

MORPHOLOGICAL ADAPTATION AND SEMANTIC ASSIMILATION OF ANGLICISMS IN RUSSIAN AND KOREAN LINGUISTIC CULTURE

Olga Anatolyevna KIM

PhD in Philology, Senior Lecturer
Department of Korean Philology
Uzbekistan State World Languages University
Tashkent, Uzbekistan

МОРФОЛОГИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ И СЕМАНТИЧЕСКОЕ ОСВОЕНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ В РУССКОЙ И КОРЕЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Ольга Анатольевна КИМ

Кандидат филологических наук, старший преподаватель
Кафедра корейской филологии
Узбекский государственный университет мировых языков
Ташкент, Узбекистан

RUS VA KOREYS LINGVOMADANIYATIDA INGLIZCHA SO‘ZLARNING MORFOLOGIK MOSLASHUVI VA SEMANTIK O‘ZLASHTIRILISHI

Olga Anatolevna KIM

Filologiya fanlari nomzodi, katta o‘qituvchi
Koreys filologiyasi kafedrası
O‘zbekiston davlat jahon tillari universiteti
Toshkent, O‘zbekiston tideson@mail.ru

For citation (iqtibos keltirish uchun, для цитирования):

Ким О.А. Морфологическая адаптация и семантическое освоение англицизмов в русской и корейской лингвокультурах. // O‘zbekistonda xorijiy tillar. — 2025. — 11-jild, № 1. — В. 7-28.

<https://doi.org/10.36078/1740634352>

Received: December 14, 2024

Accepted: February 17, 2025

Published: February 20, 2025

Copyright © 2025 by author(s).

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Abstract. Modern processes of morphological adaptation and semantic assimilation of Anglicisms in Russian and Korean languages occur under globalization, digitalization, and social transformations. These processes shape unique mechanisms for incorporating borrowed vocabulary into the recipient language system and require detailed analysis from the perspective of their linguocultural specificity. Despite existing studies on borrowings, the issues of morphological integration and semantic transformation of Anglicisms in the context of these two languages remain insufficiently explored. The study employs descriptive, semantic, and comparative analysis methods. The material consists of examples of Anglicisms related to digital technologies, internet communication, and the media sphere, adapted into Russian and Korean languages. The analysis revealed that both languages tend morphological transformation of borrowed units, as well as their semantic expansion, which is implemented through language-specific word-formation mechanisms. It has been established that the semantic adaptation of Anglicisms is largely determined by sociocultural factors reflecting the peculiarities of the national worldview. The obtained results contribute to a deeper understanding of the interaction between morphological and cultural mechanisms in the process of Anglicism adaptation. They may be useful for further research in the fields of typology, linguoculturology, intercultural

communication, and lexicography.

Keywords: Anglicism; word-formation mechanisms; semantic adaptation; media lexicon; internet lexicon; linguistic-cultural specificity.

Аннотация. Современные процессы морфологической адаптации и семантической ассимиляции англицизмов в русском и корейском языках происходят под влиянием глобализации, цифровизации и социальных трансформаций. Эти процессы обуславливают специфические механизмы интеграции заимствованных лексических единиц в систему языка-рецептора, что требует комплексного анализа с позиций их морфологической структуры, словообразовательного потенциала и лингвокультурной специфики. Несмотря на значительное количество исследований, вопросы морфологической деривации и семантической трансформации англицизмов в сопоставительном аспекте остаются недостаточно изученными. В рамках исследования использованы методы описательного, семантического и сопоставительного анализа. Эмпирическую базу исследования составили англицизмы, заимствованные из сфер цифровых технологий (IT-индустрии), интернет-коммуникации (социальных сетей, мессенджеров) и медиадискурса (журналистики, рекламы, аудиовизуального контента) и адаптированные в русском и корейском языках на морфологическом и семантическом уровнях. Анализ выявил устойчивые тенденции к морфологической и семантической трансформации заимствований через специфические словообразовательные механизмы. В процессе адаптации заимствованные единицы могут подвергаться как семантическому сужению, при котором их значение в языке-реципиенте ограничивается определённой областью, так и расширению, приобретая дополнительные значения или оттенки, обусловленные коммуникативными потребностями носителей языка. Ключевым аспектом этого процесса является влияние социокультурных факторов, включая ускоренное развитие цифровых технологий и глобализационные процессы, которые способствуют динамичному формированию неологизмов и расширению продуктивных словообразовательных моделей. Полученные результаты углубляют понимание взаимодействия морфологических и культурных механизмов при адаптации англицизмов и могут быть полезны для дальнейших исследований в области типологии заимствований, лингвокультурологии, межкультурной коммуникации и лексикографии.

Ключевые слова: англицизм; словообразовательные механизмы; семантическая адаптация; медиалексика; интернет-лексика; лингвокультурная специфика.

Annotatsiya. Rus va koreys tillarida inglizcha soʻzlarning morfologik moslashuvi va semantik oʻzlashtirilishining zamonaviy jarayonlari globallashuv, raqamlashtirish va ijtimoiy oʻzgarishlar taʼsiri ostida sodir boʻladi. Ushbu jarayonlar chet tilidan olingan leksikani qabul qiluvchi til tizimiga kiritish uchun oʻziga xos mexanizmlarni shakllantiradi va ularning lingvomadaniy jihatlarini batafsil tahlil qilishni talab qiladi. Mavjud tadqiqotlarga qaramay, ushbu ikki til kontekstida inglizcha soʻzlarning morfologik integratsiyasi va semantik transformatsiyasi masalalari hali ham yetarlicha oʻrganilmagan. Tadqiqotda tasviriy, semantik va qiyosiy tahlil usullari qoʻllanilgan. Material sifatida rus va koreys tillariga moslashtirilgan, raqamli texnologiyalar, internet kommunikatsiyasi va media sohasiga

oid inglizcha soʻzlarning misollari keltirilgan. Tahlil natijalari shuni koʻrsatdiki, har ikkala tilda ham chet tillardan olingan birliklarning morfologik oʻzgarishiga hamda ularning semantik kengayishiga moyillik mavjud boʻlib, bu har bir tilga xos boʻlgan soʻz yasash mexanizmlari orqali amalga oshiriladi. Aniqlanishicha, inglizcha soʻzlarning semantik moslashuvi asosan milliy dunyoqarashning oʻziga xos jihatlarini aks ettiruvchi ijtimoiy-madaniy omillar bilan belgilanadi. Olingan natijalar inglizcha soʻzlarning moslashuvi jarayonida morfologik va madaniy mexanizmlarning oʻzaro taʼsirini chuqurroq tushunishga hissa qoʻshadi hamda tipologiya, lingvomadaniyatshunoslik, madaniyatlararo kommunikatsiya va leksikografiya sohalaridagi keyingi tadqiqotlar uchun foydali boʻlishi mumkin.

