

27개의 『엄마를 부탁해』 번역본 표지에 나타난 다중 체계

이 강 선
(한국외대)

1. 들어가며

한국 문학 작품이 번역되어 서구로 소개되기 시작한 지 98년이 지났다. 1922년 캐나다인 선교사 스카트 게일(Scarath Gale)에 의해 번역된 김만중의 『구운몽』이 그 첫 작품으로¹⁾, 이후 수많은 작품이 다른 언어로 번역되어 한국 문학을 알리는 역할을 해왔으며, 한 작품이 하나의 언어로 번역되는 경우가 대다수였다. 그러나 한 작품이 여러 언어로 번역되는 경우도 꾸준히 늘어나고 있는 추세로, 그 중 『엄마를 부탁해』(2008)와 『채식주의자』(2007)는 30여 개국에 번역, 소개되었다는 점에서 단연 뛰어나다. 신경숙의 『엄마를 부탁해』는 36개국에 번역 판권이 팔렸고 27개국에서 번역본이 나왔으며, 한강의 『채식주의자』는 현재 33개국에서(KLTI에 실린 번역본은 24개) 번역본이 나온 상태로 이 두 작품은

1) 이전에도 한국 문학이 타언어로 번역되지 않은 것은 아니었지만 어디까지나 번안에 지나지 않았다(이상현 2004: 3).

번역된 언어와 나라의 숫자에서 단연 타의 추종을 불허하고 있다.

여러 언어로 번역, 출간되었다는 것은 관습과 전통, 세계관, 이념 등이 독특한 문화로 소개되었음을 말한다. 동일한 사실에 대해 각기 다른 인식을 하는 것으로 Tupi or not Tupi²⁾는 어느 사실에 대한 인식이 극명할 정도로 다른 좋은 실례다. 이처럼 문화마다 인식이 다른데 다른 문화에서 온 작품을 받아들이는 양태는 어떠할까. 본 연구는 그 의문에서 시작되었다. 어느 한 작품이 관습도 인식도 다른 30여개 국가로 번역된다면, 아무리 주제가 공통이라고 해도 각 나라의 독자들이 받아들이는데 아무런 장애물이 없을까. 그 번역은 과연 일대일, 원본 문화와 대상 문화만의 것일까. 제 3의 나라 번역본과는 아무런 연관이 없을까.

그러나 이 번역물들을 언어적 접근 방식으로 살펴본다는 것은 무리가 있다. 따라서 본 연구에서는 수용 양태가 가장 잘 드러난다고 여겨지는 표지를 대상으로 분석한다. 표지는 저자와 독자가 만나는 공간으로(Genette 1997: 2), 모든 항목은 독자 수용이라는 하나의 효과를 위해 어우러진다. 각 항목은 저마다 독특한 역할을 하고 있으며 다양한 힘이 작용하고 있다. 번역본의 경우도 예외는 아니다. 번역대상국가는 원본작품을 선택, 번역할 때 대상국가의 특정한 규범, 행위, 정책을 채택하면서 번역대상 국가의 여러 시스템과 공조함으로써 독자 수용을 기하는 한편, 번역문학 자체로서의 시스템적인 기능을 갖는다. 따라서 번역본은 원본국가에서 분리되는 한편 중심-주변(center-and-periphery) 갈등으로부터 중화되는 결과를 낳는다(Even-Zohar 1978: 46). 본 연구는 번역본의 표지에 존재하는 여러 항목의 역할과 효과를 논의함으로써 이 공간에 문학적 사회적 역사적 여러 시스템이 작용함을 논한다. 특히 문화 헤게모니라는 면모에 집중해 번역대상 작품 선택에 영향을 끼친 항목을 살피기 위해 위에 언급한 두 권의 작품 중, 제일 먼저 다언어로 번역된 『엄마를 부탁해』를 선택한다.

2) ‘Tupi or Not Tupi (투피냐 투피가 아니냐)’는 셰익스피어의 햄릿에 나오는 대사 ‘To be or Not To be’를 변형한 구절로, 브라질의 식민부족인 투피남바(Tupinambá) 족의 문화와 관련되어 있다. 야만과 문화의 상징처럼 여겨지며 포스트 식민주의 번역학자들은 이 구절을 번역에 응용, 유럽의 문화를 삼켜 잘 소화해냈다고 표현했다(Bassnett 2014: 53).

2. 번역본 표지의 역할

표지는 주로 이미지와 글씨로 이루어지는 공간으로 만듦과 읽음 양쪽 모두에 그 사회의 코드가 작용한다. 각 나라마다 고유의 인식을 사용해 독자들에게 보다 어필하는 표지를 만들어냄으로써 수용성을 높이고자 하는 것으로, 독자들은 책의 내부에 관심 있다고 생각하기를 좋아하지만 대부분은 표지로 책을 평가하기 때문이다(Mullan 2003 web). 본 작품은 정부의 도움을 전혀 받지 않고 수출되었다. 본 작품을 해외에 판매한 임프리마 에이전시의 COO 김홍기는 인터뷰에서 “정부를 비롯한 어떤 단체의 도움”도 받지 않았고 현지 시장에 대한 특별한 로비나 청탁도 없었다고 말한다.³⁾

이는 책의 출판이 오롯이 현지 출판사의 재량에 맡겨졌다는 뜻으로, 수익을 위한 출판 전략이 최우선이라는 의미다. 따라서 번역본은 수용성을 중요시 여기게 된다. 저자와 독자의 문화가 동일한 원본과는 달리 가치관과 독자가 달라지므로 바뀐 문화를 고려하지 않을 수 없게 되는 것이다. 그러므로 표지 디자이너는 자신이 이해한 원본의 내용을 저자 혹은 출판사와 상의하여 코드화 한 다음 제시한다. 이때 디자이너는 고객에 대해 거의 모르는 상태에서 결정한다. 즉 번역본인 경우 고려해야 할 사항과 제시해야 할 사항이 더 늘어난다. 결국 타국의 작품이므로 문화적 파급은 피할 수 없으며 한편으로 사업성 또한 고려해야 하는 것이다(Bernal-Merino 2018: 101).

본 연구는 위와 같은 사항에 근거하여 다음과 같은 의문을 제시하고 해결해 나가는 식으로 전개한다. 우선 번역본의 표지가 원본과 같은가, 둘째로 사회적 영향은 어떻게 나타나는가, 여기에는 한국의 위상 및 번역국과의 관계가 포함된다. 셋째 원본의 국가가 아닌 제 3국의 영향은 없는가, 넷째, 자국의 가치관은 어떤 식으로 나타나는가. 이 의문들은 원작의 표지가 원작 및 작가의 의도를 독자들에게 ‘제대로’ 구현하는 것에 방점을 두고 있는(이지영 2016: 207) 반면, 번역본은 수용성을 고려해야 한다는 사실에 근거한다. 따라서 이러한 의문들은 번역 수행을 둘러싼 여러 시스템적인 배경을 말하는 것으로, 그 과정이 나타난다고 전제한다(이지영 2016: 208).

