

영한번역에서의 은유법 연구

김 순 미
(세종대학교)

1. 들어가는 말

은유적 표현 (metaphor)은 각종 텍스트에 자주 등장하며 글을 읽는 재미를 더해준다. 그러나 영어로 된 원문을 읽을 때는 아주 흥미진진하게 읽었는데 번역 텍스트를 읽으면 훨씬 그 재미가 떨어지게 되는 것을 느낄 때가 있다. 사실 원문을 읽을 수 있는 독자들이라면 이런 이유로 굳이 원문 읽기를 고집하리라고 생각한다. 이런 현상이 나타나는 중요한 이유 중의 하나가 번역을 통해서 은유적 표현이 제대로 전달되지 않기 때문이다. 번역문에서는 많은 경우 문화적, 언어적 차이로 인해 은유적 표현을 그대로 전하는 데에 어려움이 있고 이 경우 의미전달에 중심을 두기 때문에 강도가 약하며 단조로운 표현으로 바뀔 때가 있다. 이로 인해 단지 흥미를 떨어뜨리는 수준이 아니라 한 걸음 더 나아가면 글의 내용까지도 달라지는 것을 보게 된다. 꼭 번역을 잘 못했기 때문이기 보다 그만큼 은유적 표현의 번역에 어려움이 많이 있기 때문일 것이다. 그럼에도 불구하고 아직도 번역가들은 이에 대한 올바른 배경 지식이 없이 각각의 표현이 등장할 때마다 임의대로 번역을 하곤 한다.

은유적 표현의 번역방법에 대한 연구 중에 구체적 번역 방법을 제시한 것으로 Newmark(1988)의 연구가 있다. 그것은 은유적 표현을 죽은 은유(dead metaphor), 상투적 은유(cliche metaphor), 정형화된 은유(stock metaphor), 변형된 은유(adapted metaphor), 신조은유(recent metaphor), 창의적 은유(original metaphor) 등 표현이 얼마나 정형화되었는가를 기준으로 나누어 각각의 특성에 맞는 번역 방법을 제시한 것이다. 그러나 Newmark의 방법을 실제 번역을 할 때 적용하여 본다면 문제점이 나타나는 것을 볼 수 있다. 첫째, Newmark의 방법은 은유적 표현을 하나씩 놓고 분석하는 것이다 그러나 실제 텍스트를 읽다 보면 주제와 관련하여 중요한 의미를 지니는 은유적 표현들이 서로 의미상 밀접한 상관 관계를 지니면서 텍스트 내에서 전체적으로 나타나는 것을 발견하는 경우가 많다. 이런 경우 텍스트를 분석하는 과정에서 하나의 표현이 어떤 의미를 지니는가를 파악하는 동시에 이것이 다른 여러 가지 은유적 표현들과 어떻게 관계를 맺고있는지를 같이 인식해야 하는데 이 점이 부족하였다. 두 번째로 은유적 표현은 그것을 쓴 사람의 인지, 문화 체계를 나타내 주는 것인데 Newmark의 이론은 여기에 대한 연구가 부족하다. 그가 영불간의 번역을 기초로 이론을 정립하였다는 점을 비추어 볼 때 인지, 문화적 차이가 큰 언어간의 번역 방법과는 괴리가 있는 것 같다. 더 큰 문제는 Newmark 뿐만 아니라 전통적으로는 많은 번역가들이 은유적 표현은 주로 문학 번역에서 중요한 의미를 지니는 수사적 도구로 인식해 왔다는 것이다.

그러나 은유에 대해 새로운 시각이 등장하게 되었다. 근래 들어 Lakoff 등의 인지언어학자들은 은유적 표현이 단지 언어를 통하여 생각을 표현하는 수단이 아니라 사물에 대한 사고를 하는 수단이라는 주장을 하였으며 이에 따라 은유적 표현은 문학 이외에도 언론이나 정보전달을 목표로 하는 텍스트 등 모든 분야에 등장하는 중요한 표현 수단, 사고의 도구로 여겨지게 되었다. 그러므로 번역가들도 은유적 표현에 대해 다른 시각에서의 접근이 필요하다고 생각된다.

1.1. 연구 내용

은유적 표현을 잘 번역하려면 일단 그것이 무엇인지를 알고 있어야 할 것이다. 은유적 표현은 기본적으로 한 사회의 인지적인 측면에 뿌리를 두고 있으

며 실제로 인지언어학 분야에서 은유적 표현에 대한 연구가 활발히 이루어지고 있다. 그렇다면 은유적 표현들이 한 텍스트 내에서 어떤 역할을 하며 얼마나 비중이 있는 것인지를 인지언어학적 관점에서 살펴보고 이에 기초해 번역 방법을 모색한다면 좀더 구체적이고 논리적인 접근이 이루어질 수 있을 것이다. 논의의 전개를 위해 첫째, 은유적 표현을 제대로 번역하기 위해 번역가들이 가지고 있어야 할 배경 지식은 무엇인지를 살펴보고, 둘째, 텍스트에 등장하는 은유적 표현을 분류, 분석하여 번역시 나타나는 다양한 문제점을 파악해 보고, 마지막으로 가능한 번역의 방법과 각각의 장단점을 살펴보겠다.

1.2. 분석 자료와 방법

분석한 텍스트는 『잭 웰치, 끝없는 도전과 용기(Jack Straight from the Gut)』와 『빅 브랜드, 성공의 조건 (Big Brands Big Trouble)』, 그리고 *Newsweek* 경제 기사이다. 지금까지 은유적 표현이 차지하는 중요성은 문학 작품에서 훨씬 크다고 생각되었으나 분석 자료로 비문학 작품을 선택하게 된 이유는 출판물을 보면 흔히 텍스트의 구분 상 정보 전달 역할의 비중이 높다는 언론, 경제, 과학 서적의 경우에도 은유적인 표현이 빈도 높게 등장하는 것을 볼 수 있으며 하나의 중요한 표현 전달의 도구로 쓰이고 있음을 알 수 있으나 이에 대한 인식이 많이 부족하기 때문이었다. 사실 지금까지 인식의 부족으로 인해, 혹은 텍스트의 특성상, 비문학 텍스트에서의 은유적 표현은 원본을 읽을 때조차 중요성이 인식이 되고 있지 않았었다(Steen 1994). 예를 들어 경영과 관련된 텍스트라면 각종 수치와 경영 전략 등을 아는 것이 중요하지 이것이 어떤 식으로 사고되고 표현되는가는 크게 중요하지 않다고 생각되었던 것이다. 그러나 Lakoff등의 주장처럼 은유적 표현은 일상 언어의 어디에서나 쓰이는 표현이며 한 사회의 사고체계의 일부라면 정보전달을 중심으로 하는 텍스트의 은유적 표현도 중요한 의미를 가질 것이다. 요즘 번역물의 대부분을 차지하는 것이 정보전달을 위주로 하는 기술 번역이나 비문학 작품 번역이라는 실상을 볼 때 이 분야의 은유적 표현이 과연 중요한 위치를 차지하는가를 알아보고 실제 그렇다면 어떤 번역 방법이 있을지 찾고자 하였다.

2. 은유적 표현을 보는 관점

2.1. 은유의 일반적 개념

여기에서 말하는 은유적 표현이란 광범위한 의미에서는 환유(metonymy), 더 나아가서는 직유(simile)까지도 포함하는 개념을 말하는 것이다. 은유의 첫 번째 기능은 하나의 사실, 사람, 사물, 개념, 상태, 사건 등을 다른 것과의 유사성을 통해서 지시해 줌으로써 이해를 하게 해주는 ‘정보전달의 기능(communicative function)’이다. 독자들은 텍스트에 나오는 은유적 표현을 읽어가면서 두 가지의 비교되는 것 사이에서 이미지를 떠올리게 된다. 이 때 은유적 표현은 사실적 표현(literal language)보다 훨씬 함축적이고 생생하며 풍부한 이미지를 이해하기 쉽게 표현해 준다는 장점이 있으나 이렇게 사실의 특정 측면을 부각시키는 과정에서 숨겨지는 측면이 있다는 것도 주목해야 할 점이다(Gibbs 1994: 124). 둘째 기능은 화자와 청자간의 친밀감을 더욱 높여주는 ‘사회적 기능(social function)’이다. 한 은유적 표현을 이해하고 공감할 수 있는 사람들 사이에는 유대감이 생기는데 이는 자신들의 감정이 같은 경험, 정보, 감수성을 나누고 있다는 공통 분모에서 나오는 것이기 때문이다(Gibbs 1994: 134). 문화적 차이가 큰 언어사이의 번역가의 입장에서는 문맥상에서 의도하는 의미를 파악하는 측면이나 감정적 공감대를 이루어야 한다는 두 가지 기능 모두가 어려움이 될 수 있다.

