

# 한국 기업 이름의 형태론적 연구

## A Morphological Analysis of Korean Business Names

강은경  
상명대학교

Eungyeong Kang(egkang@smu.ac.kr)

### 요약

본 연구는 코스닥(KOSDAQ)에 상장된 총 1,358개의 기업 이름을 대상으로 의미와 내부구조를 분류하고 형태론적인 특성을 고찰한 기술적 연구이다. 어원적 측면에서 코스닥 기업 이름의 가장 큰 특성은 영어의 독점적 지위와 한국식 영어 조어로 밝혀졌다. 특히 코스닥 기업 이름의 경우 한국어 요소만 참여한 것은 20%에 불과하고 나머지는 외국어 요소가 참여하는데, 그중 영어 요소가 관여한 것이 전체의 76%로, 영어의 독점적 지위가 확인되었다. 형태 구조 면에서 합성어와 축약어, 축약 합성어가 90%에 달하는데, 영어 원단어의 형태적 특성과 무관하게 축약어가 많이 사용되고, 같은 단어라도 여러 형태로 축약되어 참여하는 형태를 보인다. 접두사나 접미사, 결합형 등 영어의 의존형태소들도 자유롭게 독립어로 활용된다. 이것은 이들이 영어에서 차용된 것이 아니라 한국어에서 생성된 단어라는 것을 보여주는 것으로, 한국식 영어라는 것을 보여주는 것이다.

■ 중심어 : | 영어 | 한국식 영어 | 기업 이름 | 형태론 | 세계영어 |

### Abstract

This study is a descriptive analysis of Korean business names listed on KOSDAQ (Korea Securities Dealers Automated Quotation) from a morphological perspective. A total of 1,358 business names on KOSDAQ are collected and analyzed in terms of origins and morphological structure. The analysis exhibits the monopoly of English: only 20% of the names are composed of only Korean elements, including Sino-Chinese, while 76% of them contain some form of English elements. It is pointed out that those English elements are not borrowed from English but are created in Korea and participate further word formation processes. In terms of word formation methods, compounding and shortening are most common, taking up 90% of all names. Multiple derived forms are used from an identical origin word, and even bound forms in English are taken and used as independent words, regardless of their original status in English. It is argued that Korean English is not entirely negative and should be considered as part of World Englishes.

■ keyword : | English | Korean English | Business Names | Morphology | World Englishes |

## I. 서론

기업 이름은 그 기업의 이미지와 상표 가치를 결정하

는 데 중요한 역할을 하는 것으로 기업의 성공과 경영에 중요한 요소가 된다[1-3]. 특히 오늘날과 같이 글로벌 경영이 중요한 시대에는 기업명의 중요성은 더욱 커

접수일자 : 2020년 09월 04일  
수정일자 : 2020년 09월 29일

심사완료일 : 2020년 10월 05일  
교신저자 : 강은경, e-mail : egkang@smu.ac.kr

지고 있다. 최근 우리나라 기업들은 기업 이미지를 강화하고 마케팅 효과를 높이는데 기업 이름의 중요성을 인식하고 기업 이름을 글로벌 시장에 적합하도록 짓거나 심지어 기존의 이름을 변경하여 새로운 기업 이미지의 재정립을 노리기도 한다. 이런 경향 가운데 가장 두드러진 것은 기업 이름에 외국어를 사용하는 것이다. 이에 대응하여 기업 이름이나 브랜드 이름에 우리말을 사용하는 경우와 외국어를 사용하는 경우 소비자들의 반응이나 인식의 차이, 실제 기업가치와의 관계 등에 관한 다양한 연구가 이루어지고 있다[4-7].

하지만 실제 기업 이름의 언어학적 특징에 관한 연구는 매우 제한적이고 기업 이름의 형태론적 구조에 관한 연구는 드물다. 특히 최근 기업 이름의 흐름에서 가장 두드러진 것은 외국어, 특히 영어식 기업 이름의 확대인데 외국어 또는 외래요소라고 포괄적으로 분석된 바는 있으나 구체적으로 어떤 외래요소들이 어떤 방식으로 작용하는지에 분석은 미미하다[8][9].

한국어에 사용되는 영어 요소에 관한 연구는 차용어를 중심으로 이루어졌다. 주로 영어의 음운체계와 한국어의 음운체계의 차이에서 일어나는 음운 현상에 대한 연구가 많으나 최근 한국어에서 생산되는 영어식 단어의 증가로 인해 영어가 함유된 신조어에 관한 연구가 늘어나고 있다[10-12].

본 연구는 우리나라 증권거래소의 코스닥(KOSDAQ)에 등록된 기업의 기업 이름에 대한 형태론적 분석과 영어식 표현의 특징에 대해 살펴보기로 한다. 그리고 한국식 영어와 관련하여 한국어에서의 영어단어형성에 대해 세계영어의 관점에서 논의하고자 한다. 2장에서는 이론적 배경과 기존에 연구에 대해 살펴보고, 3장에서는 KOSDAQ 기업 이름을 분류하고 형태론적으로 분석한다. 4장에서는 이 분석을 바탕으로 논의와 결론을 제시한다.

## II. 이론적 배경 및 기존의 연구

기업 이름에 관한 기존의 연구 가운데 언어학적인 접근을 시도한 연구는 기업명에 사용된 언어에 대한 분류, 기업 이름 작명에 사용된 어형성의 특징, 그리고 한

국어와 영어 등 외국어 브랜드 이름에 대한 소비자들의 인식 차이 등으로 나눌 수 있다.