3) 출처: <https://beautyofspace.wordpress.com/2013/05/24/인터뷰-임프리마-코리아-김홍기-coo를-만나다/다>. 2014. 4.23

3. 선행연구

표지의 중요성을 깨달은 학자들은 표지를 여러 각도로 연구하고 있다. 시몬-토레스(Simon-Torres)는 한국 전쟁 이후 2000년대까지 번역된 한국 영어 번역본 표지를 연구했다. 한국 전쟁은 한국사에서 중요한 의미를 갖는다. 이 전쟁을 계기로 한국은 세계에 대해 활짝 열린 것이나 다름없어 변화의 분기점이 되었던 것이다. 시몬-토레스는 이 점에 주목, 영역본의 표지에 시대적 이데올로기가 반영되었는지의 여부를 살펴 역사적 변화가 나타나는지를 분석했다. 토레스가 중점을 둔 항목은 근대성으로, 텍스트의 내용에 대한 반영이었다. 분석 결과 텍스트 자체는 전쟁 이후의 발전과 재건을 다루고 있었지만, 표지는 아주 전통적인 한국을 나타내고 있었다. 조사 기간의 후기인 2010년에도 이러한 불일치 경향이 나타나고 있었다는 사실은 번역 서적의 표지가 원전의 출처보다는 대상 문화의 수용성을 더 중요시하고 있음을 보여준다. 토레스가 조사한 자료들은 정부 지원을 받았음에도 그러하다.

이혜진은 1980년대부터 2000년대까지 십년을 주기로 미국에 소개된 한국 번역본의 표지를 분석, 한국인이 생각하는 한국적 이미지와 미국인이 생각하는 한국적 이미지의 차이를 살폈다. 이 번역본들은 미국출판사가 번역 출판한 것으로, 한국은 뚜렷한 사계절을 근거로 ‘음양오행’이라는 철학적 근거인 오방색과 오방간색에 바탕을 두고 있지만, 서양인들이 사용한 한국의 컬러 이미지는 선명한 빨강, 선명한 남색, 진한 빨강, 선명한 노란색, 선명한 주황색, 진한 남색의 순으로, 차이가 있음을 보여주었다(이혜진 2008: 103).

박수진은 3년(2008, 2009, 2011 상반기)간 한국의 인터넷 서점 Yes24에 실린 200권의 영미 베스트셀러 번역본과 영어 원본의 표지를 비교, 분석하였다. 미국 표지는 분석적, 논쟁적이며 대상만을 강조해 표현하는 반면, 한국 표지는 직관적, 타협적이고 감수성에 호소하며 대상과 배경을 연계시켜 표현한다(박수진 2008: 164). 따라서 “다른 문화와의 커뮤니케이션은 기존 문화의 경험, 형이상학적 개념, 표현의 기호에 따라 각각 그 문화에 준한 의미체를 형성하므로 의미적 오차를 발생시키기 쉽다”고 보았다(박수진 2008: 160).

타히르-구르카굴라(Tahir-Gürcaglar)는 1940년대 터키 정부 산하의 번역본의 결텍스트 요소를 분석, 앞표지와 서문 등에 문화적 근대화라는 교육적 목적이

반영되었음을 밝혔다(2002: 207). 결텍스트 요소가 독자를 ‘특정 독서 경험’으로 유도하는 이데올로기적 목적으로 활용되었던 것이다. 이강선(2016)은 1995년 이후 20여년간 한국에서 번역된 키플링(Kipling)의 「코끼리 아이」 번역본들의 표지를 분석, 표지에 교육정책 개편에 따른 변화사항들을 반영함으로써 독자들의 눈길을 사로잡으려 하고 있음을 밝혔다.

언급한 선행연구들은 두 갈래로 나누어진다. 이강선과 타히르-구르카쿨라의 연구는 번역본에 끼치는 사회적 힘을 논한다. 대상 문화의 교육적 목적이 번역본에 영향을 끼치고 이 사실이 표지에 드러나 있음을 밝혔던 것이다. 시몬-토레스의 연구는 대상 문화가 원전 문화에 대해 갖고 있는 인식이 원전 문화의 실제 현실보다 훨씬 더 강력하다는 사실을 보여준다. 이해진과 박수진은 동일한 책의 원본과 번역본의 표지를 통해 나타나는 한국인과 미국인의 가치관 차이를 살폈다. 이강선, 타히르-구르카쿨라, 시몬-토레스의 연구는 대상 문화 내에서 작동하는 힘을 논했고, 뒤의 박수진과 이해진은 가치관 차이를 살폈다.

위 선행연구들은 적게는 한권에서부터 많게는 수백 권에 이르는 번역본의 표지를 최단 1년(박수진)에서부터 최장 50년(시몬-토레스)에 이르기까지 논하고 있다. 번역본만 논하는 경우도 있고 원본과 번역본을 논하기도 한다. 이 논문들은 번역본의 표지가 번역본 사회의 시대적 이데올로기, 정부의 의도, 대상 문화가 원본 문화에 가지고 있는 인식, 원본문화와 대상문화의 가치관 차이를 반영하고 있음을 드러낸다. 번역이 사회적, 역사적, 문화적 권력과 연관이 있으며, 번역된 텍스트가 개별적으로 작용하는 것이 아니라 문화 및 문학 시스템 내에서 번역 기능이 발생함을 논한 것이다(전현주 2004: 170).

이상과 같은 선행연구는 원본과 번역본 두 나라를 비교한 것에 그쳤다. 그럼에도 정부의 영향, 시대에 따른 이데올로기 변화, 독자들의 인식, 가치관 차이 등을 반영하고 있었다. 본 연구의 대상은 각기 다른 언어와 문화를 지닌 27개 국가이므로 양상이 한층 더 복잡하리라고 추측할 수 있다. 위에 언급한 이외에도 번역 대상 텍스트를 선택하기까지 작용한 힘이 표지에 드러나 있을 것이며 한편으로 그 힘이 원본과 번역본만에 그치는 것이 아니라 제 3국 또한 영향을 끼칠 것이라고 추측할 수 있는 것이다.