2.2. 은유를 보는 관점의 변화

근래 들어 다양한 학문의 분야에서 은유에 대한 관심이 부쩍 늘어나고 있으며 이와 함께 은유는 수사적인 말치장이라는 전통적인 인식이 획기적인 변화를 거치고 있다. 현대의 인지언어학자들은 은유적 표현이야말로 추상적 카테고리를 개념화, 구체화하여 인식할 수 있도록 하는 강력한 인지적 도구로 생각하고 있다(Ungerer 1996: 114). “은유적 표현은 언어 뿐 아니라 사상과 행동 등 일상 생활의 모든 면과 관련이 있다. 생각과 행동의 기본이 되는 일반적인 개념

체계는 그 성질상 근본적으로 은유적이다.” 라고 Lakoff와 Johnson은 *Metaphors We Live By*에서 강조하고 있다(1980). 그러므로 은유는 단순히 문학 텍스트에서 사용되는 수사적 도구이기보다는 한 사회의 저변에 깔린 사고의 방법으로 일상 생활에도 어디에서나 쓰이는 것으로 볼 수 있다.

예를 들어 ‘Time is Money’라는 표현을 보면 이것은 단지 수사적 도구가 아니라 실제 이런 사고의 과정이 화자의 머리 속에서 일어나고 문화 저변에 깔려 있는 것이며, 목표(target) 범주인 ‘time’을 출발(source) 범주인 ‘money’ 즉, 귀한 재화, 한정된 자원 등을 통해 개념화 하게 된다는 것이다(Lakoff and Johnson 1980: 7). 이렇게 볼 때 은유를 통해서 전달되는 것은 한 사회의 인지 모델의 구조, 내적 관계, 혹은 논리라고 하였으며 이런 개념화의 과정을 하나의 범주를 가지고 다른 범주 위에 지도를 그리는 과정(mapping) 이라고 하였다(Ungerer 1996: 115).

3. 은유의 분석

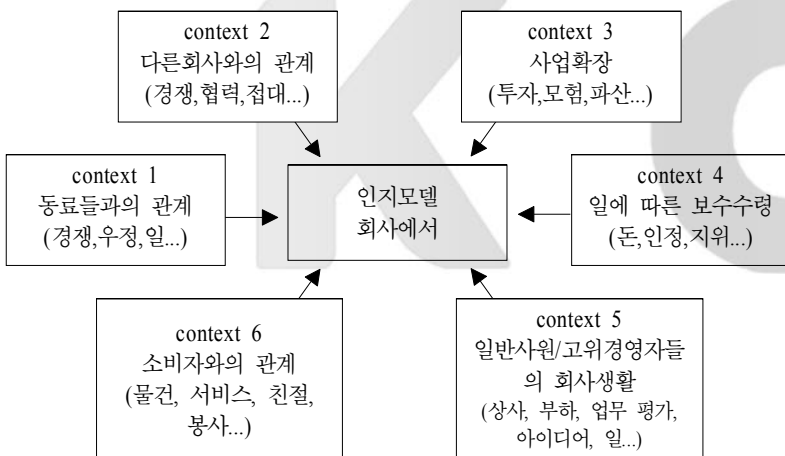
먼저 은유적 표현의 이해에 도움이 되는 인지 모델에 대해 알아본 후 은유적 표현을 분석하는데 두 가지 절차를 제시하고자 한다. 첫째로 한 텍스트를 분석하면서 은유적 표현들이 각각 독립적으로 나타나는 것이 아니라 서로 밀접한 관련이 있는 은유적 표현들이 하나의 의식의 흐름을 따라 나타나는 경우나 반복적으로 나타나는 경우가 많은 것을 알 수 있었다. 또한 텍스트에 반복적으로 나타나는 은유적 표현들은 주제와 관련된 중요한 표현들일 경우가 많다. 그러므로 이런 표현들을 어떻게 번역할 것인지를 인지체계를 중심으로 먼저 분석을 하겠다. 두 번째로 위와는 달리 많은 경우 은유적 표현들은 개별적으로 등장하는데 이 때 각각의 표현을 번역하는 방법에는 어떤 것이 있는지를 분석하겠다. 이 두 가지 과정은 논의를 위하여 구분을 한 것이고 번역의 과정에서는 동시에 일어나는 것이라 할 수 있다.

3.1. 인지 모델의 정의

인지언어학자들에 따르면 은유적 표현은 근본이 한 사회의, 더 나아가서는

개인의 인지체계를 반영하는 것이다. 이를 따를 때 은유적 표현의 번역 과정에서도 일차적으로 분석해야 할 것은 텍스트의 배경에 등장하는 인지 모델이어야 할 것이다. 인지 모델이란 한 분야에 관련하여 나타나는 인지적 표출 상황들을 다 포함하는 것이다. 인지 모델이 무엇인지를 살피기 위해 Ungerer(1996: 48)의 인지모델을 이용하였다. 다만 이번 연구 자료로 삼은 텍스트들은 경제 분야를 다루고 있기 때문에 이와 관련한 인지 모델로 내용을 주제와 맞게 재구성하여 보았다. 회사를 중심으로 하는 인지모델에는 <표1>과 같은 다양한 상황들이 있을 수 있다. 여기서 제시된 상황은 제한된 것이 아니며 이외에도 더 많은 다른 상황들이 서로 영향을 주고받는 네트워크를 이루고 있다(Ungerer&Schmid 1996: 48). 이렇게 하나의 상황은 인지 모델 내의 다른 상황들과 다 밀접하게 관계가 있을 뿐만 아니라 문화적 배경도 아주 강하다. 하나의 인지모델은 한 사회의 구성원들 간에 기본적으로 공동으로 가진 지식에 기초하고 있기 때문이다. 그렇기 때문에 모든 인류에 공통적인 것이 아니고 한 개인이 자라나고 살아온 문화와 밀접하게 연관이 있다(Ungerer & H.J.Schmid: 50). 이런 맥락에서 은유적 표현을 살펴보면 이를 통해 한 사회의 의식, 인지 체계를 알 수 있다는 의미도 되지만 이를 이해하거나 동감하지 못하는 사람들에게는 은유적 표현이 오히려 문맥의 이해에 걸림돌이 될 수도 있다는 양면성을 지니며 이것이 번역에 어려움을 주게 된다.

[표 1] 회사를 중심으로 한 인지 모델(Ungerer&Schmid 1996: 48)



이제 실제 은유적 표현이 어떤 과정을 통해서 이루어지는지 살펴보겠다. 이와 같은 단계를 파악하면 많은 경우에 은유적 표현이 왜 독립적으로 존재하지 않고 서로 연관을 맺고 있는지를 알 수 있다. 은유를 하기 위해서는 인지 모델 내에서의 하나의 범주가 다른 것에 의해 지도를 그리 듯이 덮어 씌워지는 과정이 (mapping) 일어나게 된다. 이 과정을 보면 도착영역에 있는 추상적인 개념들을 출발 영역에 있는 구체적이고 경험적인(책이나 영화 등을 통한 간접 경험까지 포함) 것들과의 비교나 유사점을 이용해 은유로 나타낸다는 것을 알 수 있다. 일상 생활에서 경험상 익힌 것들을 통해 사고하고 표현하는 과정은 항상 일어나는 것이지만 대개 의식을 못하고 쓰는 경우가 많다. 이제 은유적 지도를 그리는 예를 몇 가지 제시해 보겠다(Ungerer & H.J. Schmid: 121).

[표 2] 은유적 지도 그리기의 예 (Some examples of metaphorical mapping)

도착 범주(target)	출발범주(source)
anger	dangerous animal
argument	journey
argument	war
communication	sending
death	departure
ideas	plants
lifetime	day
love	war

인지 언어학자들은 위의 지도 그리기 과정을 통해 하나의 범주가 다른 하나로 표현되는 것을 은유(metaphor)라고 하였고 이런 과정을 통해서 실제로 표현이 되어지는 것을 은유적 표현(metaphoric expression)이라고 하여 두 가지를 구분하였다. 은유의 과정은 ‘상위 수준(superordinate level)’에서 이루어지는 것이며 실제 은유적 표현은 인간들이 가장 인지하고 표현하며 이해하기 쉬운 ‘기본 수준(basic level)’에서 이루어지기 때문이다. 위의 예 중에서 논쟁(argument)을 전쟁(war)으로 표현한 것이 있다. 이제 그런 큰 지도 그리기를 통해 어떤 다양하고 구체적인 은유적 표현들이 나올 수 있는지 살펴보겠다(Lakoff and Johnson 1980).