Kalit soʻzlar: anglizizm; soʻz yasash mexanizmlari; semantik moslashuv; media leksikasi; internet leksikasi; lingvokultural xususiyatlar.

Введение

Адаптация англицизмов в русском и корейском языках представляет собой сложный процесс, обусловленный глобальными языковыми изменениями, связанными с цифровизацией, массовой коммуникацией и культурными трансформациями. Изучение механизмов морфологической адаптации и семантического освоения англицизмов позволяет определить, насколько современные заимствования интегрируются в систему языка-рецептора и какие словообразовательные процессы обеспечивают их освоение.

Современные заимствования проходят несколько этапов адаптации: от фонетической и графической трансформации до морфологической интеграции, семантической ассимиляции и образования новых слов. Как отмечает Ю. А. Мельник: «Слова, появившиеся в контексте реальной ситуации, изменений жизни общества, отражают новые общественно-политические коллизии, технологические и иные новинки» [Мельник 2019: 66–67]. Например, в русском языке англицизмы активно осваиваются через следующие процессы:

— морфологическая интеграция с присоединением глагольных аффиксов: *гуглить* (от Google), *зумить* (от Zoom);

— калькирование, при котором сохраняется смысловая структура английского выражения: *дорожная карта* (от roadmap), *социальный лифт* (от social elevator);

— гибридизация, включающая заимствованный корень и словообразовательные форманты русского языка: *веб-страница* (веб- от англ. *web* ‘сеть’ + *страница*), *спортзал* (*спорт-* от англ. *sport* ‘спорт’ + *зал*);

— семантическое сужение, приводящее к ограничению значения заимствованного слова в языке-реципиенте, например: в английском языке *broker* обозначает любого посредника в сделках, будь то финансовый, страховой, биржевой агент, посредник в недвижимости или даже посредник в переговорах (*information broker* — ‘посредник в сфере информации’), в русском языке слово *брокер* употребляется преимущественно в значении ‘финансового’ или

‘биржевого посредника’, т. е. человек, который занимается куплей-продажей ценных бумаг, валют, товаров или страховых услуг; *смарт* (от англ. *smart* — ‘умный’, ‘элегантный’, ‘изящный’) в русском языке используется только в техническом контексте (например, смартфон, смарт-часы, смарт-карты);

— семантическое расширение, способствующее развитию значений слова и появлению новых в зависимости от контекста употребления. Например: *шеймить* (от англ. *to shame* — ‘позорить’, ‘стыдить’) в русском имеет значения ‘осуждать, критиковать, публично порицать’, часто без привязки к чувству стыда, также может использоваться в значении ‘негативно комментировать, критиковать’; *донат* (от англ. *donation* — ‘благотворительное пожертвование’) закрепился в русском языке в значении ‘пожертвование стримеру / блогеру/ игрокам в видеоиграх’, а также и ‘внутриигровые покупки’, *донатить* обозначает процесс совершения таких платежей.

Как отмечают Ким Джи Хён и Ли Хе Джин [Kim, Lee 2018], процесс заимствования в корейском языке включает двойную адаптацию: заимствованные слова интегрируются в традиционные словообразовательные модели и одновременно изменяются под влиянием культурных норм.

В современном корейском языке влияние английского особенно заметно в речи молодёжи. В отличие от письменной формы, где англицизмы адаптируются к фонетической системе корейского языка, в устной речи они часто сохраняют оригинальное английское произношение. Во многих случаях языковые клише воспроизводятся согласно фонетическим нормам английского, что отражает интенсивность языкового контакта, например: выражения "No problem", "Check it out", "Oh my god". Подобное явление наблюдается и в интернет-коммуникации, где транслитерированные англоязычные выражения встречаются в неформальном общении. Однако в письменной речи официального или академического характера заимствованные слова чаще подстраиваются под фонетические и грамматические нормы корейского языка, что свидетельствует о различиях в стратегиях адаптации заимствований в зависимости от коммуникативной ситуации. Адаптационные процессы англицизмов в корейском языке включают следующие:

— морфологическая адаптация через присоединение вспомогательного глагола 하다 [hada] *делать/сделать*, что позволяет заимствованному слову функционировать как глагол: 체크하다 [chekeuhada] (от check) ‘*проверять*’, 다운로드하다 [daunrodeuhada] (от download) ‘*скачивать*’;

— фонетическая адаптация, при которой заимствования приспособляются к корейской звуковой системе: 코멘트 [komenteu] (от comment) ‘*комментарий*’, 인플루언서 [inpeulluenseo] (от influencer) ‘*инфлюенсер*’;

— семантическое сужение, обусловленное: ограничением сферы употребления, когда слово заимствуется для обозначения конкретного явления или продукта (например, слово *cider* в английском языке обозначает любой яблочный напиток, включая как алкогольные, так и безалкогольные версии, а в корейском языке *사이다* [saida] ‘cauda’ означает исключительно безалкогольный газированный напиток, подобный лимонаду); в английском *chicken* обозначает как мясо, так и само животное, а в корейском языке *치킨* [chikin] ‘чicken’ означает только жареную курицу в панировке;

— семантическое расширение, при котором заимствованные слова приобретают дополнительные значения, соответствующие новым контекстам их употребления в языке-реципиенте: *카페* [kape] (от *café*) — не только ‘кафе’, но и ‘онлайн-сообщество’, *아이템* [aitem] (от *item*) — не только ‘предмет’, но и ‘ключевой аспект’, ‘значимый объект’;

— синтаксическая замена, когда заимствованные термины заменяются исконными выражениями: *좋아요를 누르다* [joayoreul pureuda] *нажать* «нравится» вместо *to like something*, *댓글을 달다* [daetgeureul dalda] дословно ‘прикреплять ответный текст’ вместо *to comment* ‘комментировать’.

Т. С. Мозоль заключает: «В результате действия принципа языковой экономии в языке-реципиенте могут происходить следующие изменения: 1) заимствованное слово заменяется эквивалентным словом принимающего языка; 2) происходит семантическая и стилистическая дифференциация между заимствованием и синонимом принимающего языка. Во втором случае происходит сужение или расширение семантического значения заимствованного слова, а кроме того может происходить коннотативный сдвиг в положительную (мелиорация) или отрицательную (пейоризация) сторону» [Мозоль 2023: 73].

Несмотря на обширные исследования словообразовательных процессов, влияние глобализации и цифровизации на адаптацию англицизмов остается недостаточно изученным. Так, в работе Т. С. Мозоль [Мозоль 2024] рассматривается процесс метафоризации заимствований в корейском языке, а в исследовании Е. А. Ефремовой [Ефремова 2021] анализируется феномен конглиша как лингвистического явления. Однако указанные исследования не рассматривают вопросы семантической адаптации заимствованных единиц в сопоставительном аспекте, а также не затрагивают анализ морфологических механизмов освоения англицизмов в русском и корейском языках.

