

МОВИ НАРОДІВ АЗІЇ, АФРИКИ, АБОРИГЕННИХ НАРОДІВ АМЕРИКИ ТА АВСТРАЛІЇ

УДК 811.531'373.613:811.111:[004.738.5:339]
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.5.2/20>

Голод В. М.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Андріанов Д. В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Кінджибала О. С.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ГРАМАТИЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ КОРЕЙСЬКОЇ МОВИ НА ПРИКЛАДІ САЙТІВ-МАРКЕТПЛЕЙСІВ

Стаття присвячена дослідженню лінгвістичних особливостей та граматичних перетворень корейської мови на прикладі популярних сайтів-маркетплейсів, таких як Coupang, Gmarket, 11st та інших. Мета дослідження полягає в аналізі змін, які відбуваються в корейській мові під впливом цифрових технологій та глобалізації, зокрема в контексті електронної комерції. Особлива увага приділяється вивченню того, як впровадження скорочень, англіцизмів та спрощених граматичних конструкцій впливає на мовні практики в інтернет-середовищі.

Для досягнення поставленої мети в роботі використовуються різні методи. Зокрема, застосовано лінгвістичний аналіз текстів, розміщених на вебсайтах маркетплейсів, що дозволяє виявити ключові граматичні зміни, такі як скорочення дієслівних форм, спрощення синтаксичних структур і відмову від формальної мови. Також проведено кількісний та якісний аналіз використання англіцизмів у текстах, що допомагає зрозуміти їх роль у процесах адаптації корейської мови до глобалізаційних умов.

Результати дослідження вказують на те, що цифрові платформи електронної комерції активно впливають на трансформацію мови, створюючи нові форми комунікації, які є більш доступними для користувачів. Очікується, що стаття розкриє, як спрощені граматичні конструкції та лексичні запозичення з англійської сприяють ефективнішій комунікації між продавцями та покупцями, оптимізуючи взаємодію на маркетплейсах.

Важливість дослідження полягає в тому, що воно не лише виявляє та описує нові лінгвістичні тенденції в корейській мові, але й підкреслює значення глобалізації та цифрових технологій у формуванні сучасних мовних практик. Результати можуть бути корисними для мовознавців, що вивчають зміни у мовах під впливом інтернет-комунікацій, а також для фахівців з електронної комерції, які прагнуть покращити мовну адаптацію своїх платформ для залучення більшої аудиторії. Це дозволяє краще зрозуміти, як сучасні лінгвістичні процеси адаптуються до умов стрімкого розвитку інформаційних технологій та глобалізації, демонструючи нові мовні тенденції, що виникають у корейській мові під впливом електронної комерції.

Ключові слова: корейська мова, лінгвістичні особливості, граматичні перетворення, маркетплейси, скорочення, англіцизми, інтернет-комунікація, глобалізація.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток цифрових технологій та поширення електронної комерції змінюють способи комунікації та мовні

структури в різних мовах світу, зокрема в корейській мові. Корейські сайти-маркетплейси, такі як Coupang, Gmarket та інші, стали важливими май-

данчиками не лише для комерційної діяльності, але й для формування нових лінгвістичних явищ. Вони впливають на структуру мови, спричиняючи скорочення слів, запозичення англіцизмів та спрощення граматики для зручності комунікації в онлайн-середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій на тему лінгвістичних особливостей та граматичних перетворень корейської мови на прикладі сайтів-маркетплейсів охоплює різноманітні аспекти, що включають як когнітивні, так і соціолінгвістичні підходи до вивчення мови в цифровому просторі. Дослідження Сергеевни та її колег (2022 р.) акцентує увагу на впливі англійських брендів і слоганів на корейську мову, що є безпосередньо пов'язаним із лінгвістичними особливостями корейських сайтів-маркетплейсів. Це показує, як глобалізація та англійська мова впливають на зміни в корейській граматиці й лексиці в цифровому середовищі.

Хан Хевон та Кім Юна (2015 р.) аналізують тренди та типологію корейського вебконтенту, що включає маркетплейси як частину загальної онлайн-екосистеми. Їх дослідження надає цінну інформацію про те, як розвиваються мовні стратегії на вебсайтах, особливо в умовах стрімкого цифрового розвитку. Джей Джордан і Джастін Уїтні (2016 р.) досліджують міжнародну адаптацію вебконтенту, що включає корейські маркетплейси та їхню здатність до лінгвістичних трансформацій для глобальної аудиторії.

Таким чином, аналіз наявних джерел показує, що корейська мова на маркетплейсах зазнає значних змін під впливом глобалізаційних процесів, цифрових технологій та інтернаціоналізації, що відображено в граматичних перетвореннях та нових лексичних формах.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження лінгвістичних особливостей та граматичних перетворень корейської мови на прикладі сайтів-маркетплейсів. Аналіз спрямований на вивчення впливу цифрових технологій і електронної комерції на мовні структури, зокрема використання скорочень, англіцизмів та спрощення граматики, а також їхні наслідки для сучасної корейської мови.