[표 3] 논쟁을 전투로 나타낸 은유적 표현들

battle(전투)	argument(논쟁)
Initial positions of the opponents (전력 배치)	They drew up their battle lines. (그들은 전열을 정비하였다) I braced myself for the onslaught. (무자비한 공격에 대비해 전열을 가다듬었다)
Attack (공격)	She attacked every weak point in my argument. (그녀는 내 논쟁의 모든 약점을 공격하였다)
Defence (수비)	They defended their position ferociously. (그들은 맹렬하게 각자의 입장을 옹호하려 하였다)
Retreat (퇴각)	He withdrew his offensive remarks. (그는 자신이 공격적으로 내뱉은 말을 철회하였다)
Counterattack (반격)	I hit back at his criticism (나는 그의 비난을 맞받아 쳤다)
Victory/Defeat/ (승리)	O.K., you win. (좋아, 자네가 이겼어)
Truce (휴전)	Let's call it a truce. (이만 휴전하자)

<표 3>을 보면 은유적 지도 그리기의 과정은 인지 단계 중 상위 수준에서 이루어지지만 실제로 은유적 표현을 쓸 때에는 기본 수준의 언어나 개념이 쓰인 것을 볼 수 있다. 이것은 기본 수준이 사람들이 가장 이해하고 받아들이기 쉬운 수준이기 때문이다(Lakoff1992). 또한 논쟁(argument)을 전투(battle)를 통해 이해한다는 것은 위에서 벌어진 전투의 전 과정이 토론의 과정에 덮어 씌워지는 것을 말한다. 또한 이렇게 다양한 측면의 게스탈트(gestalts)를 통해 경험이 구성되기 때문에 우리의 경험에 일관성(coherence)이 생기는 것이라고 한다(Lakoff 1980: 81). 즉 위의 표현 중 하나만이 은유적으로 인지되는 것이 아니고 전 과정이 같이 하나의 경험 체계를 통해서 이해된다는 것이다. 이제 이러한 인지 모델에 근거하여 번역물의 표현을 분석하여 보겠다. 먼저 실제 텍스트에서도 게스탈트 지각을 통한 다양한 은유적 표현이 나타난다면 실제 어떻게 번역이 되었는지 살펴보고 번역물에도 일관성(coherence)이 있는지 분석하여 보겠다.

3.1.1. 인지 과정에 기초한 은유적 표현 분석 — Newsweek기사

먼저 Newsweek 분석 자료를 예로 들어 왜 은유적 표현들을 인지 모델로 묶어서 구분해보는 것이 중요한지 논의해 보겠다. 선택한 기사는 엔론사의 파산과 관련한 2002년 3월 11일자 기사로 제목은 “Enron’s Dirty Laundry(섹스와 탐욕으로 얼룩진 엔론 왕국)”이었다. 주제는 두 최고 경영자들 간의 과열 경쟁이 회사의 도산에 영향을 미쳤다는 것이다. 이와 함께 미국 회사들의 기업 문화, 경쟁, 탐욕, 그리고 거기에 대한 비판적인 시각들이 다양한 상황으로 얽혀 있다. 이런 시각들은 여러 가지 인지적 지도 그리기를 통해 각각 표현될 수 있었다. 주제와 관련하여 자주 등장한 중요한 범주들은 다음과 같다.

[표 4]

목표(대상)범주		출발범주
경영자들 간의 경쟁	←	전쟁, 전투
물질만능주의, 부의	←	사치스런 물건
축적일반 사원	←	물건
위험을 즐기는 성향	←	놀이, 게임

위와 같이 출발 범주에 있는 것을 목표 범주로 표현되는 과정을 통해 주제와 관련된 개념들이 은유적으로 표현되었다. 이 때 출발 범주에 있는 것은 주로 구체적인 것들이고 목표 범주에 있는 것들은 추상적인 것임을 알 수 있다. 또한 상황들이 각각 분리되어 존재하는 것이 아니라 이 회사의 기업 문화라는 체계 내에서 서로 밀접하게 관련되어 있음을 알 수 있다. 다시 말해 이런 표현들이 관계를 맺으며 경영진들의 이기주의와 경쟁의식을 잘 드러내주고 있다. 위에서 분류된 모델들이 실제로 어떻게 번역이 되었는지를 보면,

첫째, 회사내의 경영자들간의 대립과 경쟁을 전쟁으로 표현하였다. 전쟁에는 양쪽 당사자가 있고 영토가 있으며 여러 가지 종류의 공격 방법이 있다. 원문 기사에서도 두 사람의 경쟁의 여러 가지 요소들을 전투의 구체적인 상황인 작전과 공격 등의 기본 수준(basic level)의 표현을 통해 일관적으로 은유를 하고 있는 것을 볼 수 있다. <표5>의 Newsweek 한국판 번역문을 보면 두 사람 사

이의 경쟁을 전쟁으로 표현한 원문의 은유적 지도 그리기 과정이 비슷하게 옮겨왔음을 알 수 있다. 다시 말해, 원본에서 지켜진 은유적 표현들 간의 일관성이 번역문에서도 지켜졌다. 번역에서도 경쟁과 대립이 ‘공격’, ‘적자생존’, ‘무력화시킨 후 허를 찌르다’, ‘심복들을 채우다’... 등의 전쟁 상황을 묘사하듯이 표현이 되고 있는 것이다. 구체적인 표현 방법에는 조금씩 차이가 있을 수 있지만 기업 문화를 전쟁을 통해서 표현한다는 사고는 그대로 지켜졌기 때문에 논리는 자연스럽게 이어졌다. 이것은 한국의 독자들에게도 ‘사업은 전쟁이다’라는 인식이 굳게 자리잡아 그대로 옮겨도 타당성이 있기 때문일 것이다. 그러나 원문의 사고, 경험, 인지 체계가 도착언어권의 체계와 다를 때에는 같은 인지 모델을 그대로 적용시켜 번역을 하는 것이 어려울 것이다. 중요한 것은 전체적인 그림에 일관성(coherence)이 있어야 한다는 점이다.

[표 5] Newsweek 원문과 한국판 번역문 간의 비교

원문 표현	번역문 표현
battle with Skilling	스킬링과의 전쟁(-)
battle of the sexes	남녀 성대결 (/)
Darwinian jungle of Enron	생존경쟁이 벌어졌던 엔론의 밀림 (-)
she was devoured	~이 그녀의 목을 조르고(-) 있었다
she knew how to bite	어떻게 목표물을 물어야 하는지(-) 잘 알고 있었다
disarm and buffalo	무력화시킨 다음 허를 찢었다(-)
Skilling's raid on her turf	자신의 영역을 빼앗긴(-)
it was a sneak attack	기습공격 이었기 때문이다(-)
given another chunk of Mark's territory	마크의 또다른 분야를 넘겨받았다(/)
Skilling was playing for keeps	스킬링이 자신을 파멸시키려 한다(/)
filling headquarters with his own troops	엔론 본사를 자신의 심복들로 채워 넣고(-)
elbows-out culture	'적자생존' 문화 (-)
The Mighty Man Force	'막강 군단'(-)
come out of Jeff's camp	스킬링의 진영 을 버리고 나온 (-)
right off the edge of a cliff	벼랑 끝으로 내몰렸다(-)

- (-): 은유적 표현이 그대로 은유적으로 표현된 부분
- (/): 은유적 표현이 강도가 약해지거나 일반적인 표현으로 바뀐 부분
- (^): 은유적 표현이 없던 부분을 문맥에 맞게 만들어 놓은 부분

둘째, 엔론사 직원들의 부의 축적과정을 사치성 고급품 등을 통해 지도 그리기를 하였다. 값비싼 물질이나 상표 등을 통해 과소비 문화를 표현하는 것은 미국 텍스트 등에서 특히 두드러지는 것으로 문화적 용어로서 도착언어권 독자들이 잘 모르는 상표명을 어떻게 전달할 것인지가 문제가 될 수도 있다.

[표 6]

원문 표현	번역문 표현
Mark wore size-6 Escada suits	몸에 꼭 끼는 에스카다 정장 을 입었다.
status symbol of Enron was not new Ferrari	부의 상징은 신형 페라리 스포츠카 가 아니라

셋째, 엔론 사의 직원을 다루는 태도를 나타내기 위해 직원을 물건이나 처분 가능한 것이라는 개념을 통해 표현하였다.

[표 7]

원문 표현	번역문 표현
damaged goods	망가진 물건
ship-wreck	난파선
rank-and-yank session	연례 인사 평가

넷째, 위험을 즐기고 모험적인 사업 스타일을 게임, 놀이, 등으로 표현하였다.

[표 8]

원문 표현	번역문 표현
~ had been a wild, exhilarating ride	스킬링과의 경쟁 또한 흥분되고 짜릿했던 것
manipulate all the pieces	조각들을 모아

이렇게 볼 때에 여러 가지 상황이 등장하며 각 상황들이 서로 밀접하게 연관이 있음을 볼 수 있다. 앞에서 보았던 회사를 중심으로 한 <표1>의 인지모델의 상황1, 2, 3...들이 연관을 맺고 있는 것과 같은 논리이다. 다들 욕망과 이기주의, 공격성이라는 공통의 개념을 포함하고 있다. 인지적 접근을 통해 그런 사실이 파악이 되면 하나의 표현을 번역할 때도 광범위한 시각을 가지고 접근할 수 있을 것이다. 위의 번역문 예를 살펴보았을 때 알 수 있었던 다른 점은 원문에 있는 개념을 써도 도착언어권에서 무리 없이 받아들일 수 있다면 되도록 충실히 지켜주려 한 것이다. 그러나 세부적인 번역으로 들어가면 각각의 표현의 문화적 배경이 지나치게 강하거나 격식이 아주 떨어지는 경우는 표현을 바꾸어 주었음을 알 수 있다. 지금까지 종합을 해보면 번역할 때 다음과 같은 사항에 주의해야 함을 알 수 있다.