기업 이름에 관한 연구로 조성문(2007)은 2006년 코스피(KOSPI)에 등록된 기업 675개와 코스닥(KOSDAQ)에 등록된 기업 920개의 기업명을 표기를 중심으로 조사 분류하였다[8]. 그는 기업명을 한자어, 고유어, 외국어 스펠링을 그대로 차용한 경우, 외국어 스펠링과 한자어를 같이 쓴 경우, 외국어와 한국어를 같이 쓴 경우, 외국어 스펠링과 외국어를 한국어로 표기한 것을 결합한 경우와 어디서 유래했는지 알 수 없는 경우 등 8가지로 나누어 분류하였다. 그의 연구 결과에 따르면 외국어 스펠링을 그대로 차용한 경우는 3.7%에 불과하지만, 한국어로 표기한다고 하더라도 외국어가 관여하는 경우는 전체의 58.1%에 달한다. 그는 일본어로 된 2개를 제외하고는 외국어는 모두 서구의 외국어이며 주로 벤처기업이나 IT 업계 등 첨단 산업 분야에서 서구의 외국어가 집중되어있다고 분석하였다. 그의 분석에는 서구의 외국어가 어떤 언어인지를 구별하지는 않았고, 표기에 집중하여 각 기업 이름에 대한 형태론적 분석은 이루어지지 않았지만, 기업명에서 외래요소가 중요한 부분이 된다는 것을 지적하고 분석한 의미가 크다.

김명호·김일용(2014)은 한국거래소에 등록된 기업들을 10번째 기업 중 1개 기업을 선택하는 방식으로 추출하고 기업명 변경과 관련하여 직접 기업체의 담당자와 통화하는 방식으로 기업명 변경과 관련한 조사를 시행하여 총 112개 기업의 기업명과 기업명 변경을 조사하였다[7]. 이들은 기업명의 구조 분석 기준으로 한자어, 한국어, 외국어, 한자어+외국어, 한자어+외국어, 한국어+외국어, 한자어+한국어+외국어, 그리고 어디서 유래되었는지 알 수 없는 경우로 분류했는데, 이 8개의 경우 중 외국어만으로 이루어진 경우가 56.1%, 외국어와 한자어나 한국어가 함께 사용된 경우는 5.4%로 나타났다. 더불어 기업명 작성 시의 의미를 분석하여 합성어가 50%, 줄임말(약어)이 18.8%, 기타 지명이나 인명, 소설 등 작품 속 이름 등으로 분류하고 있다. 역시 조성문(2007)과 마찬가지로 외래요소의 비중이 크다는 것을 확인할 수 있다.

이들의 연구 역시 외국어는 한국어와 한자어를 제외

한 것을 모두 포함하는 것으로 어떤 언어인지는 구별하지 않았다. 그리고 의미에 따른 분류에서 합성어는 단일어와 구별하여 형태소처럼 보이는 요소들이 여러 개가 관여하는 것을 모두 부르는 포괄적인 개념으로 사용되어 파생어, 혼성어, 축약합성어 등 상세한 형태론적인 분류로 보기 어렵다. 이들의 연구에서 더 흥미로운 것은 기업의 이름이 변경된 경우에 대한 것으로, 기업명 변경 시의 사용언어를 분류한 결과 변경된 기업명이 한자나 한국어에서 한자나 한국어로 바뀐 경우는 39.9%이고, 외국어이거나 외국어가 포함된 경우는 전체의 60.1%에 달한다. 특이한 점은, 외국어나 외국어가 포함된 기업명이 한자나 한국어 기업명으로 바뀐 예는 없는 것으로 조사되어, 기업명 변경에서 외국어가 차지하는 역할이 크고, 최근 기업명의 변경은 외국어를 더 많이 사용하는 방향이라는 것을 알 수 있다. 그리고 대부분 기업명 변경의 동기가 세계화 추세에 맞춘 것이라고 보고하였다.

기업명에 함유된 영어요소에 대한 연구로 김양홍·서희순(2014)은 한국거래소(KRX)에 등록된 기업명 중에서 영어가 들어간 기업명 가운데 매 10번째 되는 기업 126개를 추출하여 조사한 결과 합성어 35개(27.8%), 파생어 1개, 혼성어와 축약어 9개(7.1%), 그리고 첫글자어를 이용하는 기업이 53개(42.1%)이고 첫글자어와 다른 단어가 결합한 형태가 14개(12.4%)로 분류하고 있다[10]. 기업명 가운데 영어가 관여한 부분을 분리하고 분석한 점과 단어형성 과정을 언어학적으로 분석한 점은 바람직하지만, 혼성어와 축약어, 축약합성어 등 단어의 내부구조에 대한 일관성 있는 고찰이 부족한 면이 있고, 한국어의 어형성 과정에서 나타나는 혼성어 형성이나 축약합성어 형성과정과의 비교가 어렵다. 또한 전체 리스트 중 매 10번째 기업의 선정 역시 근거가 부족하다.

본 논문은 우선 KOSDAQ에 등록된 기업들의 기업 이름을 형태론적으로 분석하고자 한다. 각 기업 이름의 언어적 구성과 단어의 구조, 어형성 방식을 중심으로 조사하기로 한다. 그리고 이 가운데 영어가 포함된 기업 이름들의 특성에 대해 살펴보기로 한다.

### III. KOSDAQ 기업의 기업이름 분석

#### 1. 기업 이름의 분류기준

한국거래소에 등록되어있는 기업들의 목록으로는 KOSPI, KOSDAQ과 KONEX가 있지만 그중 KOSDAQ은 1996년에 개설된 첨단 벤처기업 중심 시장을 말한다.<sup>1</sup> 코스닥은 미국의 '나스닥(NASDAQ)'을 벤치마킹하여 만든 증권 시장으로 주로 IT 기업이나 중소기업 및 벤처기업이 많이 상장되어 있으며 시기적으로 1996년에 개설되어 상대적으로 설립 연수가 짧은 기업들이 상장되어 있어 최근 기업 이름의 경향을 볼 수 있다는 점에서, 그리고 상대적으로 외래요소가 많이 함유된 기업 이름으로 알려진 점에 근거하여 본 연구는 KOSDAQ 기업 이름에 집중하였다[13][14].