이상과 같은 사항을 고려할 때 다음과 같은 의문점이 생긴다. 첫째 이 낯선 텍스트를 택한 이유는 무엇인가. 둘째, 동일한 내용이므로 표지 또한 원본과 같

을까. 셋째, 문학사적 영향은 없는가. 넷째, 타국에서 베스트셀러가 되었다는 사실이 영향을 끼쳤는가. 다섯 번째 한국과의 관계는 어떤 영향을 끼치는가. 여섯 번째 과연 원본의 나라와 번역본의 나라는 일대일의 영향을 주고 받는가, 일곱 번째 번역본 나라는 자국의 가치관은 어떤 식으로 나타나는가. 이러한 의문들을 해결해 나갈 때 번역의 기능은 텍스트의 존재 하나에 그치는 것이 아니라 그 텍스트가 통용되는 문화, 문학체제 안으로 확대되며, 텍스트의 역사 문화적인 상황에 따라 변한다(박옥수 2008: 4)는 사실이 드러날 것이다. 또한 그동안 비교적 익숙했던 서구, 한국보다 헤게모니 면에서 우위에 있다고 여겨졌던 미국과 유럽 이외의 다른 문화권에서 한국을 어떤 식으로 인지하고 있는지를 살펴보는 작업이라는 면에서 의의가 있다.

4. 표지에 나타난 다양한 항목들

4.1 표지의 구성 요소와 각 요소가 끼치는 영향

소설 표지는 즐거이나 인물을 반영할 수 있으며, 위협, 정열, 수수께끼를 제시해 독자에게 감정을 불러일으킬 수 있다(Phillips 2007: 19). 특히 소설에서 표지 디자인은 풍성한 영역으로 책의 내용 뿐 아니라 구체적 특징, 책에 나오는 단독적인 상상의 공간(Mullan 2003 web)을 포함할 수도 있다. 이는 표지가 책의 내용을 소개하는 동시에 독자를 끌어들이야 하기 때문인데, 표지의 각 항목이 조화를 이뤄 작용할 때 기능을 제대로 발휘한다. 이처럼 중요한 책의 표지는 어떻게 구성되어 있을까. 주네트가 명시한 표지 구성 요소는 표지 1,2,3,4로 나뉘는데 앞표지(표지 1)에 실리는 항목을 정리해보면 저자의 이름/가명, 저자의 타이틀(교수, 구성원, 등등), 작품의 제목, 번역자 이름, 서문 저자의 이름, 책을 펴내는데 책임 있는 사람, 비평 매체, 헌사, 제사, 저자의 성향 혹은 전기 혹은 비평학, 저자 사인의 복사, 특정한 삽화(도해)시리즈의 이름 혹은 시리즈의 심벌, 이 시리즈에 책임 있는 사람의 이름 등등 다양한 항목이 실린다(Genette 1997: 2-3). 이 항목들 중에서 번역본 표지에 해당하는 항목을 추출, 정리하면 저자, 제목, 출판사, 특정한 삽화(도해)가 되는데, 특히 본 연구의 대상인 책들은 번역본이므로 역자 이름도 항목에 넣는다.

4.2 이미지⁴⁾

표지에 나타난 항목 중 가장 큰 공간을 차지하는 것은 그림이다. 이는 그림의 역할이 그만큼 큰 탓이다. 그림은 인간의 삶에서 언어만큼이나 필수적으로, 대단한 수수께끼 같지만 동시에 끊임없이 흥미를 불러일으킨다(Gibson 1979: 267). 한편으로 그림은 표면을 다루는 동시에 다른 비그림 표면의 맥락에서도 나타나는데(Gibson 1986: 231), 이는 그림이 .책의 본질에 대한 중요한 선언을 할 수 있어(Mullan 2003 web), 읽는 방향을 제시할 수 있기 때문이다.

따라서 이미지들은 문자에 비해 직접적인 반면 상징적인 면이 상당히 내포되어 있다. 이미지는 소비자의 관심을 끌고 호기심을 유발하며, 의미 전달 시간을 단축하기는 하지만, 문자가 학습을 거쳐야만 읽힐 수 있는 것처럼 때로 이미지는 동일한 배경을 가진 사람들에게만 읽힐 수 있는 것이다. 즉 표지의 이미지는 자국 문화의 틀 속에서 다른 문화권의 텍스트를 탐색하고 자국 문화권의 해석방식 안에서 소통 가능한 이미지로 번역한 것으로, 이런 면에서 본다면 언어 텍스트의 번역과 다름없다.

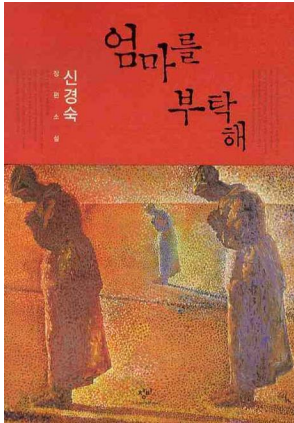
이미지를 사용하는 목적은 소설 내용을 압축, 혹은 상징적으로 전달하는 것이다. 본 소설은 어머니를 잃어버린 가족이 어머니의 가치를 새삼 깨닫고 죄의식을 느끼는 내용이므로, 가장 먼저 어머니를 나타내야 한다. 또한 어머니의 희생에 대한, 혹은 죄의식으로 인한 후회, 한탄 등이 담겨 있거나 간절한 기구가 담겨 있어야 할 것이라고 전제한다. 따라서 이러한 전제에 따라 이미지를 분석한다. 우선 기준이 필요하므로 첫째로 원본의 이미지를 분석하였고, 번역본의 이미지는 네 항목으로 나누었다. 두 번째는 책의 내용과 관련된 이미지를 즉물적인 경우와 상징적인 경우로 나누었다. 세 번째는 대상문화가 지닌 편견 혹은 동양에 대한 가치관을 반영한 경우이고 네 번째는 텍스트와는 관련 없이 한국에 대해 갖고 있는 인식을 반영한 경우, 다섯 번째는 저자의 얼굴을 사용한 경우이다.

원본 표지는 전체가 붉은 색이고 띠지에 그림이 있어 여백을 살린다. 밀레

4) 이미지는 인상, 그림, 모습 등 다양한 의미로 사용된다. 본 논문에서 사용한 이미지는 표지 전체의 그림을 의미하기도 하고 인물을 의미하기도 하지만 맥락상으로 이해할 수 있으므로 따로 구분을 두지 않았다.