Актуальность исследования обусловлена активными процессами заимствования и словообразования в русском и корейском языках под влиянием цифровых и социальных изменений. В современных условиях усиливается влияние англоязычной лексики, что приводит к интенсивной адаптации новых слов. Однако

механизмы интеграции англицизмов различаются в зависимости от культурных факторов, что требует дополнительного анализа.

Новизна исследования заключается в комплексном подходе к сопоставительному анализу словообразовательных процессов, включающем изучение социокультурных факторов, влияющих на морфологическую и семантическую адаптацию англицизмов.

Цель исследования — выявление особенностей морфологической адаптации и семантического освоения англицизмов в русской и корейской лингвокультурах.

Задачи исследования:

- выявить механизмы морфологической адаптации англицизмов в русском и корейском языках;
- провести анализ закономерностей семантической адаптации заимствованных единиц, в частности процессов их расширения и трансформации;
- исследовать влияние социокультурных факторов на формирование новых лексических единиц;
- осуществить сопоставительный анализ словообразовательных процессов англицизмов в русском и корейском языках.

Теоретическая основа исследования

Исследование базируется на работах, посвящённых изучению механизмов заимствования и словообразовательных процессов [Мозоль 2024; Ефремова 2021; Мельник 2019], а также вопросам формирования неологизмов и динамики языковых изменений в русском языке, освещающим тенденции появления новых лексических единиц в условиях языковых контактов [Радбиль и др. 2022].

Особое внимание уделено исследованию, направленному на изучение факторов, влияющих на морфологическую креативность в корейском языке в контексте социально-культурных трансформаций [Kim, Lee 2018], а также проблеме семантической адаптации заимствований в корейском языке [Ким, Оржеховская 2020; Yamada 2021] и периодическим исследованиям корейских неологизмов, проводимым Национальным институтом корейского языка [Национальный институт корейского языка 2020].

Материалом исследования стали более 50 заимствованных языковых единиц, адаптированных в русском и корейском языках, из различных сфер — цифровых технологий, интернет-коммуникации, медиа, маркетинга и молодежного сленга. Рассмотрены как морфологические механизмы адаптации англицизмов, так и их семантические трансформации в языках-реципиентах, а также влияние культурных факторов на процессы заимствования и их освоение.

Методы и методология исследования

В работе применены: описательный метод — для анализа структурных особенностей морфологической адаптации заимствованных слов, а также фиксации и классификации способов

их освоения в русском и корейском языках; культурологический анализ — для исследования влияния социокультурных факторов на формирование новых лексических единиц, их семантическую и функциональную трансформацию; сопоставительный анализ — для выявления сходств и различий в механизмах морфологической адаптации и семантического освоения англицизмов, что позволило определить типологические особенности их интеграции в языковые системы.

Процедура анализа включала несколько этапов: а) отбор материала — анализ научных публикаций, медиатекстов, блогов, интернет-ресурсов с целью выявления актуальных примеров заимствованной лексики; б) лексико-семантический анализ — определение структуры, значений и морфологических характеристик новых слов; в) сопоставительный анализ — изучение сходств и различий в механизмах морфологической адаптации и семантического расширения заимствований в русском и корейском языках.

Таким образом, проведенный анализ позволил выявить закономерности морфологической адаптации и семантического освоения англицизмов, а также определить роль социально-культурных трансформаций в их интеграции в русский и корейский языки.

Результаты исследования

Анализ заимствований в русском и корейском языках показывает, что механизмы их морфологической адаптации и семантического освоения различаются. В русском языке англицизмы активно включаются в продуктивные словообразовательные модели, подвергаются морфологическим изменениям и могут приобретать дополнительные значения. В корейском языке заимствованные единицы адаптируются через аналитические словообразовательные модели. При этом процесс адаптации обусловлен различными социокультурными факторами, которые определяют степень освоения и функциональные характеристики заимствованных слов в каждом языке.

Русский язык демонстрирует тенденцию к образованию производных форм от заимствованных слов путем аффиксации: «гуглить» → «загуглить» (от англ. *Google*), «скринить» → «заскринить» (от англ. *screen*), «кликать» → «кликнуть» (от англ. *click*).

В корейском языке аналогичный процесс реализуется через сложение заимствованных корней со вспомогательными глаголами 하다 [hada] *делать/сделать* или 되다 [doeda] *быть/становиться/стать* (для образования форм глаголов, передающих результат, процесс или изменение состояния), например: 구글하다 [gugeulhada] — ‘гуглить’ (от англ. *Google*), 스크린하다 [seukeurinhada] — ‘скриншотить’ (от англ. *screen*), 클릭하다 [keullikhada] — ‘кликать’ (от англ. *click*); 업데이트되다

[eopdeiteudoeda] — ‘обновиться’ (от англ. *update*), 업로드되다 [eoprodeudoeda] — ‘загрузиться (в интернет)’ (от англ. *upload*), 컨펌되다 [keonpeomdoeda] — ‘подтвердиться’ (от англ. *confirm*).

В данном случае различия в словообразовательных моделях обусловлены морфологической спецификой языков и отражают их стратегию заимствования: русский язык использует синтетические механизмы аффиксации, тогда как корейский — аналитические структуры, основанные на сложении заимствованного корня с продуктивными вспомогательными глаголами.

Семантическое освоение англицизмов осуществляется различными способами в зависимости от языковой системы и контекста их употребления. В русском языке заимствованные слова могут расширять свое значение и переходить в новые сферы употребления. Например, слово «кликбейт» первоначально относилось исключительно к интернет-рекламе, но затем его значение распространилось на маркетинг и медиа. В корейском языке семантические изменения выражены менее ярко: заимствования чаще сохраняют свою исходную функцию или сосуществуют с исконными аналогами, как, например, 좋아요를 누르다 [joayoreul nureuda] *нажать «нравится»*, которое используется наряду с лай크하다 [raikeuhada] ‘*лайкать*’.

Кроме того, выявленные закономерности подтверждают, что процесс адаптации заимствований в русском и корейском языках носит циклический характер и тесно связан с социально-культурными изменениями. Глобализация, технологическое развитие и цифровизация способствуют проникновению новых слов в национальные языки, а культурно-специфические модели словообразования определяют, каким образом новые единицы интегрируются в языковую систему (Рис.1).

Культурно-специфические модели словообразования определяют, как новые единицы интегрируются в русский и корейский языки. Различия в морфологических структурах и словообразовательных моделях влияют на способы адаптации заимствованных терминов. Национально-культурные особенности оказывают воздействие как на традиционные, так и на новые механизмы словообразования.



Рис. 1. Процесс адаптации заимствований в русском и корейском языках

Следовательно, лексика не только фиксирует культурные и социальные изменения, но и становится их активным агентом. Новые языковые единицы, отражая глобальные и локальные тенденции, способствуют адаптации языка к изменяющейся социокультурной среде. Они не только передают актуальные реалии, но и формируют способы коммуникации, ценностные ориентиры и модели социального взаимодействия.