첫째, 하나의 인지적 지도 그리기를 통해 출발 범주가 도착 범주 위에 켜워지면서 이 아래 다양한 은유적 표현이 생길 때 이들 표현에는 일관성(coherence)이 생긴다. 이것을 번역문에서도 유지시켜 주어야 한다는 것이다. 둘째, 한 인지 모델 내에서 다양한 은유적 지도 그리기가 이루어지는데 각 상황 사이에 긴밀한 관계가 형성되므로 서로 어떤 영향을 주는지를 파악해야 한다.

3.1.2. 인지 모델을 이용한 분석 — 출판물 텍스트 중심

이제까지는 *Newsweek* 기사를 이용하여 인지 모델을 분석해 보았는데 이제 는 잡지 기사가 아닌 서적에 등장하는 은유적 표현을 살펴보겠다. 인지언어학 자들에 의하면 인지체계는 한 사회의 구성원들이 공유하는 경험에 기초하는 것이기 때문에 근본적으로 문화적 배경을 반영한다고 한다. 그렇다면 *Newsweek* 경제 기사와 미국의 경제서적과 같이 비슷한 독자층을 대상으로 하는 유사한 주제의 텍스트에 등장하는 인지체계 사이에 어떤 공통점이 있는지, 각각 어떻게 번역이 될 수 있었는지를 살펴보아야 할 것이다. 만약 두 텍스트 간에 많은 공유점을 발견할 수 있다면 이런 인지, 문화체계야말로 번역가가 이와 같은 텍스트를 번역하기에 앞서 파악하고 있어야 할 배경이라고 생각된다. 『빅 브랜드 성공의 조건(*Big Brands, Big Trouble*)』을 통해 분석해 보고자 한다.

위의 예문의 주제가 주로 회사 내의 경쟁관계를 중심으로 이루어 졌다면

빅 브랜드, 성공의 조건은 경쟁사와의 관계를 중심으로 급변하는 세계에서 승리하기 위한 여러 상황을 다루고 있다. 그러므로 은유적 표현도 이 주제와 많이 관계가 있었다.

[표 9]

도착 범주		출발 범주
다른 회사와의 경쟁	←	전쟁, 전투
다른 회사와의 경쟁	←	경주, 게임
회사, 제품, 윌스트리트	←	인간(ontological metaphor)
고객	←	애인
노사관계, 조직 구조	←	신하와 제왕

이 텍스트에서 가장 주제와 관련되었으며 자주 등장하는 은유적 표현이 바로 다른 회사와의 경쟁을 전투로 표현한 것이다. 구체적인 은유적 표현으로 나타난 예와 번역의 비교는 다음과 같다.

[표 10] 빅 브랜드 성공의 조건의 원문과 번역본 인지적 표현의 비교

원문	번역문
*사업을 전투로 표현한 은유적 표현	
1. marketing is a battle of perception (p 3,6,7,10,11)	마케팅은 인식 싸움(-) 이다 (p18,19,19,30,32)
2. marketing is a battle of ideas(p9)	마케팅은 아이디어 싸움(-) 이다(p28).
3. the war takes place inside the mind of the prospect(p24)	마케팅 전쟁(-) 은 고객의 마음 속에서 벌어지는 전쟁(-) (p53)
4. in a strategic war with IBM(p33)	IBM 과의 전략적 전쟁(-) 에서 이기려 면(p66)

* 회사들간의 경쟁을 공격으로 표현한 은유적 표현

1. no matter how many bunnies Eveready throws into the fray (p8)	아무리 많은 토끼들을 전쟁터에 내보낸다 (^)해도(p26)
2. No longer would copier sales reps sit on the sidelines (p32)	복사기 영업팀을 사무 자동화 전투에 투입한 (^)것이다(p63)
3. threw the entire team into the office automation battle (p63)	회사 전체를 총동원하여 사무자동화 전투(-) 에 달려들었다(p63).
4. no competitor has been able to mount an attack (p50)	경쟁사는 감히 인텔을 공격하지(-) 못했다(p88)
5. full-scale assault Miller was poised to launch(p106)	전면전(-) 을 위한 대책(p172)

* 작전에 대한 은유적 표현

1. What often leads big companies down this booby-trapped lane is...(p8)	기업들을 부비트랩(booby-trap: 인명 살상용으로 보이지 않게 설치되어 있는 폭발물 — 역주)이 장치된 오솔길(-) 로 인도하는 것이(p26)_
2. Marketing is war , and the first principle of warfare is force. The larger army , the larger company, has the advantage	마케팅은 전쟁(-) 이고 전쟁 에서 최고의 원칙은 힘이다. 따라서 군(-) 의 규모가 크다는 것은, 즉 기업의 규모가 크다는 것은 그만큼 (p10) 전쟁(-) 에서 유리할 수 있다(p30).
3. before the attacker gets established(p24)	경쟁사가 완벽하게 방어벽을 구축 (^) 하기 전에 재빨리 움직여야 한다(p53).
4. You have no other option but to strike first to blunt their move or preempt their strategy (p48)	충격을 완화시키기 위해, 혹은 그들의 전략실행을 차단하기 위해 선수를 치는 방법(-) 외에는 달리 선택의 여지가 없다(86).
5. dangerous tactic (p26)	위험한 전술(-) (p55)
6. You can't predict the enemy (p126)	적 을 예측하지 말아라(p202)

* 회사의 상관과 부하를 지휘관과 전사들로 은유적 표현

1. lost touch with the front lines (p10)	일선 근로자(-)와 접촉할 기회는 줄어들(p30)
2. closer to the front (p10)	일선(-)에 더 가까이 다가가고 있다(p31).
3. Someone down in the trenches (p27)	일선에(/) 있는 누군가가 (p56)
4. see what the troops thought about ~ (p42)	근로자들(/)에게 설명하도록 했다(p79)
5. go down to the front where the marketing battle is being fought (p123)	마케팅 전투가 벌어지고 있는 일선으로 (-) 향해야 한다(197)
6. lost touch with the front lines (p124)	일선과 연락이 두절되기 쉽다(-)(p199)
7. Blow a little sunshine into the trenches (p125)	직원들 마음 속에 따뜻한 햇살이나 불어넣어 주시죠(/)(p200)
* 경영 악화를 수세에 몰림으로 표현	
1. under attack (p38)	입지가 흔들리는(-) (p38)
2. Its leadership perceptions took a fatal blow (p25)	리더로서의 위상에 치명타를 입었다(-)(p54).
3. Xerox Data Systems was killed in action and dutifully buried to the tune of an \$85 million loss(30)	제록스 데이터 시스템은 문을 닫았고 (/) 그와 함께 거금 8,500만 달러도 온데 간데 없이 사라졌다(/). (p61)
4. Xeros is surrounded by alligators (p37)	제록스는 악어에게 포위되어 있다(-)(p72)
5. IBM are making deep inroads into the extremely high-speed copiers(p38)	IBM의 초고속 복사기가 (...) 초고속 복사기 시장을 깊숙이 침범했다(-)(p72)
6. Heads are rolling (p38)	사업의 기반이 흔들리고 있고 (/)(p73)
7. opens the doors to competitors(p41)	경쟁사들에게 난공불락의 성을 내주고 (^) 맡았다(p78)

***전후 상황**

1. asked to walk the plank (p16)	문책(/) 이 더 심해지고 있다(p40)
2. After the invasion (p47)	적의 침략(-) 을 지켜보는 사이 (p84)
3. plant their flag at the top of the mountain (p69)	산 정상에 그들의 깃발을 꽂았어야 했다(-) (p116)

예를 살펴보면 다른 회사들과의 경쟁이 전투로 표현되는 과정에서 전투의 여러 과정, 즉, 전략, 공격, 지휘관과 병사, 수세에 몰림, 전후 처리 등이 그대로 사업의 과정에 표현이 되어 논리의 일관성이 유지되었다. 번역 또한 이런 과정을 그대로 전개해 주었다. 마케팅을 전쟁이라고 보는 사고방식이 한국의 문화와도 맞아떨어지기 때문에 가능한 것이라 생각된다. 그러나 세부적으로 들어가면 역시 표현의 강도가 지나치게 강하거나 격식(formality)이 떨어진다고 생각되는 부분에서는 의미전달에 주력한 것이 보인다. 전반적으로 볼 때 원문의 독자들이 하나의 범주를 다른 범주로 사고하는 과정이 번역문의 독자들에게도 타당성을 지닌다면 이를 그대로 유지시키는 것이 좋은 것을 다시 한 번 확인 할 수 있었다.