(Millet)의 ‘만종’에서 일부를 따와 변형시킨 살바도르 달리(Salvador Dali)의 그림 ‘새벽, 한낮, 해넘이, 해질녘’ 전체가 띠지로, 시간대별로 기도하는 수건 쓴 여인들이 나열되어 있다. 항상 땀에 젖은 수건을 머리에 두른 채 일하고 가족만을 위하고 생각하는 엄마의 이미지가 반영되어 있다(박상주 2009: 13). 주인공이 여성, 농촌 아낙네라는 점에서 이 여인이 어머니라고 짐작하게 한다. 그러나 무엇보다도 이 표지는 자세에서 우리나라는 느낌, 즉 ‘기도’에 중점을 둔다. 간절한 소원을 연상시키는 이 표지는 띠지 앞뒤로 동일한 인물 다섯 명을 반복 배치함으로써 다섯 명의 화자를 연상시키며 ‘엄마를 부탁해’라는 제목과 연결된다.

〈그림 1〉 원본



두 번째는 내용과 관련 있는 이미지를 표지로 삼은 경우로 슬로베니아, 일본, 중국, 인도네시아, 베트남, 루마니아 등이 이에 속한다. 이 표지들 중 내용과 직접 관련이 있는 그림에서 시작해 상징 혹은 은유 순으로 정리하였다.

슬로베니아 번역본의 이미지는 내용과 직접 연관되어 있다. 어느 건물 앞 계단에 맨발로 청색 슬리퍼를 신은 초라한 옷차림의 할머니가 앉아 정면을 응시하고 있다. 갈 곳을 잃은 듯한 이 노인은 한국인으로는 보이지 않는다.

일본 번역본의 경우, 장미꽃밭 이미지가 표지의 절반을 차지한다. 장미꽃은 엄마와 관련 있다. 엄마는 장미꽃밭을 가꾸며(신경숙 2008: 245), 소설가인 큰 딸에게 “세상에서 가장 작은 나라에 가게 되거든 장미나무로 만든 목주를 사다

달라”고 부탁한다(277). 에필로그에서 로마로 간 딸은 장미나무로 만든 목주를 산 다음 피에타상을 보고 어머니를 부탁한다고 기도한다. 장미는 어머니와 피에타상을 연결한다.

중국어 번역본은 시멘트 바닥을 연상하게 하는 거친 질감의 회색을 배경으로 오른쪽 중앙에 허름한 슬리퍼를 배치했다. 슬리퍼는 화자인 지현과 큰 아들인 형철이 엄마의 행방을 찾아 약국에 들렀을 때, 엄마에게 친절하게 대해 준 약사의 회상대목에 등장한다(122, 123). 표지 왼쪽에는 봉오리 진 장미꽃의 그림자들이 드리워져 있다.

〈그림 2〉 각국의 표지: 첫 번째 유형

					
국가: 슬로베니아 번역가: Katarina Mahnič, Jozef Genzor 출판사: Modrijan 출판년도: 2013	일본 安宇植 集英社 2011	영국 Chi-Young Kim Weidenfeld & Nicolson 2011	베트남 Lê Hiệp Lâm, Lê Nguyễn Lê Nhật Bản Hà Nội 2011	루마니아 Oum Tae Hyun, Roxana Cătălina Anghelescu Editura ZIP 2014	중국 薛舟, 徐丽红 圓神出版社有限公司 2011

베트남과 인도네시아 표지 그림은 책 내용과 관련은 있으나 다소 거리가 멀다. 베트남 표지는 전체적으로 도시를 그리고 있으며 녹색톤으로 수채화 느낌이 든다. 높은 건물들이 전면에 솟아 있고 나무가 한 그루 도로변에 있어 나뭇잎이 휘날린다. 정류장에서 버스가 출발하고 있는데 자세히 들여다보면 버스가 내뿜는 흰 연기 속에 한 인물이 우산과 가방을 들고 의자 앞에서 있다. 인물은 아주 작아 자세히 보아야 보인다. 이 표지는 도시에 갓 도착한 인물을 다루고 있지만 인물은 소셜 속 등장인물 누구와도 연결이 되어 있지 않아 표지를 보고 내용을 짐작하기는 쉽지 않다.

인도네시아 표지는 앞백이 보이는 투명한 나뭇잎이 몇 장 겹쳐 있고 표지 공간을 거의 전부 차지한다. 편집자는 나뭇잎이 나무에 영양을 공급하는 자기

역할을 다한 다음 떨어지므로 어머니의 역할과 일맥상통한다고 설명했다⁵⁾. 인도네시아는 열대국가로 1년 내내 녹색이 유지되므로 열대의 나라다운 비유라고 볼 수는 있으나 거리가 멀어 보인다.

루마니아 표지에는 제목이 붉은 장미꽃잎들을 바탕으로 한 붉은 글씨의 루마니아어로 아주 크게 쓰여 있어 눈길을 끈다. 제목 밑 왼쪽에는 잎사귀 없는 겨울나무의 절반이, 오른쪽에는 한 여성의 검은 실루엣이 있다. 여성의 꺾꺾한 자세로 보아 노인으로 보이지 않는다. 작가로 추정되는 여성은 풀밭에 서있고 뒤편으로는 흐릿하게 산이 보인다.

〈그림 3〉 각국의 표지: 첫 번째 유형

				
인도네시아 Tanti Lesmana Gramedia Pustaka Utama 2011	노르웨이 Jarne Byhre Forlaget Press 2011	폴란드 Marzena Stefańska-Adams Kwiaty Orientu Weidenfeld & Nicolson 2011	인도 कयलु-सकु शनि Sh. Neelabh Rajpal and Sons 2012	브라질 FLAVIA ROSSLER Intrinseca 2012

인도의 표지는 물감이 번진 사진과 그림을 합성해 젊은 여인이 도시를 내려다보는 모습을 묘사한다. 중간에는 도시 건물이 거칠게 스케치 되어 있고, 가장 밑 부분에 붉은색 원이 있어 그 안에 2011년 상을 받았음을 명시하고 있다. 또한 가장 밑에 붉은 띠를 두르고 19개 국어로 번역되었다고 명시하고 있다.

폴란드 표지는 공포 소설을 묘사하는 듯 보인다. 흰줄이 있는 검은 바탕에 파란 옷을 입은 붉은 머리의 인물이 생각에 잠긴 듯 보이는데 검은 손이 눈을 가리는 한편 어깨를 쥐고 있다. 이 이미지는 내용이 말하는 어머니에 대한 죄책감과 어머니의 희생적인 삶과 연관 짓기는 어렵다.

5) 이 이미지를 이해할 수 없었던 연구자는 그라미디아(Kompas Gramedia) 출판사에 문의했고(2018년 11월 1일) 나뭇잎은 나무에게 영양을 공급한 뒤, 떨어지므로 어머니와 역할이 같다고 생각한다는 답을 편집자로부터 받았다(11월 5일).