Обсуждение результатов

Как мы знаем, язык — это не только средство коммуникации, но и сложный социокультурный феномен, интегрирующий когнитивные, исторические и культурные аспекты развития общества. Он отражает процессы осмысления мира и адаптируется к изменениям, вызванным глобализацией и технологическим прогрессом. Одним из ключевых механизмов этой адаптации является словообразование, которое позволяет языку реагировать на новые реалии.

Словообразовательные модели тесно связаны с контекстом, в котором они возникают, что особенно заметно в эпоху глобальных культурных трансформаций, например, такие слова, как *краиш* (человек, к которому испытывают симпатию) или *байтить* (копировать чужие идеи), демонстрируют влияние социальных сетей и цифровой среды. Эти процессы подчёркивают важность изучения словообразования в контексте глобальных и локальных культурных изменений.

С другой стороны, глобализация, развитие цифровых технологий и культурные обмены способствуют расширению международных контактов, что ведёт к активному проникновению иноязычной лексики в национальные языки. Этот процесс особенно заметен в сферах цифровых технологий, массовой коммуникации и научного дискурса. Как отмечает Л.С. Ефремова: «Роль английского языка в развитии лексикона корейского языка чрезвычайно велика. ... в настоящий момент вследствие глобализации становится все труднее представить себе корейский язык без английского. Научно-технический прогресс порождает новые понятия, название которым зачастую может быть затруднительно подобрать, пользуясь средствами родного языка» [Ефремова 2021: 49].

В русском языке наблюдается активное вовлечение заимствований в продуктивные словообразовательные процессы, что проявляется в создании новых слов и расширении их семантики. Например, слово «хайповать» (от англ. hype) приобрело значение не просто «создавать ажиотаж», но и «привлекать внимание в медиа», «заработать легкие деньги» или «прославиться» [<https://www.nur.kz/leisure/interesting-facts/1726972-cto-takoe-hajp-v-molodeznom-slenge/>]. В молодежном сленге слово «хайп» используется и в значении «тусить». Человек, отправляющийся на вечеринку, делает себя модником и ставит в центр внимания. «Похайпим на следующей неделе?». Так нередко выглядят предложения посетить вечеринку. [<https://www.nur.kz/leisure/interesting-facts/1726972-cto-takoe-hajp-v-molodeznom-slenge/>]

В корейском языке заимствования используются в сочетании с исконными словообразовательными моделями, что также подтверждено в исследовании Т. С. Мозоль [Мозоль 2024], например, продуктивный вспомогательный глагол 하다 [hada] *делать / сделать*, используемый для словообразования сложных глаголов, где сама основа заимствованных слов остаётся неизменной (리뷰하다 [ribuhada] — ‘*делать обзор*’ от англ. *review* — ‘*обзор / рецензия*’).

Культурные факторы также играют значительную роль в стратегии заимствования. Культурный контекст определяет восприятие и освоение заимствованных элементов. Например, в русском языке слово «сторис» (от *stories*) воспринимается исключительно как временные публикации в соцсетях, тогда как в корейском 스토리 [seutori] обозначает более широкий спектр повествовательного контента, включая маркетинговые и образовательные форматы. Это подтверждает, что заимствованные слова могут приобретать дополнительные значения в зависимости от потребностей языкового сообщества.

Сопоставление данных с аналогичными исследованиями [Радбиль и др. 2022; Бондарева 2018] показывает, что англицизмы в русском языке чаще изменяют свою морфологическую структуру и участвуют в образовании производных слов. В корейском языке заимствования адаптируются через грамматическую интеграцию. Эти

различия можно объяснить не только морфологическими характеристиками языков, но и различными языковыми нормами: русский язык демонстрирует гибкость в интеграции иностранных слов, тогда как корейский сохраняет баланс между заимствованиями и исконной лексикой.

В русском языке это выражается, например, в заимствовании терминов из IT-сферы (*андейт, фича, чат-бот*), а также в сленге социальных сетей (*хайп, фейк, лайкать*). В корейском языке наблюдается активное заимствование англоязычных понятий, особенно в области медиа и молодежной культуры (*셀카 [selka] — «селфи», 인플루언서 [inpeulluenseo] — «инфлюенсер»*). Эти заимствования проходят процесс морфологической адаптации и семантического освоения в принимающих языках [Мозоль 2023], приобретая новые оттенки значений и интегрируясь в национальные словообразовательные модели.

Для выявления особенностей адаптации англицизмов в русском и корейском языках рассмотрим примеры заимствований в различных сферах (Табл.1):

Таблица 1.

Англицизмы в русском и корейском языках

Сфера использования англицизмов в русском и корейском языках		
Сфера	в русском языке	в корейском языке
Цифровые технологии соцсети	Сторис (англ. stories)	인플루언서 [inpeulluenseo] (англ. influencer) — влиятельный человек в соцсетях
	Фолловер (англ. follower)	유튜버 [yutyubeo] (англ. YouTuber) — видеоблогер
	Кликбейт (англ. clickbait)	셀카 [selka] (англ. self-camera) — селфи
	Бан (англ. ban)	코멘트 [komenteu] (от comment) — комментарий
	Лайкать (англ. like)	디엠 [diem] (англ. DM, Direct Message) — личное сообщение
Научный и технологический дискурс	Алгоритм (англ. algorithm)	알고리즘 [algorijeum] (англ. algorism) — алгоритм
	Таргетинг (англ. targeting)	타겟팅 [tageoting] (англ. targeting) — таргетинг
	Кейс (англ. case)	케이스 [keiseu] (англ. case) — случай, кейс
	Блокчейн (англ. blockchain)	블록체인 [beullokkein] (англ. blockchain) — блокчейн

	Краудфандинг (англ. crowdfunding)	크라우드펀딩 [keuraudeupeonding] (англ. crowdfunding) — краудфандинг
Медиаресурсы, блоги, форумы	<i>Тот пост хайпует</i> (англ. hype).	이 영상은 바이럴 마케팅 (англ. viral market) 덕분에 확산됐어요! [i yeongsang baireol maketeo deokbune hvaksandwaesseoyo!] — Это видео распространилось благодаря вирусному маркетингу!
	<i>Я сделал скрин</i> (англ. screenshot).	셀럽들이 (англ. celebrity) 쓰는 앱이에요. [selreopdeuri sseuneun aebieyo.] — Это приложение часто используют знаменитости.
	<i>Эта новость — фейк</i> (англ. fake).	노 코멘트. (англ. No comment) [no komenteu] — Без комментариев.
	<i>Контент-мейкер</i> (англ. content maker).	다이렉트 메시지로 (англ. direct message) 연락 주세요. [dairekteu mesijiro yeonrak juseyo] — Свяжитесь со мной в директе.
	<i>В инсте (англ. Instagram) новые фильтры.</i>	이 게임 (англ. game) 인기 있어요. [i geimeun inki isseoyo] — Эта игра популярна.