3.2 개별적인 은유적 표현을 표현이 정형화된 정도에 따라 분석

인지체계에 따라 분석을 하다 보면 같은 은유를 통해 드러난 은유적 표현 이면서도 어떤 표현은 죽은 은유이기도 하고 어떤 표현은 아주 창의적으로 만들어낸 표현일 때가 있다. 이런 경우 같은 인식의 흐름을 나타내주는 은유적 표현들이라고 하더라도 표현이 정형화 된 정도에 따라 번역의 방법이 달라질 수도 있으리라 생각된다. Newmark의 분석방법도 이에 속하는 것이라 할 수 있는데 지나치게 정형화 된 카테고리를 만들어 표현을 분리하는 것은 무리가 있거나 정형화되어 많이 쓰이는 표현과 완전히 창의적인 표현을 양극단에 두고 이 사이에 차이가 있는 표현들이 존재하는 것으로 볼 수는 있을 것이다 (Snell-Hornby 1995: 56). 각 은유적 표현들이 주는 생생함이나 독창성은 차이가 있기 때문이다. 창의적 표현 쪽으로 갈수록 작가가 의식을 하고 쓴 독특한 표현이 될 것이며 죽은 은유 쪽으로 갈수록 표현이 정형화 되어있고 보편적인

것이 되었기 때문에 큰 노력을 기울이지 않았을 수 있다. 번역의 측면에서 볼 때는 영어에서 정형화된 표현들(dead metaphor, idiom 등)은 오랜 독해와 번역의 과정을 통해 한국어에서도 이에 대응되는 정형화 된 표현이 있을 가능성이 많고 독창적이고 한 텍스트에서만 많이 쓰이는 표현들은 번역을 할 때도 많은 창의력을 요할 것이다. 그러나 정형화된 표현이라고 하더라도 그 인지적 뿌리를 잘 인식하고 번역한다면 더 정확한 번역을 할 수 있을 것이다. 이제 각각의 표현이 정형화 된 정도에 따라 번역 방법이 달라질 수 있는지 알아보겠다. 넓은 의미에서 관용적인 표현까지 포함하는 정형화된 표현과 비정형화 된 표현 등 두 가지로 구분을 하여 보겠다.

3.2.1. 정형화된 표현

한 표현의 원래 의미와 다르게 쓰이는 은유적 의미가 완전히 고착되어 이미 사전에 올라 있는 경우이다. 광범위하게 보았을 때 속어, 비어(slang), 관용어구(idiom), 속담 등 많이 쓰여 진부한 느낌을 주는 표현들을 포함한다. 이런 경우 전통적이 관점에서는 예전에 쓰이던 은유적 느낌은 이미 없어졌다고 보았으나 현대의 인지언어학자들에 의하면 원래의 의미가 죽지 않고 뿌리가 남아있다. 예를 들어 영어에서는 ‘white’라는 단어를 ‘candid, honest’의 뜻으로 쓸 수 있는데 이때 ‘purple’을 쓰지 않고 ‘white’를 썼다는 것은 단지 언어적인 것이 아니다. 이것은 한 문화를 이루는 사회에서 ‘whiteness’가 은유적으로 ‘honesty’나 ‘moral purity’ 대표하는 색이라는 관념을 지니고 있다는 것이며 실제로 이런 사회에서는 ‘purity’ 상징하는 의식을 거행할 때는 ‘red’보다는 ‘white’가 들 어간 의상을 입을 것이다(Sweetser 1990: 8). 이런 개념을 확실히 가지고 번역을 한다면 죽은 은유라고 해서 그대로 사전의 의미를 생각하고 번역을 하는 것 보다 훨씬 심도 깊은 작업을 할 수 있을 것이다.

다음의 분석은 경제 텍스트들을 번역하면서 등장한 죽은 은유, 관용구, 경제 용어 등을 나누어 본 것이다(『잭웰치: 끝없는 도전과 용기』와 『빅 브랜드 성공의 조건』을 분석하였다). 첫째 죽은 은유를 번역할 때 도착언어권에서도 같은 단어가 죽은 은유의 역할을 하는 경우가 있다. 서로 다른 문화간에도 많은 부분에서 인지체계가 유사하기 때문이다. 죽은 은유 예1)의 ‘bridge’와 같은 경우인데 이때는 한국어에서도 ‘다리’가 원래의 의미에서 파생된 죽은 은유이므

로 그대로 직역을 해 주면 된다. 그러나 영어와 한국어와 같이 인지 체계가 많이 다른 언어간에는 이런 것이 흔하지는 않다. 그러므로 두 번째와 같이 'hit'이 '때리다'라는 표현에서 'popularity', 'success', 'favorable impression' 등의 의미로 쓰이게 된 경우, '성공', '인기', '충격', 더 나아가 '강타' 등 그 파생된 의미로 번역하게 된다.

***죽은 은유(dead metaphor)**

예 1) Le Vino represented the bridge between the old and the new GE.
(p95)

→ 르비노는 GE의 구세대와 신세대를 잇는 다리 역할을 했다. (책p146)

예 2) I had worked on the speech, rewriting it, rehearsing it, and desperately wanting it to be **a smash hit**. (p104)

→ 나는 내 연설이 사람들에게 신선한 충격을 줄 수 있기를 간절히 원했기 때문에 연설문을 몇 번이고 다시 고쳐 쓰면서 리허설까지 했다. (책 p160)

두 번째는 관용적 표현들로 거의 사전에 의미가 이미 올라 있는 대로 번역이 된 경우들이다. 관용적인 표현이 다른 표현들과 관련이 없이 독자적으로 등장하였을 때 번역시 거의 사전적 의미로 전달하게 된다. 문화적, 역사적 배경이 짙고 지금은 그 어원도 잘 알기 힘든 경우에 특히 그렇다.

***관용구(idiom)**

예 1) I undoubtedly was a pain in the ass to Coplan(p24)
→ 나는 분명히 코플란에게 성가신 존재였다. (책p57)

예 2) I wasn't born with a silver spoon. (p6)
→ 나는 그리 부유한 집에서 태어나지 않았다. (책p34)

예 3) He was a product of the system and didn't want to rock the boat.
(p72)

→ 그는 철저히 조직 내에서 성장한 사람이었기 때문에 거기에 동요를 일으키는 것을 원치 않았다. (책p116)

셋째로 경영관련 텍스트에서 주의 해야할 중요한 정형화된 은유적 표현 중의 하나가 경제 용어들이다. 영어의 많은 경제 용어가 표와 그래프 등을 이용한 은유적 표현들이 있는데 이것이 한국어로 올 경우 그대로 적용될 경우도 있으나 한국어 텍스트에 어울리는 용어로 바꾸어 주어야 형식이 맞는다. 이 경우에 한국어 표현 역시 은유적인 것이 많다. 은유적 표현이 경험에 기초한 것이기 때문에 각각 다른 사회에서도 수치나 경제 상황을 비슷한 눈으로 볼 수 있는 것 같다.

***경제 용어(business terms)**

예 1) Sales growth is flat(p2)

→ 성장률이 제자리걸음을 하고...(브p17)

예 2) Burger King started down this slippery slope from which it has never quite recovered(p8).

→ 회복 불가능한 상태에 빠진 버거킹을 그 예로 들 수 있다. (브p27)

예 3) It's no wonder Xerox's numbers have gotten so bad(p38).

→ 그 결과 제록스의 매출은 계속 악화되고 있다(브p73).

(잭: 잭웰치, 끝없는 도전과 용기

브: 빅 브랜드 성공의 조건)

3.2.2. 정형화되지 않은 표현

작가가 새로 만들어내었거나 한 작품에 특별히 인용되고 있는 표현 등으로 이런 표현을 쓰겠다는 저자의 의도가 강하게 들어갔다고 볼 수 있고 주제와 관련이 있을 가능성이 많으므로 번역에 많은 주의를 요한다. 위에서 분석하였던 주제와 관련된 인지 모델에 등장하는 표현 중 창의적 은유가 많다. 중요하게 여기는 내용은 그만큼 표현에 강조를 하고 역점을 두기 때문인 것 같다. 또한 자신이 꼭 만들어낸 표현은 아니지만 문화적으로 팽배한 어떤 의식, 그리고 이것을 나타내는 표현을 다른 텍스트와 빈도가 다르게 많이 사용하여 글을 썼다면 이것도 작가의 의도가 강하게 들어가 있는 표현이라고 할 수 있을 것이다. 이런 표현들은 작가가 자신의 사고를 나타내 주기 위해 일부러 자주 쓴 것이라는 측

면에서는 되도록 살려주는 것이 의미가 있겠으나 한국어로 된 비슷한 텍스트에 비교하여 지나치게 격식이 떨어지는 표현이나 문화적 배경이 강한 경우 역시 그대로 옮기는 데는 무리가 있을 수 있다.

*창의적 은유

예) The same applies to people who take what I call a “big swing” at something and miss. (p31)

→ 이와 같은 방법은 큰 시도를 하고 목적을 이루지 못하는 사람들에게도 적용될 수 있다. (p 64)

4. 번역 방법

4.1. 은유적 표현의 번역

위의 두 가지 관점을 염두에 두면서 은유적 표현을 번역할 때 구체적으로 어떤 방법이 있었는지 정리해 보겠다.