브라질 표지는 전체가 하나의 그림으로, 공간의 절반에는 도시의 해를 배경으로 여인이 아이의 손을 잡고 가는 모습이 실루엣으로 처리되어 있고, 나머지 절반은 제목을 비롯한 소개 글로 채워져 있으며 모두 꽃으로 둘러싸여 있다. 제목은 태양과 같은 주황색의 큰 글자로 처리되어 있고 그 밑에 저자의 이름이 검은 글씨의 알파벳으로 쓰여 있다. 이 글씨들은 모두 꽃으로 둘러싸여 있다. 본 표지에는 출판사와 역자가 나타나 있지 않다. 동일한 이미지가 영국에서도 사용되었는데, 미국 크누프사와 역자는 동일하지만 출판사가 Weidenfeld & Nicolson으로 다르다. 위에서 언급한 브라질 번역본과 노르웨이 번역본은 이 표지를 가져다 쓴 것으로 보인다.

위 번역본 표지들이 내용과 관련 있는 항목들을 상징, 혹은 압축해 표지의 이미지로 삼았다면 세 번째 항목의 표지들은 내용과 큰 관련 없어 보인다. 미국과 서구 유럽의 번역본 표지들로, 대동소이한 경향을 보인다. 인물의 얼굴을 사용했고 인종은 동양인과 백인으로 다양하지만 공통적인 특징은 젊은 여인의 얼굴이라는 점이다. 가장 대표적인 예가 2012년 빈티지(Vintage)사에서 출판된 *Please Look After Mom*이다. 이 표지는 젊은 동양여인의 얼굴 절반이 왼쪽 공간 거의 반을 차지하고 있고, 여인의 얼굴 중간 아랫부분에 녹색 잎사귀들이 있고 왼쪽 공간 아래쪽에는 붉은 열매가 있고 그 아래 저자의 이름이 써여 있다.

아서 골든(Arthur Golden)의 『게이샤의 추억』(2005 페이퍼판)⁶⁾을 연상시키는 이 표지는 젊은 동양 여인의 얼굴을 절반 정도만 확대해 노골적으로 동양과 관련한 소설임을 드러내는 한편, 낯섦의 매혹을 들이대고 있다. 여기에는 한국 어본 표지가 지닌 진지한 의도 대신, 노골적인 의도가 드러난다. 서양인이 동양에 대해 지닌 고정관념과 환상을 자극, 보는 이의 시선을 끌려는 것으로, “표지란 어떤 수단을 써서라도 사람들의 이목을 끌 수 있어야 한다”고 하는 올드리지(Aldridge)의 말(재인용 김홍민 2015: 121)이 구현되어 있다.

6) 사이드(Said)는 서양인이 편견을 투영해 동양을 왜곡되게 읽어내는 개념을 오리엔탈리즘이라고 불렀고 이로 인해 오리엔탈리즘은 원래의 의미와 달라졌다. 서양인 독자를 겨냥해 쓰인 『게이샤의 추억』의 책과 영화에 나타나는 게이샤의 이미지는 서양인들의 왜곡된 편견을 투영한 것으로 그들이 일본의 관습을 정확히 알지 못한 탓으로 원래 일본에서의 게이샤의 사회적 신분과 모습과는 달리 성적인 이미지로 왜곡되어 있다. 여성의 신체를 소비하는 이러한 경향은 다른 여러 책을 통해서도 나타난다(Akita 2006: 6-7).

〈그림 4〉 각국의 표지: 세 번째 유형

그리스 Vincenzo Mingiardi BEAT 2014	독일 Cornelia Holfelder-von der Tann Piper 2012	러시아 A.E. Прохорова Центрполигра ф 2012	불가리아 Надя Баева Колибри 2013	미국 1 Chi-Young Kim Alfred A. Knopf 2011	미국 2 Chi-Young Kim Vintage 2012

〈그림 5〉 각국의 표지: 세 번째 유형

스페인 Aurora Echevarria Perez Grijalbo Narrativa 2011	이탈리아 Vincenzo Mingiardi Neri Pozza 2011	포르투갈 José Vieira de Lima Porto Editora 2011	프랑스 1 Eun-Jin Jeong, Jacques Batilliot Oh! Editions 2011	프랑스 2 Eun-Jin Jeong, Jacques Batilliot Pocket 2013	핀란드 Taru Salminen Into-Kustannus Oy 2015

영어본의 특징은 서유럽의 여러 나라 표지의 특징과 일치한다. 프랑스, 스페인, 그리스, 독일, 러시아, 이탈리아, 포르투갈, 불가리아, 핀란드 등의 나라들은 표지에 동양여인의 얼굴을 넣었다. 이 표지들은 젊은 여인의 얼굴 전체 혹은 절반을 강조, 집중하도록 만든다. 이 인물은 비중이 가장 큰 인물인 큰 딸 지현임이 분명하지만 어머니와 관련한 어떤 정보도 전달하지 않는다.

이 경향에 대한 답은 오리엔탈리즘에서 찾을 수 있다. PLAM을 리뷰한 미국인 독자 몬메리(Montgomery)는 미국 표지를 칭찬하고 있다(2011 web). 그는 원본과 미국의 표지를 비교한 다음, 살바도르 달리의 그림을 사용한 한국 표지는 진부하고 젊은 여성의 얼굴을 사용한 미국 표지는 새롭고 신선하다고 썼다. 익히 알려진 이미지를 사용한 탓에 한국 표지가 전형적이라는 것은 사실이지만, 의미는 변하지 않는다. 따라서 그의 평은 그들의 시각이 한국과는 전혀 다르다는 것을 의미한다. 서구인들은 그들의 시각으로 동양을 보는 경향이 있고 그 사

실이 본 번역본의 표지에서 잘 드러나고 있는 것이다.