Виклад основного матеріалу. У сучасну епоху стрімкого розвитку цифрових технологій та глобалізації, мовні трансформації відіграють важливу роль у адаптації національних мов до нових умов комунікації. Одним із прикладів таких змін є корейська мова, яка зазнає впливу електронної комерції, зокрема через використання на маркет-

плейсах, таких як Coupang, Gmarket, 11st та інших популярних платформах. Дана робота присвячена дослідженню лінгвістичних особливостей та граматичних перетворень корейської мови, що виникають у процесі спілкування в інтернет-середовищі, на прикладі таких вебсайтів.

Основними аспектами, які розглядаються у роботі, є використання скорочень, англіцизмів та спрощених граматичних конструкцій у текстах на маркетплейс платформах.

Скорочення, як важлива частина комунікації в онлайн-торгівлі, дозволяють передавати великі обсяги інформації у стислій формі, що є необхідним у контексті обмеженого простору на вебсторінках. На маркетплейсах можна зустріти кілька видів скорочень:

- **Абревіатури:** Слова або фрази скорочуються до кількох початкових літер. Наприклад, «무배» (безкоштовна доставка) є скороченням від «무료배송».

- **Складання початкових складів:** Наприклад, замість слова «할인» (знижка), може використовуватись «할».

- **Часткові скорочення слів:** Замість повних слів використовуються лише початкові чи важливі для розуміння частини. Це спрощує написання і читання, особливо на невеликих екранах мобільних пристроїв.

Основна мета скорочень – економія часу та спрощення сприйняття інформації. У контексті маркетплейсів це критично важливо, оскільки користувачі часто переглядають десятки чи сотні товарів, і їм потрібно швидко ухвалювати рішення. Скорочені форми дозволяють зменшити обсяг тексту, що відображається на екрані, і при цьому передавати ту саму інформацію.

Широке використання скорочень поступово змінює мовні звички користувачів, особливо молоді. Використання скорочень не обмежується лише онлайн-платформами; воно проникає і в повсякденне спілкування. Ця тенденція свідчить про те, що мова стає більш адаптивною та чутливою до умов середовища, в якому вона функціонує. Проте існують побоювання, що надмірне використання скорочень може призвести до втрати багатства мовних конструкцій та складніших форм вираження думок.

Англіцизми, які активно інтегруються у корейську мову, відіграють значну роль у лексичному наповненні описів товарів, особливо тих, що стосуються технологічних новинок або сучасних тенденцій. Вплив англійської мови спричинений не

лише глобалізаційними процесами, але й потребою у швидкому та зрозумілому донесенні інформації до широкої аудиторії, яка знайома з міжнародною термінологією [1, с. 403].

У середовищі електронної комерції англіцизми мають важливе функціональне значення. Багато термінів, пов'язаних з технологіями, інноваціями, маркетингом або самою індустрією торгівлі, запозичені з англійської мови [2, с. 97]. Це зумовлено тим, що велика частина нових технологій та бізнес-стратегій розвивається на заході, а разом із ними приходять і нові лексичні одиниці.

На корейських маркетплейсах активно використовуються такі англійські слова та вирази, як:

- **Sale** (세일) – знижка, акція.
- **Best-seller** (베스트셀러) – найпопулярніший товар.
- **New arrival** (뉴 어라이벌) – новинка.
- **Delivery** (딜리버리) – доставка.
- **Item** (아이템) – товар.

Ці терміни часто використовуються в оригінальній англійській формі або адаптуються до корейської граматики і фонетики. Наприклад, слово «sale» може бути записане як «세일», а «item» – як «아이템». Таке поєднання двох мов підкреслює глобалізацію і легкість, з якою корейська мова інтегрує іноземні слова.

Часто рекламні слогани перекладаються буквально, що допомагає зберегти впізнаваність бренду, але не завжди передає оригінальне значення [1, с. 405]. Наприклад, слоган бренду Nike «**Just do it**» був перекладений на корейську як «그냥 해» (буквально: «просто зроби це»). У цьому випадку слоган адаптувався до корейської мови, але також є варіант, де він був транскрибований корейською абеткою як «저스트 두 잇», що в точності передає оригінальне звучання англійською. Таким чином, з одного боку зберігається фонетична ідентичність бренду, а з іншого – локалізується для легкого сприйняття корейськими споживачами.