4.1.1. 은유적 표현과 함축된 의미를 같이 살려 번역을 한 경우

은유적 표현의 속에 함축된 의미와 겉으로 드러난 표현을 통해 나타난 인지체계를 함께 전달할 수 있다면 가장 이상적인 번역의 상황이 될 것이다. 이런 번역이 가능한 것은, 혹은 Gutt가 말한 것과 같이 서로 다른 언어들 간에 의사소통을 가능하게 해주는 것은 그들이 공유하는 인지적인 공통점(cognitive core)이 있기 때문이다. 이런 인지적 공통점을 이해하는 것이 인간의 의사소통행위를 다루는 가장 기본이 된다. 그러나 이런 공통분모를 찾아내는데 가장 큰 장애가 되는 것은 이런 과정이 대부분 인간의 무의식적 사고 영역에서 이루어진다는 것이다(Gutt 2000: 162). 이와 같이 문화적으로 이질적인 두 개의 사회 간이라도 공유하는 인지체계가 있으며 이런 경우 출발언어에서 창의적으로 쓰인 은유적 표현을 도착언어권에서도 이해하고 타당성 있게 받아들일 것이므로 표현을 그대로 옮겨줄 수 있는 가능성이 높아진다. 그러나 이런 인지 과정이 많은 부분 무의식적으로 이루어지는 것이라는 점을 볼 때 번역가의 역할이 쉽지 않

음을 알 수 있다. 두 사회가 공유하는 의식이 어디까지인지를 파악하는 것도 쉽지 않은 일이며 그것도 번역가 개인의 관점과 사고에 따라 달라질 것이다. 즉, 어떤 번역가는 원문의 은유적 표현을 그대로 사용하여 전달하여도 이것이 도착어권의 독자들에게도 적합성이 있으며 쉽게 받아들여지리라고 생각할 수 있는 반면 다른 번역가는 이에 동의하지 않을 수도 있는 것이다. 이렇게 적합성의 수준을 결정하는 것 외에 다른 중요한 문제는 번역가로서 원문에 충실할 것인지 혹은 독자들의 사고, 문화체계에 더 중점을 둘 것인지 하는 점이다. 즉, 독자들에게 약간의 수고를 더하더라도 출발어권의 문화, 인지체계를 더 전달하고 싶은 욕구와 편하고 부담 없이 읽을 수 있으며 도착어권에서 일상으로 쓰이는 언어와 유사한 표현을 쓰고자 하는 욕구사이에 어떻게 절충을 할 것인가가 핵심이 될 것이다.

4.1.2. 함축된 의미만 살려 번역한 경우

“출발어권의 독자와 저자는 도착어권 독자들이 공유하지 못하는 정보를 공유하고 있기 때문에 함축적인 정보를 때로는 설명해주는 식으로 바꾸어야 할 필요가 있다”라고 Larson은 *A Guide to Cross-Language Equivalence*에서 주장하였다. 도착어권의 독자들에게 의미 있는 표현을 전달하는 것, 도착어권 텍스트와의 형식성의 수준을 맞춰주는 것이 중요하기 때문일 것이다. 특히 영어와 한국어 같이 문화적 차이가 큰 언어의 번역에서는 이 방법이 가장 많이 쓰이고 있다. 그러나 이 경우 많은 문제가 있다. 함축된 의미(implicature)를 확연히 드러나게 설명해 주는(explicate) 과정에서 어떤 중요한 의미만 살려주고 다른 내포되어 있던 의미들은 없애버리게 되는데 어디까지를 전달해주고 어디부터 삭제할 것인지를 결정하는 것이 어렵다. 다시 말해 정보량을 엄청나게 늘리지 않기 위해 한 문맥 내에서 금방 파악되는 의미 이외의 문화적인 정보나 텍스트 외부에서 끌어오는 다양한 함축적 정보는 다 누락되는 것이다(Gutt 2000: 80). 물론 번역가는 문맥 내에서 가장 중요하다고 생각되는 의미를 선택하려 고심하지만 결국 한 의미만 전달해서는 원본의 특징을 그대로 살려주지는 못할 것이다. 또한 색다른 표현 방법을 통해 나타내고자 하는 사고체계는 무시하고 의미만 살려주려고 한다면 내용이 무미건조하게 되고 역동성을 잃게 된다.

의미만 살려 번역을 하는 경우에는 다음과 같은 이유들이 있다. 이 요소들은 상호 배타적인 것이 아니라 여러 가지가 서로 겹쳐져 있는 경우도 많다.

첫째, 은유적 표현을 일반적인 표현보다 감정의 강도(expressive meaning)가 강한 경우가 많다. 이런 경우 번역했을 때 도착어권 독자들에게 거부감을 줄 수도 있고 원래 작가가 의도했던 이미지보다 오히려 더 강한 느낌으로 변화될 수가 있기 때문에 문화적 차이가 심하며 감정의 강도도 동시에 강한 표현들은 일반적인 표현으로 바꿔준다.

예 1) One of the real advantages of a big company is the ability to take on big projects with huge potential. The quickest way to neutralize that advantage is **to go after the scalps of those** who dare to dream and reach-but fail. (p31)

→ 거대한 회사가 갖는 중요한 이점 중의 하나는 엄청난 잠재력을 이용하여 대규모의 프로젝트를 진행할 수 있다는 것이다. 이러한 이점을 무용지물로 만드는 가장 좋은 방법은 원대한 꿈을 가지고 어떤 일을 시도했으나 실패한 사람들을 **곧바로 처벌하는 것이다.** (책p64)

둘째, 지나치게 형식성(formality)이 떨어지는 경우이다. “텍스트란 한 저자에만 국한되거나 전적으로 그의 독창적인 것은 아니다. 한 텍스트는 이전에 있었던 이와 유사한 텍스트들 뿐 아니라 장르 전체를 규정짓는 일반적이고 적절한 상황에 항상 영향을 받는다.”라고 Hatim & Mason은 에서 말하고 있다 (1990). 이는 아주 중요한 고려사항으로 번역가는 번역의 과정에서 원작에 대응되는 한국어 출판물의 언어적 규칙을 따라야 한다는 뜻으로 해석될 것이다. 예를 들어 경영 서적으로써의 원작의 표현이 도착어권에서 이에 상응하는 경영 텍스트들의 수준에 비해 지나치게 격식이 없다면, 도착어권의 일반적인 수준에 맞추기 위해 은유적 표현을 일상적인 표현으로 바꾸어 준다. 일반적으로 은유적 표현을 쓰면 격식이 떨어지는 경우가 많다. 특히 영어 텍스트들은 한국어 텍스트보다 전체적으로 격식이 많이 떨어지는 데다 은유적 표현 중에도 더욱 정도가 심한 것들이 있는데 이런 표현들은 한국의 독자들에게는 적절치 않다고 할 수 있다. 예2)의 경우 책 웰치가 대학원시절 풍기 문란 죄로 적발되어 교수

에게 혼이 나는 장면인데 지나치게 격식이 떨어지는 은유적 표현이 많아 독자들에게 적절치 않으므로 원래내용과 좀 다른 순화된 표현이나 일반적인 표현으로 바뀌었다. 이 경우 한국의 경제 서적의 형식성의 수준을 고려한 것이다.

예 1) We were all working our butts off trying to differentiate ourselves.

→ 우리는 스스로를 차별화하기 위해 열심히 일했다. (책)

예 2) I was practically wetting my pants telling him what had happened.

“Damn,” he responded. “Of all the graduate students I’ve had here, you are the first guy to do something like that. I’ll take care of this, but you better keep your pants on from now on!” Whatever Drickamer did saved my butt. (p16)

→ 그에게 무슨 일이 있었는지 설명하며 나는 긴장하여 손에 땀이 났다.

내 말을 다 듣고 난 뒤 그는 이렇게 대답했다. “빌어먹을 녀석 같으니. 내가 여기서 근무하는 동안 그런 짓을 한 놈은 네 놈이 처음이다. 이번 일은 내가 처리하겠지만 앞으로는 정신차리는 게 좋을 거야!” 어쨌든 드라카머 교수는 나를 구해주었다. (책p46)

셋째, 문화적인 배경이 강한 경우이다. 적합성(relevance)이론에 의하면 독자들에게 의미가 없는 정보는 그대로 전달해서는 안된다. 예를 들어 ‘unmade bed’나 ‘dog and pony show’는 이미지가 한국의 독자들에게 낯설고 이해하는데 필요이상의 수고를 해야 하며 다른 의미로 받아들일 가능성이 있다면 이 이미지에서 풍기는 것을 설명으로 전달해 주어야 한다고 본다. 그러나 표현을 설명식이나 의미전달에만 치중해 바꾸어 줄 경우 외국 문화에 대한 흥미로운 지식을 얻을 수 없으며 특정 표현에서 우러나는 문화적 배경을 놓치게 된다.

예 1) Ralph, my human resources person, was an unmade bed. (p51)

→ 인사담당자인 랠프는 깔끔하거나 차분한 것과는 거리가 먼 사람이었다. (책p90)

예 2) I wanted to break the cycle of these dog-and-pony shows.