〈그림 6〉 각국의 표지: 네 번째 유형

				
스웨덴 Molle Kanmert Sjölander Norstedts 2012	체코 Edda Němcová Knižní klub 2013	몽골 3.Эрдэнэсүрэг Selenge Press 2013	우즈베키스탄 Tajimurato v Sanat Гафур Гулям 2017	아제르바이잔 Rəfail Babazad, Həsənova Vüsalə Qanun Neşriyyatı 2019

네 번째 유형은 내용과는 전혀 동떨어진 이미지들로, 소설이라기보다 한국을 홍보하는 관광책자로 보인다. 체코와 우즈베키스탄, 몽골과 아제르바이잔의 번역본이 여기에 속한다. 체코는 한복을 입은 여성을, 몽골 또한 한복을 입은 여성의 사진을 사용했고 배경은 산이다. 우즈베키스탄은 한국의 궁궐과 국회의사당 건물을 표지 이미지로 사용했고, 아제르바이잔은 한국의 문살무늬와 매화, 제비, 현대 건물과 전통 건물, 놀이공원의 회전바퀴를 그려넣은 다음, 여인과 어린이의 이미지를 넣었다. 이들 번역본은 전통적인 상징물을 사용해서, 작품의 원전이 한국이라는 출처를 전달한다. 원래의 목적과는 달리 지역적 특색을 전달하는 결과가 되었다. 스웨덴의 경우, 한국의 봄날 풍경을 사용하고 있다. 중년의 여인이 등지고 앉아 호수를 응시하고 있고 양쪽에 벚꽃이 드리워져 있다. 관련 내용은 책 속 어디에도 없다. 달리 말해서 한국에 관한 익숙한 이미지를 넣은 것으로 홍보책자로 보일 수도 있다.

다섯 번째는 저자의 얼굴을 넣은 표지로, 아랍어 번역본이 이에 속한다. 이 전략은 저자가 오랫동안 많은 사람들에게 알려져 있다면 매혹적이다. 저자의 얼굴이 곧 책의 가치에 대한 신뢰로 이어지며, 이러한 전략은 책이 논픽션이거나 저자가 유명인일 경우 효과적이다(Marcus 2014 web). 한국과 아랍의 관계는 그다지 깊다고 볼 수 없다. 저자에 관해 얼마나 많이 알려져 있는지 가늠할 수 없으므로, 이 이미지는 소설 속 화자로 받아들여질 수 있다.

〈그림 7〉 각국의 표지: 다섯 번째 유형



지금까지 논한 표지에는 인물, 실루엣, 꽃, 나뭇잎, 도시, 버스가 등장한다. 이 이미지들 중 한국의 문화소(전통적 사항들)를 실은 세 국가 외에 어떤 국가도 한국 문화를 전달하지 않는다. 결국 이들 나라는 원본의 나라보다 자국 가치관이 드러나는 이미지를 사용, 어필하고 있다. 이 같은 이미지 “차이는 원본 문화와 시공간적 환경이 완전히 다른 목표 문화권 독자들의 기대에 부응하기 위해 원본이 지닌 ‘타자성’을 보다 줄이는 방법으로 여겨진다.”(이지영 2016: 206).

동양권이 꽃과 도시, 나뭇잎, 인물 등의 이미지를 사용하되 책의 내용과 연관되어 있다면 서구권의 이미지는 동일한 특징을 보이고 있다. 미국과 프랑스, 이탈리아와 그리스, 노르웨이와 브라질과 포르투갈과 영국 또한 동일한 이미지를 사용하고 있으며, 다른 서구권의 책들은 대체로 유사한 특징을 보인다. 이들은 대다수가 젊은 여인의 얼굴을 표지에 사용하고 있어, 사고방식의 유사성을 드러낸다. 핀란드, 스페인, 그리스, 이탈리아, 독일, 프랑스, 미국, 러시아, 불가리아가 이 유형에 속한다.

이미지들을 정리하면 다음과 같은 결과가 나온다. 우선 도시라는 공간이 주를 이루었고 여성 이미지가 압도적이었다. 여성 이미지를 사용한 경우, 젊은 여성부터 중년, 노년에 이르기까지 모든 연령의 여성이 등장하지만, 서구일수록 젊은 동양여인의 이미지를 사용했다. 동양 및 중동의 경우, 한국과 거리가 멀고 관련 역사가 없을수록 자국의 가치관을 사용했다. 이상의 분석 결과는 모든 표지가 대상 문화의 인식 속에 있는 한국의 이미지를 사용했음을 알려준다. 주목할 점은 원전과 같은 이미지를 사용한 나라가 하나도 없다는 것이다. 모든 번역본의 이미지에 원전 문화에서 대상 문화로의 변용 과정이 나타났다. 각 나라의 이해도에 따라 혹은 가치관에 따라 각기 변용된 것이다.

4.3 글 항목

이어 표지에 나타난 글 항목들을 보편적인 기준으로 판별한다. 잠재독자들은 책에 대해 정보를 일부 갖고 있을 수 있지만 전혀 없는 경우도 많을 것이므로 그러한 독자들을 대상으로 주관적인 이해를 요구할 수 없다. 우선 제목은 글자의 크기와 표지 공간에서 차지하는 위치로 분류해 분석했다. 큰 글자는 작은 글자보다 중요하고, 진한 글자는 흐린 글자보다 중요하고, 글자가 진하면 강조 의도가 있다고 보았다. 또한 중앙에 위치한 항목은 옆이나 아래쪽에 위치한 항목보다 더 중요한 내용이라고 해석했다. 모든 제목은 눈에 가장 잘 띄었다. 따라서 원칙을 적용할 필요가 없었으나 번역어 제목과 원어 제목이 함께 있을 경우에 적용했다.

둘째로 저자의 이름과 번역자의 이름과 관련한 항목이다. 저자 이름은 위 제목처럼 번역어, 영어인 경우와 원어인 경우가 있었는데, 원어인 한국어로 명기한 경우는 드물고 영어로 명기한 경우는 상당히 많았다. 원어보다 영어를 선호한 것은 주목할 만한 일이다. 셋째로 출판사 이름, 넷째 책 소개 및 문학상 수상 사실, 다섯째 판매 부수 혹은 베스트셀러 등이다. 이어 텍스트외적인 사실로 출간된 해, 한류처럼 번역에 영향을 끼친 요소 등을 논한다. 이어 조사한 제목의 언어유형을 다음처럼 분류했다.

〈표 1〉 제목언어 유형

제목언어, 제목언어의 크기	번역국가
번역어	그리스, 노르웨이, 독일, 러시아, 루마니아, 몽골, 미국, 불가리아, 브라질, 베트남, 스페인, 슬로베니아, 아제르바이잔, 우즈베키스탄, 영국, 이탈리아, 중국, 체코, 포르투갈, 폴란드, 프랑스, 핀란드
번역어>영어	인도(힌디어), 아랍어
번역어<한국어	스웨덴
번역어>한국어	일본
영어>한국어>번역어	인도네시아

표의 첫 번째 항목은 번역어로만 제목을 쓴 경우로, 22개국이었다. 두 번째 항목은 제목이 영어와 번역어로 쓰인 경우로 2개국이었다. 원전이 한국어인데도 영어를 쓴 것이다. 3번 항목은 번역어와 한국어로 쓰인 경우로, 스웨덴과 일본이 이 경우에 속한다. 일본의 경우는 번역어 제목이 한국어 제목보다 컸고 스웨덴의 경우는 번역어 제목이 한국어 제목보다 작았다. 스웨덴의 경우는 다소 특별하다. 스웨덴에 한국은 잘 알려졌다 해도 한국어를 아는 사람이 얼마나 되는지는 의문이다. 따라서 한국어의 서체가 원본의 서체와 동일하다는 점을 감안해 이 제목은 이미지로 사용되었을 것이라고 본다.