본연구에 사용된 기업 이름은 KOSDAQ에 상장된 기업 총 1,416개 가운데 스펙(SPAC) 54개와 상장 폐지되었거나 흡수·병합되어 없어진 회사 3개를 제외하고 모두 1,358개의 기업 이름을 대상으로 한다.<sup>2</sup>

전체 기업명을 대상으로 각 기업 홈페이지의 기업정보와 네이버금융(<https://finance.naver.com/>)의 기업별 사업공시나 분기공시에 기재된 회사명 정보, 네이버([www.naver.com](http://www.naver.com))나 구글([www.google.com](http://www.google.com))에 회사 관련 기사나 회사 CEO의 인터뷰 기사 등을 통해 각 기업의 이름의 유래와 의미를 파악하였다. 각 기업 이름마다 형태소를 분리하고 한국어, 영어, 라틴어 등 기원이 된 원언어를 분류하였다.

예를 들어 한일네트웍스는 한일[한국어]+네트웍스[영어]로, 쇼박스는 쇼[영어]+박스[영어], 베스파(Vespa '말벌')는 이탈리아어로 분류하였다.<sup>3</sup> KNN처럼 알파벳으로 구성된 경우는 Korea New Network의 준말로 원래 단어가 확인되는 경우 이니셜\_두음자어로 분류되었다.

이런 분류과정에서 기업이름에 사용된 표현의 의미나 유래가 확인되지 않는 경우는 불명으로 처리하였다. 총 기업 이름 1,358개 가운데 불명으로 분류된 것은

1 한국거래소(KRX) 홈페이지 참조 (<http://open.krx.co.kr/contents/OPN/01/01010201/OPN01010201.jsp>)

2 기업리스트는 2020.07.20. 기준으로 증권거래소에 상장된 기업 리스트를 이용하였다.

3 베스파의 의미는 기업 관련 기사에서 참조한다 (<https://www.e.today.co.kr/news/view/1764129>).

377개(27.8%)이다. 이들은, (1) 단어 전체의 의미나 원어가 밝혀지지 않은 큐리언트(Qrient), 모비스(mobiis), 코다코(KODAKO), 지니틱스(Zinitix)와 같은 경우 83개, (2) 엘컴텍(Elcomtec)이나 오파스넷(Opasnet)처럼 텍이나 넷과 같이 의미를 알 수 있는 부분이 있으나 이것을 제외한 나머지 요소가 불명인 경우 68개, (3) DMS, 엘티씨(LTC), 브이티지엠펜(VT GMP)처럼 알파벳으로만 이루어졌으나 무엇의 줄임말인지 알 수 없는 경우 58개, (3) (4) 그리고 기업 이름의 일부로 원단어를 알 수 없는 알파벳이 포함된 경우가 168개이다.

불명인 기업 이름을 제외하고 총 981개의 기업 이름은 단어 혹은 관여하는 형태소의 특성에 따라 단일어, 합성어, 혼성어, 축약합성어, 파생어, 명사구처럼 구단위 이상이 관여하는 경우인 통사 요소로 분리하고, 각 부분 요소들의 어원을 밝혔다. 관여하는 부분이 온전한 단어가 아닌 경우에는 온라인 영영사전인 Merriam-Webster (<https://www.merriam-webster.com/>), Cambridge Dictionary (<https://dictionary.cambridge.org/>), 또는 Longman Dictionary(<https://www.ldoceonline.com/>)등을 참고하여 축약어, 접두사, 접미사, 결합형(combining form) 등 형태적인 특징에 따라 분류하였다. 각 형태 구조들의 분류와 정의는 Bauer, Lieber와 Plag(2013)[15], 강은경(2015)[16], 노명희(2013)[17]을 참조하였다.

합성어는 두 개의 온전한 단어가 결합하는 경우로 오리엔탈정공, 컬러레이, 액션스퀘어, 삼아제약등이 속한다. 축약어는 원단어의 일부가 사용되는 경우로 테크/텍(technology), 바이오(biology, biological), 세미/세미콘(semiconductor), 시스(systems) 등이 대표적이다. 축약합성어는 합성어처럼 둘 이상의 단어가 결합하지만 최소한 한 단어는 축약어가 사용된 경우로 인포뱅크(Information+Bank), 아이스크림에듀(Icecream+Education), 위즈코프(Wizard+Corporation) 등이 있다. 축약어의 경우 보통 단어의 앞부분 일부가 사용되거나 어형성에 참여한다. 혼성어는 둘 이상의 단어가 사용되고 일부가 사라지는 것처럼 보이지만 축약합성어와 달리 앞단어의 시작 부분과 뒤 단어의 마지막 부분이 남아있다는 점이 차이가 있다. 예를 들어 단어

[AB]와 [CD]가 결합하는 경우 혼성어는 [AD], [ABD], [ACD]와 같은 형태를 만들어낸다. 쉐트로닉스(Chemical electronics) 인터파크(Internet+Theme Park), 나무가(나무 모두가)등이 그 예이다. 파생어는 온전한 단어와 접두사나 접미사가 결합하는 경우로 코아시아(co+Asia), 그리티( grit+ee), 플리토(Flitto Flit+o)등이 있다. 통사요소는 구나 절을 이루는 경우로 바른손(바른+손), 다나와(다+나와), 위더스 제약(With+us)등이 해당한다.