Hierarchy’s role to passively “review and approve” had to go. (p94)

→ 나는 이러한 **결만 번드르르한 행사**가 계속되는 악순환의 고리를 끊고 싶었다. 수동적으로 검토하고 승인하는 불필요한 조직 체계는 사라져야만 했다. (책p145)

4.1.3. 도착어권에서 쓰이는 대응되는 은유적 표현으로 번역을 한 경우

기능적인 번역의 방법(functionalist approach)으로 가장 생생하게 이미지를 전달할 수 있다는 장점이 있으나 단점으로는 도착언어권의 문화적 색채가 진한 표현을 쓴다면 원본의 배경에 맞지 않을 수가 있다는 것이다. 예들을 보면 적절하게 도착언어권 표현을 씀으로써 은유의 생생함을 잘 살려준 것을 볼 수 있다.

예 1) Obviously, I **wasn't a natural fit for** the corporation. (p42)

→ 나는 천성적으로 회사라는 것과 **궁합이 잘 맞지 않았다**. (책p79)

예 2) I was **adding fuel to the fire** by investing millions of dollars in what some might call “nonproductive” things. (p119)

→ 그런 상황에서 나는 소위 ‘비생산적인’ 일에 수백만 달러를 투자함으로써 **써 불난 집에 부채질을 하는 격**이 되었다. (책p182)

4.1.4. 은유적 표현을 직유로 바꾼 것

은유적 표현을 직유적 표현으로 바꾸게 되면 원래의 표현을 살려주면서도 강한 감정의 뉘앙스를 한 단계 약화시켜서 충격을 감소시키는 효과가 있다. 예 3)를 예로 들면 회장직 승계 경쟁을 승마 경주에 비교하닌 것은 재미있고 생동감 있다. 이때 ‘이것은 경마 레이스와 비슷했다’라고 하면 ‘이것은 경마 레이스이다’라고 한 것보다 그 충격을 좀 완화시키면서도 은유적으로 표현을 해 줄 수 있는 장점이 있다.

예 1) In those days, **I was throwing hand grenades**, trying to blow up traditions and rituals that I felt held us back. (p97)

→ 그 당시에 나는 GE를 옹아매고 있는 인습과 잘못된 전통을 일소하기 위해 **수류탄을 던졌던 것이라고 할 수 있다**. (책p149)

예 2) **This was a horse race**, but all the jockeys and horses were blind(p76)

→ 이것은 경마 레이스와 비슷했는데 이 경우 모든 기수와 말의 눈이 가려져 있었다. (책p122)

4.1.5. 생략한다

문맥상 빼도 지장이 없는 표현들이다. 밑에서 보듯이 사람들이 회사의 정수대 근처 같은 곳에서 옹기종기 모여 속삭이는 것을 나타내는 부분은 ‘재미로 소문을 퍼뜨리다’ 정도로 해도 지장이 없다. 예2) 에서는 ‘Irish luck’이 문화적 색채가 강하고 ‘아일랜드인의 행운’이라고 하면 독자들이 이해할 수 없고, 설명을 하면 너무 길어지기 때문에 생략을 한 경우이다.

예 1) Most of the rumors about me were just that — rumors. They made for some **fun conversations around the water cooler** but had little basis in reality. (p42)

→ 하지만 대부분은 말 그대로 소문일 뿐이었다. 사람들은 재미로 (...)소문을 퍼뜨렸지만, 그것은 거의 사실과 관련이 없었다. (책)

예 2) Ed wanted to introduce me to all his West Coast friends. My **Irish luck** struck again. (p85)

→ 에드는 그가 알고 있는 모든 유력 인사들을 내게 소개해 주고 싶어했다. (...)큰 행운이 다시금 찾아왔다. (책p133)

4.2. 은유적 표현의 번역시 고려할 점

결국 은유적인 표현은 이미지를 통해 한 사회의 인지, 문화체계를 나타내는 것인데 이렇게 볼 때 한국과 영어권과 같이 아주 이질적인 두 문화 사이의 번역을 할 경우 은유적 표현들은 많은 문제가 될 수 있을 것이다. 단지 언어 뿐 아니라 그 밑에 깔린 개념을 이해 못하는 독자들에게 이것을 어떻게 전달하느냐가 어려운 일이기 때문이다.

은유적 표현을 번역하는데는 다음과 같은 주의 사항들이 있다.

1. 은유적 표현은 2가지 명제를 가정으로 하며 이것들 사이에 한가지 공통

점만이 있다고 생각할 수 있다. 그러나 오히려 여러 가지 명제를 전달한다는 데에 은유적 표현의 묘미가 있다. 더 많은 범위의 함축을 하고 있고 읽는 사람이 더 많은 노력을 기울여야 할 수록 창의적이고 묘미가 나는 것이라 할 수 있는 것이다. 바로 이 점이 번역가들에게는 어려움이 될 수 있다. 은유적 표현을 의미만 전달하게 될 경우, 혹은 도착어권의 표현으로 대치할 경우 두 가지를 비교하는 과정에서 떠오르는 강하거나 약한 이미지가 연속으로 나타날 때 이중 어떤 것을 적나라하게 표현하고 어떤 것을 없애버리는가는 번역가의 역량에 맡겨지기 때문이다. 만약 한 가지 의미만 살려주는 번역을 할 경우 번역가는 다른 의미는 버리고 특정 의미 하나만 나타내 주게 되는 것이다. 또한 원문에서는 함축적이었던 의미(implicature)를 어디까지 밖으로 표출(explicate)하여 나타내 줄 것인가 하는 수준의 문제도 아주 중요한 것이라 할 수 있다. 지나치게 많은 부분을 표현해주려도 하다 보면 많은 의미가 전달은 되겠으나 원래의 묘미를 살릴 수도 없고 긴 설명만 남을 것이다.

2. 은유는 언어를 전달하는 데 수사적 맛을 부린 것이지 중요한 것은 그 의미라고 생각하는 경우가 있다. 그러나 은유는 그 저변에 깔린 문화와 사회 체계를 다 반영하고 있다. 일반적으로 속에 내포되어 있는 의미야말로 다른 언어로의 번역에 기본이 되는 것으로 여겨지고 있으나 이 둘의 관계는 생각처럼 단순한 것이 아니며 바로 이런 이유 때문에 번역이 어려운 것이다. 기본 의미(content)가 중요하다고 하지만 형식(style)에도 그것을 이런 특정한 방식으로 나타내게 된 작가의 의도와 의미, 문화적 배경이 숨어있는 것이다. 이렇게 볼 때 정보전달을 목적으로 하는 텍스트라도 단순 의미 전달만을 생각한다면 정확한 번역을 할 수 없게 된다.
3. 은유적 표현은 기본적으로 같은 인지 구조, 문화 사회적 배경을 가진 사람들끼리만 교감을 할 수 있는 언어표현의 체계이다. 바로 이 점 때문에 은유적 표현이 묘미가 있고 언론, 광고 등에 쓰이면 사람들의 시선을 끌게 되는 것이다. 같은 감정과 문화를 공유할 수 없을 경우 번역가의 입장에서 도착어권 독자들에게 이를 어떻게 전달해 줄지를 결정하는 것은

어려운 일이다. 이때 도착어권 독자들의 배경 지식이나 문화적 이해도가 결정에 중요한 요인이 될 것이다. 또한 도착어권 독자들의 배경지식에 대한 이해도가 높다고 하더라도 은유적 표현을 그대로 전달해 주는 것이 어려울 수가 있다. 은유적 표현을 사용하면 한 사회 구성원간에 교감을 형성하는 과정에서 텍스트의 격식이 크게 떨어지게 되는데 이로 인해 도착어권의 일반적인 텍스트의 형식성과 차이가 날 수 있다. 그러므로 이를 번역시에 어떻게 조절해줄 것인지를 결정하는 것이 중요하다 할 것이다.

4. 은유는 그 자체로만 보면 좋거나 나쁜 것은 아니며 추상적이거나 매우 복잡한 현상을 이해하기 위한 수단이다. 그러나 한 가지를 강조하는 과정에서 다른 면들은 감추어지는 것 또한 은유의 중요한 특성이다. 특히 정치 연설 등에서 은유적 표현이 쓰였을 경우 이것은 자신의 입장을 합리화하기 위해, 혹은 목적하는 것을 달성하기 위한 수단으로 쓰일 수가 있다. 자신의 입장을 합리화하여 부각시키고 대중 심리를 조작하기 위해 은유는 더할 나위 없이 좋은 수단이기 때문이다.