В русском языке слова *сторис*, *фолловер*, *кликбейт*, *банить*, *лайкать* появились благодаря широкому распространению англоязычных платформ (Instagram, Facebook, YouTube) и цифровых сервисов: *сторис* (англ. stories) — формат временных публикаций в социальных сетях (например, Instagram, Facebook), которые автоматически удаляются через 24 часа и используются для быстрого обмена контентом и поддержания активности аудитории; *фолловер* (англ. follower) — подписчик в социальных сетях, пользователь, следящий за обновлениями другого человека или страницы; взаимодействие с фолловерами важно для блогеров, брендов и компаний, развивающих личные или коммерческие аккаунты; *кликбейт* (англ. clickbait) — текстовые или графические элементы (заголовки, миниатюры, ссылки), предназначенные для привлечения внимания пользователей и побуждения их к переходу по ссылке с целью прочтения, просмотра или прослушивания связанного с ней онлайн-контента; чаще всего кликбейт характеризуется намеренным преувеличением, сенсационностью или вводящей в заблуждение информацией; *банить* (англ. ban) — запретить доступ к аккаунту, контенту или интернет-ресурсу, который может применяться администрацией соцсетей (например, за нарушение правил платформы) или пользователями (блокировка нежелательных контактов); *лайкать* (англ. like) — ставить отметку «нравится» под

публикациями, фотографиями, комментариями или видео в социальных сетях для выражения одобрения, а также для взаимодействия с контентом и повышения его популярности.

В корейском языке англицизмы с вышеуказанными семантическими и функциональными характеристиками получили распространение, претерпев процессы фонетической, морфологической и семантической адаптации.

Сторис (англ. stories) и 스토리 [seutori] *сторис* (англ. story):

В русском языке слово «сторис» закрепилось преимущественно в узком значении — как временные публикации в социальных сетях (*Instagram Stories, YouTube Stories* и др.). В корейском языке слово 스토리 [seutori] в данном значении используется в сочетаниях, таких как 인스타 스토리 [inseuta seutori] *Instagram Story*, 유튜브 스토리 [yutyubeu seutori] *YouTube Story*. В отличие от русского языка, где «сторис» относится исключительно к формату временных публикаций в соцсетях, в корейском 스토리 [seutori] имеет более широкое значение и может обозначать «повествование», «контентный формат» или «маркетинговую стратегию».

В русском языке слово «стори» (от *story*) иногда встречается в маркетинге и медиа, например, в термине «сторителлинг» (*storytelling* — искусство создания истории, вовлекающей аудиторию). Также в литературе и киноиндустрии можно встретить слово «стори» в значении «сюжетная линия», но оно употребляется ограниченно. В отличие от корейского, русский аналог не получил активного использования в названиях образовательных систем, книжных платформ и маркетинговых сервисов.

Тем самым в корейском языке 스토리 [seutori] охватывает широкий спектр повествовательного контента, тогда как в русском языке «сторис» остается специализированным термином, связанным исключительно с соцсетями. Это различие объясняется тем, что корейское заимствование произошло из общего значения *story*, тогда как русское заимствование пришло через конкретный формат социальных сетей (*Instagram Stories*).

Фолловер (англ. follower) и 팔로워 [pallowo] *подписчик в социальных сетях*.

В русском языке *фолловер* имеет более широкое употребление: помимо цифрового контекста, может означать «последователя тренда, идеи или движения». В корейском языке 팔로워 [pallowo] *фолловер* используется исключительно для обозначения «пользователей, подписанных на аккаунт в социальных сетях или мессенджерах», и не имеет переносных значений. Кроме того, в русском языке слово «фолловер» полностью адаптировано и закрепилось в лексиконе, тогда как в корейском «팔로워» [pallowo] *фолловер* пока не имеет официально стандартизированного написания. Это свидетельствует о его относительной новизне в языке и продолжающемся процессе адаптации. Тем самым, несмотря на общее происхождение,

использование термина в двух языках различается по семантическому охвату и степени интеграции в языковую систему.

Кликбейт (англ. *clickbait*) и *클릭베이트* [keullikbeiteu] (англ. *clickbait*):

В русском языке «кликбейт» адаптировался без изменений и активно применяется в интернет-журналистике, блогосфере и маркетинге. В корейском языке заимствованный термин встречается реже, поскольку существует распространенный аналог «*낚시 기사*» [nakshi gisa] — буквально *крючок + статья*, означающий *приманивающая статья* и относящийся к феномену желтой прессы и сенсационных заголовков. В корейском медиапространстве также употребляются описательные выражения «*자극적인 제목*» [jageukjeogin jemok] ‘провокационный заголовок’ и «*어뷰징 기사*» [eobuyjing gisa] ‘злоупотребляющая статья’, тогда как в русском языке «кликбейт» практически не имеет конкурирующих терминов.

Несмотря на общее значение, термин закрепился в языках с разной степенью адаптации. В русском языке «кликбейт» стал универсальным обозначением для манипулятивного контента в цифровой среде, включая маркетинговые приемы, вирусные видео и сенсационные новости. В корейском языке *클릭베이트* [keullikbeiteu] чаще встречается в технологическом и международном контексте, тогда как местные СМИ отдают предпочтение исконным терминам. Эта разница обусловлена не только лингвистическими, но и культурными факторами: в корейском обществе активно обсуждается влияние манипулятивных заголовков на общественное мнение, а крупные платформы, такие как *Naver* и *Daum*, вводят технические ограничения на распространение «*낚시 기사*» [nakshi gisa] *приманивающих статей*. Таким образом, если в русском языке «кликбейт» закрепился в сфере интернет-маркетинга и социальных сетей, то в корейском он воспринимается в первую очередь как проблема новостных медиа.

Лайкать и *라이크하다* [raikeuhada]:

В русском языке «лайкать» (от англ. *like*) представляет собой глагол, образованный путем добавления глагольных суффиксов *-ать*. Аффиксация является продуктивной моделью образования новых глаголов от заимствованных единиц (*гуглить*, *зафрендить*, *банить* и др.). Помимо основного значения, оно также приобрело переносные значения, например «проявлять интерес» (*лайкать всё, что пишет*), «одобрять» (*лайкать стиль*).

В корейском языке аналогичная единица «*라이크하다*» [raikeuhada] формируется путем присоединения к заимствованному слову *라이크* [raikeu] продуктивного вспомогательного глагола *하다* [hada] *делать/сделать*, что характерно для корейских глаголов, происходящих от заимствованных слов. Однако, в отличие от русского языка, где «лайкать/лайкнуть» закрепилось как

единственный нормативный способ выражения данного действия, в корейском языке наряду с «라이크하다» [raikeuhada] активно используется исконная конструкция «좋아요를 누르다» [joayoreul nureuda] — *нажать «нравится»*.