## 2. KOSDAQ 기업 이름의 분석

분석에 사용된 KOSDAQ 기업 이름 1,358개 가운데 가장 먼저 주목할 점은 전체 기업 가운데 27.8%인 377개가 의미나 어원이 불분명하다는 점과 의미를 알 수 없는 알파벳을 이용한다는 점이다. 언뜻 생각하면 기업 이름은 사람 이름이나 지명과 마찬가지로 고유명사이므로 자의성이 작용할 수 있다고 할 수도 있겠지만, 한국 기업 이름의 경우에는 어원이나 유래가 불명인 이름 가운데 알파벳이 사용되는 경우가 거의 반에 달해서, 무려 48.5%에 달하는 기업명이 원단어를 확인할 수 없는 알파벳으로 이루어졌다. 이들은 홈페이지나 인터넷 검색을 통해서도 무엇의 줄임말이나 두음자인지를 알 수 없는 예들이다.

영어에서 알파벳으로 이루어진 단어들은 대체로 단어의 첫 글자를 떼어내어 줄임말로 사용한다. UN(United Nations)이나 NATO(North Atlantic Treaty Organization)가 대표적인 경우이다. 미국이나 영국 기업 이름 가운데 알파벳으로 이루어진 것은 기업 홈페이지에 무엇의 줄임말인지를 명시하는 것이 보편적이다. P&G는 Procter & Gamble이라는 설립자들의 이름을 딴 두음자어라는 설명이 홈페이지에 명시되어 있고, 흔히 GM이라고 불리는 회사는 General Motors의 줄임말임이 잘 알려져 있다.

한국어에는 이렇게 의미나 어원을 밝히지 않는 알파벳의 사용이 많다는 것은 영어적 인상을 주지만 실제 영어적 조어법이라고 보기는 어려운 형태임을 알 수 있다. 이것은 기업 이름이 기업에 대한 정보를 주거나 다른 기업과 구별되는 것이 아니라 무슨 기업인지 알 수 없게 되는 불투명성을 높이는 요소가 된다.

로마자 알파벳을 이용한 기업이 많다는 점은 조성문(2007)과 김양홍·서희순(2014) 역시 보고하는 것으로, 공통적으로 이런 기업의 경우 기업의 업종을 파악할 수 없다는 점을 지적한다.

Stockwell과 Minkova(2001:5)와 Rivkin과 Sutherland(2004:51)에 따르면, 광고 전문가나 기업 이름 작명가들은 기업 이름이나 브랜드 이름의 형성에 기존의 단어를 조합하여 새로운 단어를 형성하는 것을 선호한다. 이것은 기존의 단어에 의존하되 새로운 의미와 이미지를 만들어 내어 소비자에게 기업과 생산물/서비스에 대한 연상을 통해 효과적으로 작용하기 때문이다. 기원이나 유래를 알 수 없는 알파벳의 사용은 오히려 이런 연상 효과 및 투명성을 해치는 것은 분명하다.

기업 이름 가운데 의미와 어원이 불명인 기업을 제외하고 총 981개의 기업 이름에 사용된 구성 요소별 예를 보면, (1a)는 우리말과 한자를 포함한 한국어로만 구성된 것이고, (1b)와 (1c)는 영어 요소가 관여하는 예인데, (1b)는 영어 단어나 영어 단어의 이니셜, 축약형이 사용된 경우를, (1c)는 한국어와 영어 요소가 같이 사용되는 경우를 보여준다. (1d)는 영어가 아닌 외국어가 관여하는 예로, 외국어만 사용된 경우와 외국어와 영어 또는 한국어가 함께 사용된 기업 이름을 포함한다.

(1) 기업 이름에 사용된 구성 요소의 어원별 분류

- a. 파수, 국순당, 경동제약, 참좋은여행
- b. 파라다이스, 티케이케미컬, 네이처셀
- c. 오리엔트정공, 녹십자랩셀, AP위성, 메카로 (<mechatronic+路), 다윈시스(<System)
- d. 상지카일룸(<Kaelum ‘신들의거처’, 라틴어), 압타 바이오(<Apta ‘too fit’, 그리스어), 비텐트 (<Vident ‘seer, viewer’, 스페인어), 슈퍼젠코리아 (<Spiegel ‘거울’, 독일어), 본느(<Bonne ‘좋은’ 프랑스어), 형성그룹(<형성, 중국기업)

어원에 따른 구성 요소별 빈도는 [그림 2]와 같다. 한자나 한국어로만 이루어진 경우는 218개(22%)이고, 영어 요소로만 이루어진 기업 이름이 526개(54%), 영어와 한국어가 같이 사용된 것이 199개(20%), 영어가 아닌 다른 외국어가 관여한 것은 38개(4%)이다.

어원의 분류에 따른 분포를 보면 영어와 영어 이외의 기타외국어가 포함된 경우가 무려 78%로, 기업 이름이라는 특정 부문에서는 한국어 이름보다 외국어 이름이 거의 4배 더 많이 사용된다는 것을 보여준다.

그 가운데 영어가 아닌 외국어가 관여한 것은 전체의 4%에 불과하고, 영어가 관여한 이름이 전체의 74%에 달한다. 이것은 KOSDAQ 기업 이름의 경우 영어가 독점하고 있다는 것을 보여준다. 이것은 한국어에서 세계화라는 것은 영어를 통해 이루어진다고 해석된다는 것을 보여준다.

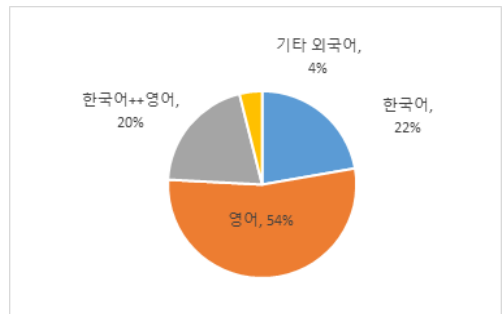


그림 1. KOSDAQ 기업 이름의 구성 요소의 어원적 분류

KOSDAQ 기업명을 구성 요소의 개수만으로 살펴보면, 다음 [그림 2]와 같다.