실제로 은유적 표현이 이렇게 쓰인 예를 들어 합리화의 과정이 어떻게 일어났는지를 살펴보자. 걸프전과 관련하여 과거 부시 행정부가 은유 표현들을 사용하여 얼마나 자기의 목적을 달성하려 하였는가를 세밀하게 살펴본 Lakoff의 논문을 보면 당시의 연설, 언론 기사 등에서 부시 행정부는 정당한 전쟁을 동화 속에 나오는 스토리로 은유를 하였다. 즉, 이라크는 악당으로, 쿠웨이트는 피해자로, 미국은 영웅에 비교하고 있다. 이렇게 국가를 의인화하면서 쿠웨이트의 경우는 ‘rape’ 당했다는 등의 단어를 써서 여성으로 표현하였고, 이라크는 ‘bad guys’ 등의 단어를 써서 말썽부리는 놈, 미국은 힘센 남성, 특히 슈퍼맨과 같은 정의의 사도로 묘사하였다. 또한 전쟁이나 국제 정치의 근간을 경제의 손익 계산서 차원에서 따짐으로써 자신들의 입장을 강화하였다. 다시 말해 석유라는 중요한 국가적 자원을 지키기 위한 경제적 차원에서 미국은 전쟁을 할 수밖에 없다는 것이었다. 또한 후세인을 ‘evil’이라고 표현하는 은유적 기법을 쓰기도 하고 후세인이라는 인물을 통해 이라크 전체를 나타냄으로써 환유의 기법을 쓰기도 하는 등 아주 다양한 기법이 쓰였다. 이런 것은 미국 정부가 자신의

입장을 합리화하기 위해 쓴 것이었다. 즉 후세인이라는 한 인물이 이라크는 아니며 이라크에도 죄 없이 고통 당하는 수많은 국민들이 있었고, 쿠웨이트도 아무 잘못 없이 당한 약한 피해자가 아니었고, 미국은 자신을 희생시키며 남을 구하는 정의의 사도도 아니었다는 것이다. 또한 이것은 동화 같이 해피 엔딩으로 끝나는 이야기도 아니었고 전쟁이후에도 오히려 중동지역에서는 반미 감정, 이슬람 근본 세력들의 발호 등이 더욱 큰 문제가 되고 있고 후세인은 건재하다(Lakoff 1992). 위의 정치적 논리를 일반적인 은유에까지 확대시켜 볼 때 번역가는 한 가지 개념을 두드러지게 부각시킴으로써 여기에 초점이 비추어 질 때 동시에 숨겨지게 되는 측면이 무엇인지도 잘 파악해야 함을 알 수 있다. 원문을 읽는 독자의 입장으로써 은유적 표현을 읽을 때 그 숨은 의미를 비판적으로 읽어야 하며, 도착어권 독자들을 고려할 때 원작자의 의도라 하더라도 강대국의 사상을 아무런 생각 없이 그대로 전달해주는 우를 범하지 않기 위해서이다. 비판적이고 객관적인 시각이 번역가에게는 필수적이라 할 것이다.

5. 맺는 말

앞의 텍스트 분석에서 보았듯이 은유적 표현은 단순히 수사적 도구가 아니라 한 사회가 어떤 식으로 사고하는지를 보여주는 것임을 알 수 있었다. 특히 의미상 밀접한 관계를 맺으며 반복해서 나타나는 표현들은 주로 작가의 독창적인 표현이며 주제와도 밀접한 관계가 있을 경우가 많기 때문에 번역에 많은 주의를 필요로 한다. 이런 경우 한 표현이 속해 있는 인지체계 내에는 여러 상황들이 복잡하게 관계를 맺고 있기 때문에 전체적인 그림을 보는 것이 개개 표현의 번역에 얼마나 중요한 것인지 분석을 통해 입증되었다. 또한 이런 체계는 문화적인 것으로 한 사회 내의 구성원들이 공유하는 것이라는 이론을 여러 가지 텍스트의 분석을 통해 확인할 수 있었다. 여러 텍스트를 분석한 결과 유사한 주제의 텍스트들에서 공유하는 인지 체계가 존재한다는 것을 알 수 있었기 때문이다. 결론적으로 올바른 번역을 위해서는 심도 깊게 한 사회의 인지 체계를 이해하고 이것이 도착 언어권의 인지체계와 맞는 것인지, 아니라면 어떤 식으로 번역을 해야 가장 잘 의미를 전달 할 수 있는 것인지 알아내는 것이 중요한 것임

을 발견하였다. 또한 당연한 주장 같겠지만 좋은 번역을 하기 위해서는 자신이 번역하려는 분야의 다른 텍스트들을 많이 읽는 것이 필수적이라는 것을 또 한번 깨닫게 되었다. 문화적 사회적 배경과 그 시대의 조류를 잘 파악하여 전달할 수 있는 번역을 하기 위함이다. 번역가들이 의역을 하여 읽는 독자들이 편안하게 읽을 수 있도록 하는 것은 중요하다. 하지만 작가가 의도하는 의미와 표현 방식을 근본까지 살펴 전달하려는 노력을 게을리해서는 안될 것이다. 앞으로 이번에 다루지 못한 문학 텍스트와 비문학 텍스트에서의 은유적 표현의 차이, 그리고 번역 방법의 차이점이나 유사점에 대한 비교 분석에 대한 연구도 더욱 심도 깊게 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- Baker, Mona (1992) *In Other Words*, London & New York: Routledge.
- Delabastita, Dirk (1996) *Wordplay & Translation*, Manchester: St. Jerome Publishing.
- Fauconnier, Gilles (1997) *Mappings in Thought and Language*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Gibbs, Raymond (1994) *The Poetics of Mind*, Cambridge: Cambridge University Press
- Gibbs, Raymond & G. Steen (ed)(1999) *Metaphor in Cognitive Linguistics*, Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins
- Gutt, Ernst-August (2000) *Translation and Relevance: Cognition and Context*, Manchester: St. Jerome Publishing Co.
- Gutt, Ernst-August (2000) 'Issues of Translation Research in the Inferential Paradigm of Communication' in Maeve Olohan and Contributors *Intercultural Faultlines: Research Models in Translation Studies 1 Textual and Cognitive Aspects*, Manchester: St. Jerome Publishing Co.

- (2000), 161-179.
- Hatim, Basil & I. Mason (1999) *Discourse and the Translator*, London & New York: Longman.
- Katan, David (1999) *Translating Cultures*, Manchester: St. Jerome Publishing Co.
- Kirk, Sunghye (2001) *Translation and Textuality*, Seoul: Hankook Publishing Co.
- Lakoff, George & Mark Johnson (1980) *Metaphors We Live By*, Chicago & London: The University of Chicago Press.
- Lakoff, George(1987) *Women, Fire, and Dangerous Things*, Chicago & Longon: University of Chicago Press.
- Lakoff, George(1991) 'Metaphor and war: The metaphor system used to justify war in the gulf'. In: Putz (1992), 463-81.
- Lakoff, George(1993) 'The Contemporary Theory of Metaphor', in Andrew Ortony (ed.) *Metaphor and Thought*, 2nd ed., Cambridge University Press (1993), 202-251.
- Leppihalme, Ritva (1994) *Culture Bumps: On the Translation of Allusions*, Helsinki: University of Helsinki.
- Newmark, Peter (1988) *Approaches to Translation*, London: Prentice Hall.
- Newmark, Peter (1988) *A Textbook of Translation*, London: Prentice Hall.
- Ortony, Andrew (ed)(1993) *Metaphor and Thought*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Snell-Hornby, Mary (1995) *Translation Studies: An Integrated Approach*, 2nd ed. Amsterdam: John Benjamins
- Sperber, Dan & Deirdre Wilson (1995) *Relevance: Communication and Cognition*, 2nd ed. Oxford & Cambridge: Blackwell.
- Steen, Gerard (1994) *Understanding Metaphor in Literature*, London & New York: Longman.
- Sweetser, Eve (1990) *From Etymology to Pragmatics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Ungerer, Friedrich & H. Schmid (1996) *An Introduction to Cognitive Linguistics*, London & New York: Longman.

[Abstract]

A Study of Metaphor Translation from English into Korean

Kim, Soonmi
(Sejong University)

Figurative language including the metaphor, metonymy, and idiom has been viewed only as an embellishment of ordinary literary language with little cognitive value of its own. The study of metaphor translation has also followed this line of thought. However, the fundamental changes in this field show that the metaphor constitutes much of our experience and helps constrain the way we think and speak of our ordinary lives (Gibbs 1994: 9). The metaphor has actually put a great strain on translators transferring from English into Korean with a huge cultural and social distance not because of its linguistic structure, but because of its cognitive and cultural background. Against this backdrop, this paper seeks to find a way of analyzing and translating texts based upon cognitive models associated with metaphoric mappings. The texts analyzed in this paper are non-literary texts dealing with topics related to economy and business. This study chose texts with a readership from similar background knowledge and experience to find if there's any prevalent cultural model which a translator has to share with the ST writer and ST reader before actually starting a translation. The texts were analyzed at two levels; text level and sentence level. It was found that metaphors in a text have a cognitive network, and translators have to uphold logical coherence when transferring that network to TT. At a sentence level, each metaphor has been analyzed with originality as a parameter; original metaphors should be translated differently from fixed expressions since a writer's intent is more strongly expressed through creative metaphors. As a final step, a few translating techniques of metaphors were

proposed. A comparative study of translation between the metaphors in literary texts and non-literary texts would also give a very useful insight into metaphor translation.

KCS I