쓰는 것은, 로마글자가 국자로 인정을 받고 나서야 할 일이다.

또 하나, ‘F’나 ‘KT’니, 심지어 ‘에프’, ‘케이티’, ‘에스케이’ 하는 식으로 어떤 단어의 첫 글자만을 표시하는 것은, 읽는 사람이 그 단어를 이미 알고

있다는 것을 전제로 하는 표기 형식이다. 한자는 표의문자이므로, ‘停’이라 하면 그 뜻을 알 수 있으나, 로마글자로 ‘P’라고만 써 놓으면 부호로서 통하기는 하겠으나 일반 대중이 다 알아볼 수 있는 것은 아니다.

이와 같이, 외래어는 자세히 관찰해 보면 우리 사회의 일부 계층에서 쓰이고 있다. 대부분의 사람들은 버스, 엘리베이터 등 극히 소수를 쓰고 있을 뿐이다. 통계를 내어 보아도 전체 어휘의 5퍼센트 정도다. 오늘날 우리의 언어생활에서 더 걱정스러운 것은, 우리말의 오용이다. ‘좋다라고’, ‘먹었다라고’ 등 ‘라고’의 남용, ‘할려고’, ‘먹을려고’ 등 ‘ㄹ’의 과용, 어른들의 품위 없는 말씨 등이 우리말을 더 어지럽히고 있다.