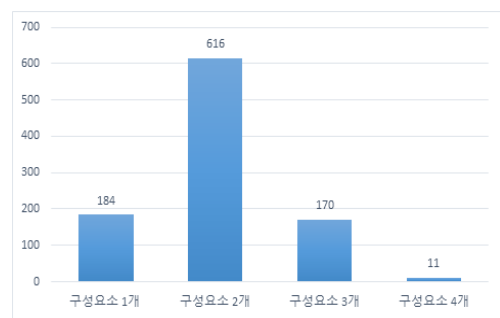


그림 2. KOSDAQ 기업 이름의 구성요소 개수

전체 981개의 기업 이름 가운데 가장 많은 것은 2개의 구성 요소로 이루어진 것으로 616개(62.8%)에 달한다. 그다음으로 단일요소로 이루어진 이름이 184개(18.8%), 3개의 구성 요소로 이루어진 이름이 170개(17.3%)이다. 4개 요소로 이루어진 단어는 11개(1.1%)

에 불과하다.

구성 요소 1개로 이루어진 기업 이름은 영어 구성요소의 특성을 잘 보여준다. 전체 184개 가운데 영어 요소가 관여한 경우 125개(67.9%) 중에서 (2a)처럼 온전한 영어 단어가 쓰인 것은 21개(11.4%)에 불과하고 대다수는 (2b)와 같이 영어 이니셜이 사용된 두음자어로 95개(51.6%)나 된다.

(2) 구성요소 1개로 이루어진 기업 이름

- a. 포티스(Fortis), 넵툰(Neptune), 레몬(Lemon)
- b. YTN(⟨ Yonhap Television News), 씨아이에스(CIS⟨ Creative & Innovative System), 카스(CAS⟨ Come And Succeed)

(2b)와 같은 두음자어 대부분은 알파벳을 각각 따로 떼어 발음하지만, 카스(CAS)처럼 음절로 영어식 발음을 하기도 한다. 이렇게 음절발음을 하는 것은 22개로 1개 구성 요소로 이루어진 기업 이름 두음자어 가운데 23.1%를 차지한다. 두음자어는 원단어가 무엇인지 알 수 있는 경우로 의미불명인 알파벳 기업 이름과는 구별되지만, 일반 화자들의 경우 일부러 그 내용을 찾아보기 전에는 여전히 의미 파악에 부담이 되고 불투명하다는 점을 무시할 수 없다.

기업 이름 가운데 구성 요소 2개로 이루어진 것은 모두 616개(62.8%)로 가장 많은 수를 차지하는데 이들은 KOSDAQ 기업 이름의 형태론적 특성을 잘 보여준다. 우선, 어원적 특성으로 보면, (3a)처럼 한국어로만 이루어진 것은 123개로 20%에 불과하다. 나머지 중에서 (3b)처럼 영어를 제외한 외국어가 사용된 것은 22개(3.6%)에 불과하고 나머지 76.5%는 (3c)처럼 모두 영어가 관여한 예로, 역시 영어가 관여하는 이름이 절대적이라는 것을 알 수 있다.

(3) 구성 요소 2개로 이루어진 기업 이름의 어원

- a. 한국어만 (20%)
  - 현대통신, 나무기술, 노랑풍선, 이루온(⟨이루다+溫)
- b. 영어 제외 기타 외국어 관여 (3.6%)
  - 테고사이언스(⟨Tego 'I cover' 라틴어+Science), 감마누(Γν 그리스어), 메드팩토(⟨med

‘의학’ 영어+pecto ‘약속’ 스페인어)

c. 영어 요소 관여 (76.5%)

리더스코스메틱, 엠게임(M Game ⟨Multiplayer+Game), 대창스틸(⟨Steel), 동양이엔피(⟨동양+Energy & Power), 그리티(Grit+ee)

2개의 구성 요소로 이루어진 기업 이름들은 내부 구조 분석을 통해 기업 이름의 형태론적 특성을 잘 보여준다. 이들을 형태론적으로 분류해보면 다음과 같다.

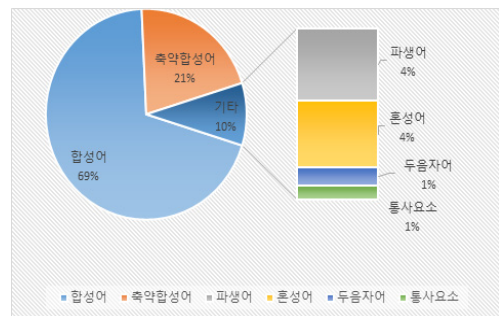


그림 3. 2개 구성요소 기업명의 형태론적 구조 분석

[그림 3]은 2개 구성 요소로 이루어진 기업 이름 가운데 어원과 무관하게 독립적인 2개의 요소로 이루어진 합성어가 428개로 69%를 차지한다는 것을 보여준다. 축약합성어가 129개(21%)로 대다수를 차지한다. 기타 소수의 경우는 파생어 25개(4%), 혼성어 25개(4%), 두음자어(1%), 그리고 통사구조가 사용된 경우 1%로 미미하다. 형태 구조에 따른 기업 이름의 예는 다음과 같다.

(4) 기업 이름의 형태 구조 분석

- a. 합성어: 디지털대성, 쇼박스, 웹캐시
- b. 축약합성어: 우리바이오(⟨biology)나 인포바인(⟨Information+vine); 이스트소프트(⟨Emotional Science& Technology+Software); 와이솔(⟨Wireless+Solution), 파라텍(⟨Paradise+Technology)
- c. 혼성어: 켐트로닉스(⟨Chemical +electronics), 인터파크(⟨ Internet + Theme Park), 에너지토크(⟨Energy+Tork)

- d. 다음자어: 비디아이(BaeDoo Industry), iMBC(Internet MBC)
- e. 통사구조: 위메이드(we made)

기업 이름이 3개 이상의 구성 요소로 이루어진 것은 181개(18.5%)인데, 상대적으로 긴 기업 이름에서 한국어로만 이루어진 것은 26개(14.4%)에 불과하다. 영어 이외의 외국어가 관여한 경우 5개를 제외하면 85.2%에 달하는 150개의 기업 이름은 영어 요소가 관여한 것들이다. [그림 4]는 세 개 이상의 구성 요소가 포함된 기업 이름에서 각 구성 요소의 어원을 분석한 것을 보여준다.