특이한 경우는 제목이 영어>한국어>번역어 크기순으로 쓰인 인도네시아다. 각 언어 제목은 중앙>오른쪽 상단>하단에 자리 잡고 있어 가장 눈에 띄이는 제목이 영어 제목이다. 인도네시아 번역본이 영어 번역본과 동일한 해에 출간되었음을 감안할 때 이 항목은 문화의 헤게모니를 드러낸다. 글자 크기는 곧 헤게모니의 순인 것이다. 인도네시아는 본 소설이 영역되어 베스트셀러가 되었음을 중시했다고 추론할 수 있다.

저자의 이름에 나타난 현상도 주목된다. 저자의 이름을 번역어로만 쓴 경우는 우즈베키스탄, 슬로베니아, 몽골, 불가리아, 러시아, 힌디어, 중국어의 6개 국가다. 일본은 일어와 한국어를 사용했다. 다른 국가는 모두 영어로 썼는데, 이중 동일한 알파벳을 사용하는 국가를 제외하고, 4개국(러시아, 인도네시아, 힌디, 아랍)이 영어로 썼다. 고유 알파벳이 있음에도 영어로 쓴 것이다. 26개의 번역어 중 21개 국가가 영어로 썼다는 사실은 영어가 국제어(링구아 프랑카)임을 뜻한다. 결국 영어의 파급력을 드러내고 있는 것이다.

지금까지 논의한 제목과 저자 이름에 나타난 현상은 곧 영어가 지닌 헤게모니를 뜻한다.⁷⁾ 이외 대중의 인지도를 알려주는 ‘베스트셀러’ 혹은 ‘국제적 베스트셀러’ 등의 표현과 판매부수를 명시하는 항목 또한 실려 있어, 호기심을 자극하는 한편 신뢰도를 높인다. 7개의 국가(폴란드, 노르웨이, 포르투갈, 미국, 인도, 루마니아, 아제르바이잔)가 표지에, 일본은 띠지에 판매부수 항목을 명시했다. 책 소개가 실려 있는 표지들도 있는데, 미국저널 혹은 미국 표지에 쓰인

7) 불가리아는 저자 이름이 제목보다 크다. 저자 이름이 제목보다 큰 것은 저자의 유명도를 뜻하지만 반드시 그런 것만은 아니다. 스티븐 킹이나 무라카미 하루키 같은 세계적인 작가의 경우 독자들이 저자를 신뢰하므로 저자의 이름을 더 크게 명기한다.

평론가의 평을 실은 경우는 주목할 만하다. 베트남 및 이탈리아가 이 경우로, 이탈리아는 200만부 이상 팔렸다는 사실을 명시하면서, 특히 '미국을 정복했다'고 표현한다. 미국에 끼친 영향을 명시함으로써 미국을 강하게 인식하고 있음을 드러내고 있는 것이다.

미국, 루마니아, 인도, 러시아, 체코, 인도네시아는 맨 아시아상 수상 사실을 실었다. 또한 몽골, 브라질, 아제르바이잔, 우즈베키스탄, 핀란드의 경우에는 번역자 이름이 없다.

5. 표지에 나타난 다중 체계

본 연구는 외국 출판사들에 의해 번역 출간된 한 작품의 표지를 이미지와 글 두 항목으로 나누어 분석했다. 그 결과 표지에는 번역, 사회, 역사, 문화 등의 여러 시스템이 작용하고 있음이 나타났다.

우선 그림 항목에서 각국의 이미지는 독자에게 책을 소개하는 동시에 각 문화권의 가치관을 사용, 독자를 끌어들이고자 하는 수용성을 나타냈다. 각국이 사용한 이미지의 종류를 분류한 결과 5가지가 나왔다. 우선 원본은 따로 분류하였는데 간절한 기도를 나타내고 있었다. 두 번째 유형은 주제와 연관된 이미지를 직접적 또는 간접적으로 사용, 자국의 독자에게 어필하고자 했다. 세 번째 유형은 서구권으로, 서구인의 동양에 대한 왜곡된 이미지를 투영한 이미지를 사용 했다. 네 번째는 한국의 전통적 이미지 사용을 통해 관광객처럼 보이는 이미지를 실었다. 다섯 번째는 저자의 얼굴을 사용한 아랍어본이었다. 중요한 점은 동일한 이미지는 하나도 없었다는 사실로, 각 번역본들은 원본의 이미지를 복사하기보다는 자국의 가치관을 활용한 이미지를 사용하고 있다. 그림 저작권에 대한 대가를 치러야 하는 경제적인 이유도 크지만 독자의 수용성을 고려, 각기 한국(동양)에 대한 자국민의 인식을 활용하고 있는 것이다. 즉 그림 항목의 경우, 자국 가치관이 확연히 드러났다.

글 항목의 경우, 제목과 저자 이름을 표기한 언어들, 문학상 수상 사실, 대중의 인지도, 번역가 이름 표기 등을 분석했고, 그로 인해 번역본에 작용하는 다양한 시스템을 살폈다. 우선 제목은 이 책이 어머니라는 공통적인 주제를 갖

고 있는 소설, 문학임을 나타냈다. 문학사적 사실 또한 수록되었는데 책의 가치에 대한 신뢰도를 높여주는 맨 아시아 상 수상 사실이 기록되었다. 또한 사회적 영역에서 힘이 작용함을 보여주는 사실로, 베스트셀러 혹은 판매부수 적시가 있었는데, 이 항목은 이 책의 매력과 대중성을 말해주었다. 번역자 이름이 없는 경우는 해당국가에서 번역의 위상이 평가 절하되고 있음을 보여준다. 즉 표지에는 텍스트의 본래 기능인 문학적 기능 외에도 사회, 문화의 헤게모니, 한국의 위상, 번역의 위상 등 다양한 시스템이 어우러져 작용하고 있는 것이다.