Интересно, что в русском языке аналогичная фраза «нажать «нравится»» употребляется редко, поскольку в обиходе закрепились более естественные выражения «поставить лайк», «лайкнуть», «залайкать». Это подтверждает, что в русском языке заимствование полностью интегрировалось в виде нового глагола и стало единственной распространенной формой выражения данного действия. В корейском же языке заимствование «라이크하다» [raikeuhada] сосуществует с исконными выражениями, что демонстрирует различия в адаптационных стратегиях: русский язык активно интегрирует англицизмы, тогда как корейский стремится сохранить баланс между заимствованиями и исконными терминами.

Социальные сети стали важной частью современной культуры, изменяя способы взаимодействия, формирования репутации и продвижения контента. А научные и технологические инновации чаще всего распространяются на международном уровне на английском языке. Это обуславливает необходимость заимствования англоязычной терминологии в национальные языки.

В корейском языке заимствования подвергаются фонетической и графической адаптации: 인플루언서 [inpeulluenseo] (англ. influencer) — *влиятельный человек в соцсетях*, 유튜버 [yutyubeo] (англ. YouTuber) — *videоблоггер*, 셀카 [selka] (англ. self-camera) — *селфи*, 코멘트 [komenteu] (англ. comment) — *комментарий*, 디엠 [diem] (англ. DM, Direct Message) — *личное сообщение*.

Заимствование научной и технологической терминологии отражает потребность в международной унификации знаний и быстром обмене научными достижениями. Такие термины закрепляются в языке из-за отсутствия аналогов и необходимости точной передачи смысла. В русском языке широко используются термины «алгоритм» (англ. algorithm), «таргетинг» (англ. targeting), «кейс» (англ. case), «блокчейн» (англ. blockchain), «краудфандинг» (англ. crowdfunding). Они входят в профессиональный лексикон специалистов в области IT, маркетинга и экономики.

В корейском языке аналогичные термины адаптировались как фонетически, так и графически: 알고리즘 [algorijeum] (algorithm) — *алгоритм*, 타겟팅 [tageoting] (англ. targeting) — *таргетинг*, 케이스 [keiseu] (англ. case) — *случай*, 블록체인 [beullokkein] (англ. blockchain) — *блокчейн*, 크라우드펀딩 [keuraudeupeonding] (crowdfunding) — *краудфандинг*.

Анализ влияния социально-культурных трансформаций на словообразовательные процессы в русском и корейском языках позволил выявить следующие закономерности:

Как в русской, так и в корейской лингвокультуре наблюдается тенденция к семантическому расширению заимствований:

— «гость» приобрело новое значение в цифровом контексте, обозначая пользователя с ограниченными правами доступа;

— «зумить» (использовать Zoom для видеозвонков) стало обозначать проведение видеоконференций или общение через платформу Zoom, расширив своё значение от названия бренда до описания действия;

— «краш» (в английском языке «crush» — человек, вызывающий симпатию) в русском языке стал использоваться не только в романтическом контексте, но и для обозначения сильного восхищения или симпатии к публичным личностям, кумирам или даже неодушевлённым объектам, например: «*Мой краш — этот фильм*»;

— «челлендж» (в английском языке «challenge» *испытание, вызов, сложная задача*, часто в контексте преодоления препятствий) в русском языке помимо значения «испытание», оно стало обозначать массовые задания, связанные с интернет-флешмобами или социальными акциями, например *танцевальные челленджи в TikTok, убрать мусор в рамках челленджа* (экологические акции) и т. д.;

— «셀카» [selca] — изначально сокращение от английского «self-camera» приобрело значение не только фотографий, сделанных на фронтальную камеру, но и уникальное культурное значение, выйдя за рамки технического описания, подразумевая личное, эмоционально значимое взаимодействие через снимки;

— «키워드» [kiwodeu] *ключевые слова* — изначально термин *keyword*, заимствованный из английского языка, обозначает «слова для поиска информации в базе данных или в Интернете». В корейском языке значение расширилось и стало включать такие понятия, как «ключевые идеи» или «темы». Например, в корейских презентациях или обсуждениях часто можно услышать выражение: «이 프로젝트의 키워드는 혁신이다.» [i peurojektueui kiwodeuneun hyeoksinida.] — «*Ключевое слово этого проекта — инновации*». Это показывает, что слово приобрело метафорическое значение, выйдя за рамки цифрового или технического контекста.

— «카페» [kape] *кафе* — в корейском языке это заимствование от французского слова «café», пришло через английский язык. Помимо традиционного значения, слово также используется для обозначения онлайн-сообществ на платформах, таких как Daum или Naver. Например, «사진 카페» [sajin kape] *интернет-форум, посвящённый фотографии*. Такое расширение показывает, как традиционное понятие физического пространства трансформировалось в обозначение виртуальных пространств для общения и обмена информацией.

Развитие цифровых медиа, блогов и интернет-ресурсов способствовало распространению сленговых англицизмов, описывающих новые формы взаимодействия в информационной среде. Анализ сленговых англицизмов, используемых в русскоязычных и корейскоязычных медиаресурсах, блогах и форумах, демонстрирует различия в механизмах их адаптации и употребления.

В русском языке заимствованные термины «хайповать» (от англ. *hype*), «скрин» (от англ. *screenshot*), «фейк» (от англ. *fake*), «контент-мейкер» (от англ. *content maker*) и «инста» (от англ. *Instagram*) активно интегрируются в разговорную речь, сокращаясь и модифицируясь в соответствии с фонетическими и морфологическими нормами языка. Например, слово «хайповать» образовано по модели продуктивного глагольного словообразования — аффиксации *-ова + -ть*, что делает его морфологически полностью адаптированным. Аналогично «скрин» представляет собой усечённую форму от *screenshot*, а «инста» — сокращение от *Instagram*, что отражает тенденцию к экономии языковых средств в устной и интернет-коммуникации. Кроме того, заимствованные существительные могут выступать в роли основы для производных слов, таких как «захайпить», «зафейкануть» и т. д.