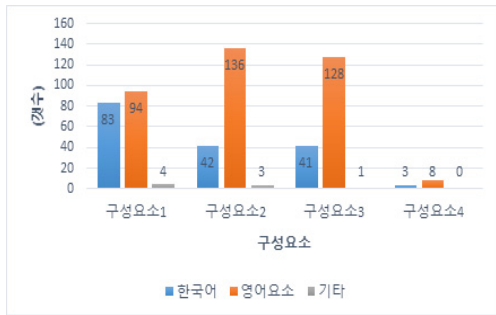


그림 4. 3개 이상 구성 요소가 관여한 기업 이름에서 각 구성요소의 어원 분석

[그림 4]가 보여주는 것은 전체적으로 한국어 요소보다는 영어 요소가 훨씬 많이 사용된다는 것과 구성 요소의 위치와 원어의 어원과의 관계에서 기업 이름의 시작 부분에서는 한국어 요소가 83개(45.9%)와 영어 요소가 94개(51.9%)로 비슷하게 사용되지만 두 번째 구성 요소부터는 영어가 월등히 많이 사용된다는 것이다.

## V. 논의 및 결론

이상의 논의에서 KOSDAQ 기업 이름에 대한 형태론적 분석을 제시하였다. 어원적으로 보아 한국어보다 오히려 외래요소가 더 많이 사용된다는 것과 외래요소 가운데 영어 요소가 독점적인 지위를 누릴 정도로 대다수를 차지한다는 점이 지적되었다. 이런 발견은 정도의

차이는 있으나 기존의 연구와 기본적인 경향은 같은 것으로 보인다. 하지만 본 연구에서는 코스닥 기업을 1/10 정도 선별하여 진행한 기존의 연구와 달리 1,358개 기업 이름 전체를 분석하는 연구를 통해 기업 이름에서 드러나는 새로운 특징을 찾아볼 수 있다. 그것은 바로 기업 이름에 영어 요소가 많이 사용된다는 점은 분명한데, 과연 이것이 영어가 많이 사용된다는 것과 같은 것인가 하는 문제이다. 기업 이름에 사용되는 영어 요소의 특징을 통해 이런 문제에 대한 답을 찾아보면 다음과 같다.

우선, 가장 주목할 점은 알파벳의 사용이다. 전체 기업 이름 1,358개 가운데 알파벳이 사용되는 경우는 모두 472개(34.8%)나 된다. 일견 이들이 기업 이름을 줄여 쓰는 이니셜로 보일 수 있지만, 사실은 이 가운데 알파벳의 유래를 알 수 없는 불명인 것이 알파벳이 사용된 기업 이름의 47.9%로 거의 반을 차지한다. 이들은 기업의 홈페이지 등에 알파벳의 유래가 되는 원단어를 밝힌 나머지 기업들과 대비된다. 알파벳이 무엇을 대체하는지 알 수 없는 경우, 기업의 성격이나 사업내용에 대한 정보를 전혀 주지 못한다. 이것은 기업의 이름이 무엇을 의미하는지보다 영어처럼 보이는 것이 중요하다는 경향을 극명하게 보여준다.

이것은 영어처럼 보이는 요소들을 모두 영어로 분석할 수 없다는 것을 보여주는 것으로, 실제로 기업 이름에 영어의 사용이 늘어나는 것이 아니라 영어처럼 보이는 요소들이 늘어났다는 것을 의미한다고 할 것이다. 세계화된 시장에서 발음의 용이와 시장의 확대를 목표로 영어식 이름을 사용한다고 해도, 이와 같은 알파벳으로 이루어진 기업 이름의 사용이 기업의 이미지나 신뢰도에 도움이 될지 의문이 생기는 부분이다. 실제로 영어식 이름이 소비자에게 미치는 영향에 대해서는 논란이 있다[4][5]는 것을 고려하면 영어 모국어 화자나 외국인에게 어떻게 받아들여질지에 대한 연구가 더 필요한 것으로 보인다.

두 번째로 기업 이름에 사용되는 영어 요소의 특징은 빈번한 영어 축약어의 사용을 들 수 있다. 기업 이름에 사용된 영어 요소는 영어의 단어가 그대로 사용되는 것보다 축약어가 더 많이 사용되는 것을 볼 수 있다. 예를 들어 영어 단어인 technology를 보면, 이 단어를 그대

로 사용하는 경우는 총 981개의 기업 이름 가운데 5개에 불과하다. 하지만 축약어인 '텍'은 77개, '테크'는 26개의 기업 이름에 나타난다. '텍'과 '테크'는 전체 981개 합성어의 10.5%나 사용되었다. networks와 축약어인 넷은 둘 다 각각 7개로 비슷하게 사용되고 있으나 '메디칼'(2개)보다 축약어인 '메드'(5개)나 '메디'(4개)가 더 많이 사용된다.

어원이 되는 영어 원단어는 기업 이름에 사용되지 않는데 축약어만 사용되는 일도 있다. biology 또는 biological의 줄임말로 사용되는 '바이오'는 24개의 기업 이름에 사용되었으나 원단어인 biology나 biological은 한 번도 사용되지 않았다. software의 축약형인 '소프트'(8개), pharmaceutical의 줄임말인 '팜'(9개)과 '파마'(2개)도 있다.