Іншим підходом є використання літерного запозичення назв брендів та продуктів. Наприклад, «**Colossal Waterproof Mascara**» було транскрибовано як «콜로셀 워터프루프 마스크라». Тут можна було б замінити слово «콜로셀» на корейське слово «거대한» (що означає «величезний, колосальний»), але для збереження ідентичності бренду віддається перевага літерному запозиченню. Тож, можна ототожнити, що корейські споживачі мають сприймати бренд так само, як і міжнародні клієнти.

Англійська мова на корейських маркетплейсах також виконує роль певного маркера престижу та сучасності. Продукція або послуги, представлені англійськими або транскрибованими з англійської на корейську словами, часто сприймаються як більш інноваційні, сучасні або навіть престижніші, ніж ті, що представлені лише словами з корейської мови [3, с. 40]. Наприклад, слова на кшталт «premium» (프리미엄) або «luxury» (럭셔리) часто використовуються для позначення товарів високої якості або дорожчого сегменту.

Такий ефект пов'язаний із загальним сприйняттям англійської мови в корейському суспільстві. Вона вважається мовою високих технологій, успішного бізнесу і глобальної інтеграції. Тому використання англіцизмів у рекламі або описах товарів допомагає компаніям створювати образ сучасного бренду, що відповідає міжнародним стандартам.

Однією з характерних рис корейських маркетплейсів є широке використання гібридних форм мови, де англійські слова поєднуються з корейськими граматичними елементами. Це явище створює так зване поняття *конгліш* (konglish) – комбінації англійських та корейських слів, які легко сприймаються носіями корейської мови, але водночас є зрозумілими для міжнародної аудиторії.

Приклади таких гібридних виразів включають:

- **쇼핑몰 (shopping mall)** – торговий центр.
- **패션 아이템 (fashion item)** – модний товар.
- **이벤트 (event)** – подія або акція.
- **브랜드 (brand)** – бренд.
- **스타일리스트 (stylist)** – стиліст.

Такі конструкції збагачують мову, додаючи нові смисли, однак вони також викликають занепокоєння щодо можливого витіснення корейських відповідників, які в деяких випадках поступово зникають або використовуються рідше. Це відбувається через маркетингові стратегії сучасного рекламного ринку, хвиль вестернізації та зміни вектору моди у Кореї на виклики запитів сьогоденішнього пересічного споживача.

Грамматичні перетворення корейської мови також є важливим елементом дослідження. Часто застосовується стратегія зі спрощення граматичних конструкцій, що часто зустрічаються на маркетплейсах. Це включає скорочення закінчень дієслів, відмову від формальної мови та зменшення кількості складних синтаксичних структур на користь простих та зрозумілих речень [4, с. 22]. Така тенденція до спрощення сприяє швидкому сприйняттю інформації покупцями та забезпечує

ефективну комунікацію в умовах швидкого темпу життя.

Однією з основних причин спрощення граматики в корейській мові є необхідність зручного спілкування між носіями різних мов. Глобалізація та інтенсивний розвиток міжнародних зв'язків призводять до того, що корейці все частіше використовують англійську мову як засіб комунікації [5, с. 106]. Це може бути пов'язано із зростанням популярності західних брендів, які активно використовують корейський ринок для просування своїх товарів.

Наприклад, у рекламі косметики, такої як «Сію», використовуються прості конструкції, які легко запам'ятовуються: «완벽한 피부» (ідеальна шкіра). Такий підхід дозволяє привернути увагу молодіжної аудиторії, яка віддає перевагу коротким і зрозумілим повідомленням.

Спрощення граматики також відбувається в контексті адаптації іноземних слоганів і брендів для корейського ринку. Багато компаній, таких як **McDonald's** і **KFC**, адаптують свої рекламні слогани, зберігаючи їхнє основне значення, але при цьому спрощуючи граматичні конструкції для кращого сприйняття корейською аудиторією.

Наприклад, слоган **McDonald's** «I'm lovin' it» адаптовано до «나는 그것을 좋아해», який дослівно перекладений (Я люблю це), і демонструє простоту та зрозумілість. Інший приклад – слоган **KFC** «Finger Lickin' Good», який в корейському варіанті звучить як «손가락 빨 만큼 맛있다» (Смачно до такого, що оближеш пальці). Ці адаптації не лише зберігають сенс оригіналу, а й роблять його ближчим до культури споживачів.

Висновки. В ході проведеного дослідження лінгвістичних особливостей і граматичних перетворень корейської мови, що відбуваються в контексті електронної комерції, ми можемо зробити

кілька важливих висновків. Глобалізація та стрімкий розвиток цифрових технологій значно впливають на комунікацію в корейському мовному середовищі, призводячи до необхідності адаптації мовних форм до нових реалій.

По-перше, адаптація іноземних слоганів і брендів вимагає не лише перекладу, а й врахування культурних особливостей і мовних традицій корейської аудиторії. Як показали результати аналізу, більшість компаній схиляються до спрощення граматичних конструкцій і використання зрозумілих, коротких фраз, що робить комунікацію більш ефективною.