В корейском языке заимствования из английского, как правило, транслитерируются с адаптацией к фонетической системе языка-реципиента и реже подвергаются морфологической модификации, интегрируясь в аналитические словообразовательные модели. Например, в выражении «이 영상은 바이럴 마케팅 덕분에 확산됐어요!» [i yeongsang-eun baireol maketeo deokbune hwaksandwaesseoyo!] — «*Это видео распространилось благодаря вирусному маркетингу!*» термин «viral marketing» транскрибирован как 바이럴 마케팅 [baireol maketeo], аналогично заимствованию «direct message», представленному в корейском языке как 다이렉트 메시지 [dairekteu mesiji]. Однако, наряду с этим среди корейской молодёжи активно используются сокращения, например: 베프 [baepu] от 베스트 프렌드 [beseuteu peurendeu] (англ. Best friend) *лучший друг*, 페북 [pebuk] от 페이스북 [peiseubuk] (англ. Facebook) *Фейсбук*, 프사 [peusa] от 프로필 사진 [peuropil sajin] (англ. profile picture) *фото профиля*, 백 뮤직 [bek myujik] от 백그라운드 뮤직 [baekgeuraundeu myujik] (англ. background music) *фоновая музыка*, 다크 [dakyu] от 다크멘터리 [dakyumenteor] (англ. documentary) *документальный*, 홈피 [hompi] 홈페이지 [hompeiji] от (англ. homepage) *домашняя страница* [Ким, Оржеховская 2020: 7]. Это свидетельствует о гибридном характере адаптации англицизмов в корейском языке, при котором заимствованные элементы органично

вписываются в синтаксические конструкции, не нарушая традиционных грамматических норм.

В современном интернет-пространстве адаптация англицизмов часто обусловлена культурными и социальными факторами.

В английском *fandom*, букв. «сообщество фанатов» первоначально обозначало субкультуру, состоящую из поклонников (фанатов) определённого художественного произведения, вымышленной вселенной, художественного стиля или хобби. В настоящее время представители фэндомов нередко объединяются в фан-клубы, создают фан-арты, фанфики, филки, косплеи и иное творчество, посвященное фэндому [Даникова И. Фандом как субкультура современности. — URL: <https://creativecity.academy/project/7afa7fd0a6124903b0ae7f0012029765>].

В русском языке слово «фандом» приобрело более широкое значение: 1) стало включать не только самих фанатов, но и их поведение, культуру, мемы, внутренние конфликты (например, «*Этот фандом токсичный*» — речь уже не просто о группе людей, а о специфическом явлении); 2) может означать группу фанатов с определённой репутацией (например, «Не лезь в этот фандом» (намёк на агрессивную среду) или «Я давно вышел из этого фандома» (подразумевается уход не просто из сообщества, но из всей сферы увлечения)). Российская интернет-культура усилила эмоциональность слова «фандом», в интернете фандомы часто характеризуются повышенной вовлечённостью, фанатскими войнами, мемами и творческими активностями, что усиливает эмоциональную окраску термина (например, «фандом разделился», «разгорелся скандал в фандоме»). В России понятие фандом прочно связано с VKontakte, Telegram, LiveJournal, где обсуждения фанатов часто выходят за рамки простого интереса и превращаются в социальное явление [<https://www.mirf.ru/fun/fandom-cto-eto-takoe-istoriya-fanatov-fanfikov-i-konventov/>].

Слово фандом часто употребляется иронически: «Ты вообще помнишь свой первый фандом?» — не о буквальном сообществе, а о периоде жизни и увлечениях человека.; «Ой, у меня новый фандом!» — обозначает не просто вступление в сообщество, а эмоциональное погружение в новый интерес (с фанфиками, теориями, мемами и т. д.) [Почему людей увлекают фандомы: психология, история и мнения экспертов. Сайт МПГУ. — URL: <https://mpgu.su/novosti/pochemu-ljudej-uvlekajut-fandomy-psihologija-istorija-i-mnenija-jekspertov/>].

Примером такой адаптации заимствования в корейском языке является словосочетание *노이즈 마케팅* [noijeu maketing] (от англ. *noise marketing* — ‘шумовой маркетинг’ или ‘маркетинг информационного шума’), которое в корейском языке приобрело значение «скандальный пиар» или «провокационный маркетинг». В английском языке этот термин встречается редко и обозначает стратегию привлечения внимания через информационный шум. В корейском же языке *노이즈 마케팅* [noijeu maketing] закрепился как устойчивый термин, используемый в индустрии развлечений (K-pop,

телевидение, YouTube), где скандалы и хайп активно используются для повышения популярности брендов и знаменитостей. Например, фраза 이 가수의 노이즈 마케팅이 성공했어요! [I gasuui noijeu maketingi seonggonghaesseoyo!] — «Скандалный пиар этого певца сработал!». Слово 서비스 [seobiseu] (от англ. *service* — «услуга» или «обслуживание»), приобрело дополнительное значение «бесплатный подарок, бонус», например: 이거 서비스에요! [Igeo seobiseueoyo!] — «Это подарок от заведения!» и 추가 음료는 서비스로 제공됩니다. [Chuga eumnyoneun seobiseuro jegongdoemnida.] — «Дополнительный напиток предоставляется бесплатно». Это связано с традицией предоставления клиентам бесплатных товаров или блюд, что соответствует культурным нормам корейского гостеприимства.

Заключение

Таким образом, в русском языке англицизмы подвергаются морфологической модификации, активно осваиваются через продуктивные словообразовательные процессы, что делает их полноправными элементами языковой системы. В корейском языке заимствованные слова, как правило, интегрируются в аналитические конструкции без значительных морфологических изменений. Различия в адаптации англицизмов обусловлены не только морфологическими характеристиками языков, но и социокультурными факторами.

Семантическое сужение и расширение заимствованных слов в обоих языках обусловлены как внутренними закономерностями, так и социокультурными факторами, влияющими на их употребление и адаптацию в языке-реципиенте. Однако данный процесс не всегда носит линейный характер, так как его динамика определяется культурными и коммуникативными условиями. На начальном этапе заимствованное слово, как правило, употребляется в узком контексте, что приводит к его семантическому сужению. Это обусловлено тем, что носители языка-реципиента адаптируют лишь ту часть семантического поля слова, которая актуальна в их социокультурной среде. Основными причинами сужения являются: ограничение сферы употребления, при котором заимствованное слово обозначает конкретное явление или продукт, а также различия в концептуализации, когда в языке-реципиенте отсутствует полная эквивалентность оригинальному значению. Основными причинами семантического расширения заимствованных слов являются взаимодействие с исконной лексикой, изменение сфер употребления, способствующие интеграции заимствованных единиц в систему языка-реципиента как продуктивных языковых единиц, способных к дальнейшей деривации.

Выявленные особенности подтверждают, что морфологическая адаптация и семантическое освоение заимствований определяются не только структурными характеристиками языка, но и культурными факторами, влияющими на восприятие новых лексических единиц.

Современные словообразовательные процессы в русском и корейском языках отражают влияние глобализации и цифровизации, но различаются по стратегическим моделям адаптации. В русском языке англицизмы часто приобретают экспрессивную окраску, изменяют морфологическую структуру и участвуют в образовании производных слов. В корейском языке заимствования остаются нейтральными с точки зрения экспрессии, что связано с традицией формального различения заимствованных и исконных лексических элементов.