이와 더불어 영어의 의존형태소가 독립적인 단어로 자유롭게 사용되는 양상도 나타난다. 예를 들어 영어에서는 접두사로 사용되는 영어 접두사인 '바이오'와 더불어 '나노(<nano-)<(8개), 네오(<neo-)<(8개), 마이크로(micro-)<(6개)는 한국 기업 이름에서 독립된 단어처럼 자유롭게 사용되며 위치에도 구애받지 않는다. '나노(NANO)'라는 기업명은 나노가 접두사가 아니라 독립된 단어로 기능하는 것을 보여준다. '마이크로디지털', '마이크로텍', '마이크로프렌드' 등은 '마이크로'가 접두사인지 독립적인 단어인지 불분명하지만, '루미마이크로', '매직마이크로'를 보면 '마이크로'가 접두사로 사용되는 것이 아니라 다른 단어 뒤에서 독립된 단어로 사용되는 것을 알 수 있다.

외국어가 차용되는 경우 원어의 단어구조는 무시되는 경우는 종종 있다. 예를 들어 영어의 의존형태소 가운데에서도 한국어에 독립된 단어로 차용된 경우로 '원칙, 주의'를 의미하는 이즘(<-ism), '학문'을 의미하는 로지(<-logy) 등이 있다[16]. 그리고 영어 단어의 일부를 받아들여 사용하는 경우로 -파라치(<파파라치), -토피아(<유토피아) 등이 있으며 이들은 의존형태소의 범위를 벗어나 독립단어가 되는 경향을 보이기도 한다[17]. 기업 이름에서도 역시 영어 형태소의 구조를 무시하고 반복적으로 나타나는 요소를 독립적인 형태로 사용하는 경향을 보인다는 것을 알 수 있다. 극단적으로는 나노스(Nano+s)나 메타바이오메드(MetaBioMed)처럼 접

두사+접미사, 또는 접두사만으로 이루어진 기업 이름이 있다는 것이 이런 점을 뒷받침해준다.

한 가지 흥미로운 점은, 영어의 접두사나 접두결합형인 경우는 이렇게 축약어로 독립적으로 사용되지만, 상대적으로 접미사는 이렇게 떼어내어 사용되는 경우가 없다는 점이다. 다만 여기서 주목할 점은, 영어 단어의 축약형처럼 보인다고 해서 영어식 표현이나 영어의 어형성규칙이 작동하는 것이 아니라 영어 요소를 한국어처럼 사용한다는 점이다.

자유로운 축약어의 사용과 영어 의존 요소의 독립적 사용은 영어에서 축약어로 사용되는 단어나 독립적인 단어가 한국어에 차용되는 것이 아니라 한국어에서 만들어지는 단어들이다. 즉, 이들은 한국식 영어라는 것이다. 기존의 연구에서는 한국어에서 사용되는 영어는 대체로 차용어로 분류되어 분석했으나 영어에서 사용되거나 발견되지 않는 형태는 콩글리시(Konglish)라고 불리며 부정적인 평가를 받아왔다 [18-20].

하지만 기업 이름에서 볼 수 있듯이 영어에서는 발견되지 않는 축약어인 '시스(<system)', '위즈(<wizard)', '엔터(<entertainment)', '세미(<semiconductor)', '넥스(<next)', '이노(<innovation)', '일렉/일렉트로(<electronics)' 등은 반복적으로 사용되며, 더불어 영어 단어처럼 보이지만 의미상 축약된 형태로 소프트웨어 대신에 소프트(<software), 네트워크(networks) 대신에 넷/네트가 새로운 의미를 가지는 한국식 영어로도 사용된다. 즉, 이들은 원래 영어 단어인 'soft'나 'net'와 다른 의미로, 한국식 줄임말로 기업 이름 형성에 활발하게 참여한다.

Kiaer와 Bordilovskaya(2017)은 일본어와 한국어에 나타나는 영어를 모두 차용어(loanwords)라고 볼 수 없다고 주장하며 1세대 차용어와 2세대 차용어로 분류하고 2세대 차용어의 특징으로 "일본/한국에서 만들어진 단어(the words that are born and made in Korea and Japan)"라고 설명한다[20]. 한국의 기업 이름에 나타나는 영어 요소들은 이들의 2세대 차용어의 특성을 잘 보여준다. 특히 KOSDAQ은 1997년 이후에 만들어진 것으로 상장 기업들의 이름 역시 상대적으로 일본어나 다른 언어를 거쳐 들어오는 형태보다는 직접 영어의 영향을 받는 형태라고 볼 수 있는데, 이들



이 영어 형태에 구속되는 것이 아니라 자유롭게 영어 단어를 이용한 단어형성을 하고 있다는 것을 알 수 있다.

이와 같은 축약어의 사용이 기업 이름에만 국한되는 것이 아니라는 점을 고려하면[10][11][20], 이것은 부정적으로 볼 것이 아니라 오히려 한국어에서 생산적으로 작동하는 단어형성 규칙으로 보아야 할 것이다. 영어교육적인 입장에서도 이상도□김영순(2009)과 이승복(2014)등은 한국식 영어가 자연스러운 중간언어 과정으로 보아야 하며 오히려 목표언어에 대한 친밀도를 높여 영어학습에도 부정적이지만은 않다고 주장한다.[21-23].