По-друге, спрощення граматики, яке спостерігається в корейській мові, є відображенням сучасних тенденцій, пов'язаних із глобалізацією та впливом цифрових технологій. Використання скорочень, емодзі та символів стає нормою в онлайн-спілкуванні, що також підкреслює зміну в мовних уподобаннях суспільства.

Таким чином, робота виявляє і описує основні лінгвістичні та граматичні особливості корейської мови на маркетплейсах, підкреслюючи вплив цифрових технологій та глобалізації на мовну комунікацію. Результати цього дослідження можуть бути корисними для мовознавців, які вивчають зміни у сучасній корейській мові, а також для фахівців, що працюють у галузі електронної комерції та інтернет-комунікацій.

Загалом, дане дослідження підтверджує, що корейська мова, адаптуючись до нових умов, продовжує еволюціонувати, спрощуючи граматичні конструкції та використовуючи елементи, які роблять спілкування більш швидким та ефективним. Це є важливим кроком для корейських компаній у виході на міжнародні ринки та успішній взаємодії з глобальними споживачами. Адаптація мовних форм у контексті електронної комерції підкреслює динаміку мовних змін, які відбуваються на фоні розвитку сучасного суспільства.

Список літератури:

1. Sergeevna, K. V., Sergeevna, A. E., & Victorovna, G. T. (2022). English Brands And Slogans In The Korean Language. In N. G. Bogachenko (Ed.), *AmurCon 2021: International Scientific Conference*, vol. 126. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (pp. 401–408). European Publisher. URL: <https://doi.org/10.15405/epsbs.2022.06.45> (дата звернення 29.09.2024)
2. 최용록. 전자무역의 활성화를 위한 Metamediary의 기능과 역할. 무역학회지, 27(4), 2002, 91–108. (Yong-Rok Choi. The Role and Function of the Metamediary to Promote the e-Trade. *Korea Trade Review*, 27(4), 2002, p. 91–108.)
3. 한혜원, 김유나, «한국 웹콘텐츠의 동향 및 유형 연구,» 이화어문논집, vol. 35, 2015, pp. 31–52. (Han, Hye-won, Kim, Ju-na, «A Study on Trends and Types of Korean Web Contents,» *Journal of Ehwa Korean Language and Literature*, vol.35, 2015, pp. 31–52.)
4. 홍윤표. 디지털 시대의 국어학. 국어국문학, 143, 2006, 9–31. (Hong Yun-Pyo. Korean Linguistics in the Digital Age. *The Korean Language and Literature*, 143, 2006, p. 9–31.)

5. Jay Jordan, Justin G. Whitney. "The Internet in "Their" Language: South Korea and the Internationalizing Web". *Computers and Composition*, Volume 42, 2016, p. 95–109. <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2016.08.005>.

Holod V. M., Andrianov D. V., Kindzhybala O. S. LINGUISTIC FEATURES AND GRAMMATICAL TRANSFORMATIONS OF THE KOREAN LANGUAGE BASED ON MARKETPLACE WEBSITES

The article is dedicated to the study of linguistic features and grammatical transformations of the Korean language, based on popular marketplace websites such as Coupang, Gmarket, 11st, and others. The purpose of this study is to analyze the changes occurring in the Korean language under the influence of digital technologies and globalization, particularly in the context of e-commerce. Special attention is given to the examination of how the use of abbreviations, anglicisms, and simplified grammatical structures influences language practices in the online environment.

Various research methods are employed to achieve this goal. Specifically, linguistic analysis of the texts posted on marketplace websites is conducted, which allows for identifying key grammatical changes such as the reduction of verb forms, simplification of syntactic structures, and the shift away from formal language. A quantitative and qualitative analysis of the use of anglicisms in texts is also performed, helping to understand their role in the processes of adapting the Korean language to globalized conditions.

Possible results of the study suggest that digital e-commerce platforms are actively influencing language transformation, creating new forms of communication that are more accessible to users. The article is expected to reveal how simplified grammatical constructions and lexical borrowings from English facilitate more efficient communication between sellers and buyers, optimizing interactions on marketplaces.

The significance of this research lies in its identification and description of new linguistic trends in the Korean language, as well as highlighting the role of globalization and digital technologies in shaping modern language practices. The results are valuable to linguists studying changes in languages under the influence of online communications, as well as to e-commerce professionals looking to improve the linguistic adaptation of their platforms to attract a larger audience. This study provides insights into how contemporary linguistic processes adapt to the rapid development of information technologies and globalization, demonstrating new language trends emerging in the Korean language under the influence of e-commerce.

Key words: *Korean language, linguistic features, grammatical transformations, marketplaces, abbreviations, anglicisms, internet communication, globalization.*