Полученные результаты подтверждают, что глобализация является одним из ведущих факторов языковой эволюции, способствуя заимствованию и модификации лексических единиц. Однако характер адаптации варьируется в зависимости от структуры языка и социальных условий, что подчеркивает необходимость дальнейшего изучения данной проблемы. Перспективными направлениями исследований являются анализ частотности употребления англицизмов в различных социальных группах, исследование механизмов восприятия заимствований носителями языка, а также сопоставительное изучение аналогичных процессов в других языках.

Использованная литература

- Бондарева Е. В. Калькирование языковых единиц как социолингвистический феномен (на материале заимствований из английского языка в русский язык): дис. ... канд. филол. наук. — Владивосток: Дальневосточный федеральный университет, 2018. — 186 с.
- Ефремова Л. С. Англицизмы в корейском языке // Филологические исследования Восточной Азии, 2021, 44-51. — URL: <http://e-lib.mslu.by/bitstream/edoc/>
- Ким Ёнсук, Оржеховская М. А. Заимствования и сокращения в современном корейском языке. // Современные востоковедческие исследования. Вестник Томского государственного университета, 2020, 2(3), 4-8. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/loanwords-and-abbreviations-in-modern-korean-language/viewer>
- Мельник Ю. А. Актуальные неологические процессы в русском языке новейшего времени (по материалам социолингвистических интернет-проектов). // Neophilology, 2019, 5(17), 62-71.
- Мозоль Т. С. Метафоризация иноязычных заимствований (на материале английских заимствований в корейском языке). Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2024, №3, 104-112.
- Мозоль Т. С. Семантическая адаптация заимствований (на материале коннотативных заимствований корейского языка). Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки, 2023, 4(872), 71-79. — URL: www.elibrary.ru/download/elibrary_54094247_44933450.pdf
- Национальный институт корейского языка. Неологизмы 2019 года. Сеул, 2020.

Радбиль Т. Б., Рацибурская Л. В., Щеникова Е. В., Самыличева Н. А., Куликова В. А., Палоши И. В., Ясаи Л., Хегедюш И. Активные процессы в русском языке новейшего периода: учебное пособие. Москва: ФЛИНТА, 2022. — 150 с.

Yamada, A. Morphological Adaptation of English Loanwords in Korean. // Journal of Korean Linguistics, 2021, 9(2), 113-129.

Kim, J., & Lee, H. (2018). Cultural influences on morphological creativity in Korean // Journal of Linguistic Anthropology, 28(2), 121—132.

Источники

Займствованные слова в русском языке. — URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki> (дата обращения: 11.02.2025).

Захаренко Е. Н., Комарова Л. Н., Нечаева И. В. Новый словарь иностранных слов. — URL: https://www.slovari.ru/default.aspx?p=232&utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 11.02.2025).

Современный словарь иностранных слов. — URL: https://gramota.ru/biblioteka/slovari/slovar-9?utm_source=chatgpt.com (дата обращения: 11.02.2025).

NAVER 사전 (Словарь). — URL: <https://ko.dict.naver.com> (дата обращения: 11.02.2025).

References

Bondareva, E. V. (2018). *Kalkirovanie yazykovykh edinits kak sotsiolingvisticheskiy fenomen (na materiale zaimstvovaniy iz angliyskogo yazyka v russkiy yazyk)* (Calquing of linguistic units as a sociolinguistic phenomenon (on the material of English borrowings in Russian)). Candidate's thesis, Far Eastern Federal University, Vladivostok. (In Rus.)

Efremova, L. S. (2021). *Anglitsizmy v koreyskom yazyke* [Anglicisms in the Korean language]. *Filologicheskie issledovaniya Vostochnoy Azii*, 44–51. Retrieved from <http://e-lib.mslu.by/bitstream/edoc/> (In Rus.)

Kim, J., & Lee, H. (2018). Cultural influences on morphological creativity in Korean. *Journal of Linguistic Anthropology*, 28(2), 121–132.

Kim, Yeonsuk, & Orzhekhovskaya, M. A. (2020). *Zaimstvovaniya i sokrashcheniya v sovremennom koreyskom yazyke* [Loanwords and abbreviations in modern Korean language]. *Sovremennye vostokovedcheskie issledovaniya. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2(3), 4–8. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/loanwords-and-abbreviations-in-modern-korean-language/viewer> (In Rus.)

Mel'nik, Yu. A. (2019). *Aktual'nye neologicheskie protsessy v russkom yazyke noveyshego vremeni (po materialam sotsiolingvisticheskikh internet-proektov)* [Current neological processes in modern Russian (based on sociolinguistic internet projects)]. *Neophilology*, 5(17), 62–71. (In Rus.)

Mozol', T. S. (2023). *Semanticheskaya adaptatsiya zaimstvovaniy (na materiale konnotativnykh zaimstvovaniy koreyskogo yazyka)* [Semantic adaptation of borrowings (on the material of connotative borrowings in

Korean)]. Vestnik MGLU. Gumanitarnye nauki, 4(872), 71–79. Retrieved from www.elibrary.ru/download/elibrary_54094247_44933450.pdf (In Rus.)

Mozol', T. S. (2024). *Metaforizatsiya inoyazychnykh zaimstvovaniy (na materiale angliyskikh zaimstvovaniy v koreyskom yazyke)* [Metaphorization of foreign borrowings (on the material of English borrowings in Korean)]. Vestnik VGU. Seriya: Lingvistika i mezhkulturnaya kommunikatsiya, 3, 104–112. (In Rus.)

Natsional'nyy institut koreyskogo yazyka. (2020). Neologizmy 2019 goda [Neologisms of 2019]. Seoul: National Institute of the Korean Language. (In Kor.)

Radbil', T. B., Ratsiburskaya, L. V., Shchenikova, E. V., Samylicheva, N. A., Kulikova, V. A., Paloshi, I. V., Yasai, L., & Hegedyush, I. (2022). *Aktivnye protsessy v russkom yazyke noveyshego perioda* [Active processes in the modern Russian language]. Moscow: FLINTA. (In Rus.)

Yamada, A. (2021). Morphological adaptation of English loanwords in Korean. *Journal of Korean Linguistics*, 9(2), 113-129.

Sources

Zaimstvovannye slova v russkom yazyke. Retrieved from <https://ru.wiktionary.org/wiki> (data obrascheniya: 11.02.2025).

Zakharenko E. N., Komarova L. N., Nechaeva I. V. *Novyy slovar' inostrannykh slov*. Retrieved from https://www.slovari.ru/default.aspx?p=232&utm_source=chatgpt.com (11.02.2025).

Sovremennyy slovar' inostrannykh slov. Retrieved from https://gramota.ru/biblioteka/slovari/slovar-9?utm_source=chatgpt.com (11.02.2025).

NAVER sajeon (Slovar'). Retrieved from <https://ko.dict.naver.com> (11.02.2025).