이상에서 1997년 이후 만들어진 KOSDAQ 상장 기업 이름을 중심으로 한국어에서 영어 요소가 어떻게 사용되는지를 살펴보았다. KOSDAQ 기업 이름에 대한 분석을 통해 특정 부문이긴 하지만 기업 이름에 한국어보다 영어나 외래언어 요소가 더 많이 사용되며 특히 영어 요소들의 독점적인 지위를 가진다는 것을 확인할 수 있었다. 그리고 영어 요소들의 특징과 기업 이름의 형태론적 구조에 대해 살펴보았다. 이 과정에 작용하는 영어 요소들이 단순한 영어 단어의 차용이 아니라 한국어에서 생산적인 축약이나 합성과 같은 단어형성 과정을 거친다는 것을 보였다. 이 영어 요소들은 영어에서 도입된 차용어로 분석할 수 없는 한국식 영어로 분석되어야 한다고 주장했다. 이러한 한국식 영어는 잘못된 영어로 고쳐야만 하는 요소가 아니라 세계영어(World Englishes)의 한 부분으로 생산적으로 사용될 수 있는 소지가 있으며[24][25], 창의적이고 생산적인 언어활동의 일부로 보아야 할 것이다.

\* 이 논문을 심사하고 도움말을 주신 심사위원들에게 감사드립니다. 모든 오류는 저자의 몫이다.

**참 고 문 헌**

[1] T. Blackett, *Trademarks*, London: Palgrave Macmillan Press LTD, 1998.  
 [2] E. Pillar, "Brand name formation," *Nomina*

*Africana*, Vol.15, No.1-2, pp.189-202, 2001  
 [3] D. Marcel, *Why It Sells: Decoding the Meanings of Brand Names, Logos, Ads, and Other Marketing and Advertising Ploys*, Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2008  
 [4] 박기완, *소비자의 제품평가에 미치는 외국어 브랜드명의 효과에 관한 연구*, 서울대학교 경영학, 석사학위논문, 1998.  
 [5] 송영균, "상호변경이 주주의 부에 미치는 영향에 관한 연구," *증권학회지*, Vol.13, pp.67-101, 1991.  
 [6] 이청림, 차문경, "윤리적 제품, 이름만으로 충분인가? 브랜드 명성과 지각된 윤리성의 정도가 소비자의 선택에 미치는 영향," *한국콘텐츠학회논문지*, Vol.20, No.3, pp.527-541, 2020.  
 [7] 김명호, 김일용, "한국 기업들의 기업명 구조 및 작성의도 분석에 관한 연구," *사회과학 담론과 정책*, Vol.7, No.1, pp.25-44, 2014.  
 [8] 조성문, "기업 이름의 표기에 대한 연구," *언어학*, 제15권, 제1호, pp.1-14, 2007.  
 [9] 김양홍, 서희순, "국내 기업명에 나타난 어형성의 방식 고찰," *영어영문학*, 제19권, 제3호, pp.99-116, 2014.  
 [10] 이상도, 김영순, "영어 차용어 축약과 한국식 영어," *영어교육연구*, 제21권, 제2호, pp.333-347, 2009.  
 [11] 표시연, "영어 형태소가 합성된 신조어 생성의 형태론적 유형에 대한 고찰," *언어*, 제42권, 제1호, pp.97-120, 2017.  
 [12] J. O. Lee, "Lexicalization patterns of neologisms in Korean under the influence of English," *International Area Review*, Vol.13, No.3, pp.167-180, 2010.  
 [13] 난해한 코스닥 상장사 이름들...이름 속 숨겨진 비밀은? *조선비즈*, 2015.04.25. [retrieved from [https://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/2015/04/24/2015042402548.html](https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2015/04/24/2015042402548.html)]  
 [14] 신사업 성공은 이름부터...서명 변경의 경제학. *매경이코노미* 제 2046호. 2020.02.19.~25일자. [retrieved from <https://www.mk.co.kr/news/economy/view/2020/02/179676/1>]  
 [15] L. Bauer, R. Lieber, and I. Plag, *The Oxford Reference Guide to English Morphology*, Oxford University Press, 2013.

- [16] 강은경, “형태범주의 연속성에 대한 연구: 영어혼성어의 파편을 중심으로,” 언어연구, 제30권, 제4호, pp.663-684, 2015.
- [17] 노명희, “접미사 부류의 탈문법화 양상,” 반교어문연구, 제35권(단일호), pp.129-164, 2013.
- [18] 강은경, “혼성과 신형태소의 생성: 한국어 파편을 중심으로,” 언어연구, 제31권, 제4호, pp.797-816, 2016.
- [19] 이선영, “상호, 상표 분야의 외래어 사용,” 새국어생활, 제8권, 제2호, pp.103-119, 1998.
- [20] J. Kiaer and A. Bordilovskaya, “Hybrid English words in Korean and Japanese: a strange brew or an asset for global English?,” Asian Englishes, 2017, [DOI: 10.1080/13488678.2016.1278116].
- [21] 김세림, *초등학교 교과서에 제시된 영어중심 외래어 분석*, 석사학위논문, 한국교원대학교, 2004.
- [22] 이승복, “영어교육과 콩글리쉬의 재조명: 자연주의 관점에서,” 영어영문학연구, 제56권, 제2호, pp.231-258, 2014.
- [23] 이영화, “행위공동체 내의 언어·사회·문화: 국내외 사례를 통한 영어간판의 오류분석과 사회·문화적 양상,” 한국콘텐츠학회논문지, 제19권, 제6호, pp.504-512, 2019.
- [24] J. Svartvik and G. Leech, *English: One Tongue, Many Voices*, Palgrave Macmillan, 2006.
- [25] 김선재, 이영화, “영어능력과 국가 경제성장과의 관계: OECD 비영어권 국가들을 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제11권, 제1호, pp.329-339, 2011.

저 자 소 개

강 은 경(Eungyeong Kang)

정회원



- 1989년 2월 : 서울대학교 영어교육과(학사)
- 2004년 5월 : Cornell University, Linguistics(박사)
- 2007년 9월 ~ 현재 : 상명대학교 영어권지역학 전공 교수

<관심분야> : 언어학, 음운론, 형태론, 영어학, 영어교육