특히 미국의 영향력이 강하게 드러난 부분은 문학상, 베스트셀러, 서평, 제목, 작가 이름 표기 등으로, 원본의 출산지가 한국임을 감안하면 한국의 문화가 드러나야 한다고 여기기 쉽지만 실제로는 그렇지 않아 한국보다 미국의 영향이 더 강하게 드러난 것이다. 이는 헤게모니 문화가 그렇지 않은 어느 문화에 제시되면 종속 문화의 대중은 헤게모니가 제시한 문화를 중요한 것으로 여기기 (Robinson 1997: 32) 때문으로, 결국 종속 문화들 자신이 스스로 지배 문화에게 종속되어 있음을(Bogic 2016: 69) 『엄마를 부탁해』의 번역본들에게서 볼 수 있다. 원본 국가인 한국도 예외가 아니다. 한국어 원본이 출판되고 약 3년 후, 영어역이 베스트셀러에 진입했고 그로 인해 다시 한국에서 열풍이 일어난 것이다 (이형진 2018: 201)⁸⁾.

한편으로 한국의 위상을 거론하지 않을 수 없는데, 출판에이전시인 임프리마에 의하면 본 소설이 베스트셀러를 기록한 이후 미국을 비롯한 세계 언론에 소개 되면서 여러 나라에서 관련 문의가 들어왔다⁹⁾. 1990년대 말 이후, ‘한류’로 대표되는 한국 문화가 자리를 잡기 시작했고, 초창기 동남아시아에서 시작되었던 이 한류는 세계로 번져가는 상태임을 유튜브를 비롯한 매체에서 확인할 수 있다.

즉 대상문화가 원본작품을 번역하는 과정에서 자국의 가치관, 한국의 위상, 한국과 번역대상국가와의 관계, 미국의 헤게모니, 베스트셀러라는 대중의 인지도, 문학상 수상, 번역자의 위상 등이 드러났다. 번역 대상 작품을 선별하는 과정에서 문학적 재미와 가치뿐 아니라 대중적인 인지도 그리고 원본국가의 관계

8) 「돌아온 『엄마를 부탁해』 ‘국내-외서’ 부문 1위 석권」, <독서신문> 2011년 4월 8일자.
「신경숙, 『엄마를 부탁해』 국내서 후폭풍」, <조선일보> 2011년 4월 8일자.

9) 인터넷 주소: <https://beautyofspace.wordpress.com/2013/05/24/>

및 헤게모니 국가와의 관계 등이 드러난 것이다. 달리 말해 원본 작품을 번역하는 과정에서 대상국가의 여러 시스템과 공조, 특정한 규범, 행위, 정책을 채택하는 한편, 번역문학 자체로서의 시스템적인 기능을 갖는다는 사실이 나타났다. 한편으로 번역본이 원본국가에서 분리되어 중심-주변(center-and-periphery) 갈등으로부터 중화되는 결과를 가져왔음(Even-Zohar 1978:46)을 특히 이미지 항목에서 확인할 수 있었다.

본 연구는 한권을 대상으로 하였으므로 자료에 제한이 있어 대다수의 경향이라고 보기는 이르다. 물론 이는 이처럼 다양한 언어로 번역된 경우가 드물기 때문이고 한편으로 본 서적이 최초이기 때문으로, 차후에 또 다른 다언어 번역 서적에 대한 연구가 나와 본 연구를 보완할 것을 기대한다.

참고문헌

기본분석자료

- 신경숙(2008), 『엄마를 부탁해』. 서울: 창비 외 27개 번역본의 표지
- 김홍민(2015), 『재미가 없으면 의미도 없다』. 서울: Kyobobook MCP.
- 박상주(2009), 「“늘 엄마를 딛고 있다는 느낌을 받았습니다”」, 『신문과 방송』 2: 12-16.
- 박수진 (2011), 『한국과 미국의 문화적 특성에 따른 책표지 그래픽의 표현과 해석 차이에 관한 연구』. 경북대학교 박사학위논문.
- 박옥수 (2008), 「개화기 한국 번역 작품의 기술적, 기능적 분석」, 『건국대학교 국어국문학연구논집』 41: 483-513.
- 오준석·정진섭(2012), 「한국문학번역원 중장기 전략」 한국문학번역원.
- 이상현 (2004), 『제임스 게일(James Scarth Gale)의 『구운몽』 번역과 문화의 변용』. 성균관대학교 석사학위 논문.
- 이지영(2016), 「문학번역의 결텍스트 리프레이밍: 소설 『허삼관매혈기』를 중심으로」, 『번역학연구』 17(5): 201-232.
- 이형진(2018), 「한국문학의 영어번역, 논란과 논쟁을 번역하다」, 『번역학연구』 19(4): 185-206.

- 이혜진(2008), 『서양에서 출간된 한국 관련 서적의 조형적 이미지 구조 분석: 북커버 디자인을 중심으로』. 홍익대학교 석사학위 논문.
- 전현주(2004), 「다중체계 이론과 한국 현대 번역 문학사」, 『번역학연구』 5(1): 167-182.
- Akita, Kimiko (2006), 'Orientalism and the Binary of Fact and Fiction in *Memoirs of a Geisha*' *Global Media Journal* 5(9): 1-11.
- Bassnett, Susan (2014), *Translation*, London: Routledge.
- Bernal-Merino, Miguel A (2018), *JIAL: The Journal of International and Localisation*, 5(1): 101-137.
- Bogic, Anna (2016), 'Translating into Democracy: The Politics of Translation, *Our Bodies, Ourselves*, and "The Other Europe"'. (eds) von Flotow, Luise, Farzaneh Farahzad *Translating Women: Different Voices and New Horizons*, New York: Taylor & Francis. 56-75.
- Even-Zohar, Itamar (1990), 'The Position of Translated Literature Within the Literary Polysystem.' In *Polysystem Studies* [= *Poetics Today* 11:1], pp. 45-51.
- Genette, Gerard (1997), trans Jane E. Lewin (1997) *Paratexts: Threshold of Interpretation*. New York: Cambridge University Press.
- Gibson, James. Jerome (1986), *The Ecological Approach to Visual Perception*, Hillsdale: Lawrence Erlbaum Asso.
- Marcus, Michael. N (2014), 'When should an author's face go on the front book cover?' *Bookmaking*. August 25, 2014. Web.
- Montmerry, Charles (2011), 'Shin Kyung-Sook's "Please Look After ???": Covering the Genre Bases' *Korea Literature in Translation*. April 17, 2011. Web.
- Mullan, George (2003), 'When it's acceptable to judge a book by its cover' *The Guardian*. Oct. 18, 2003.
- Phillips, Angus (2007), 'How Books are Positioned in the Market: Reading the Cover' in Eds. Matthews, Nicole & Nickianne Moody *Publishers, Designers, and the Marketing of Fiction* Hampshire: Ashgate Publishing,

Ltd., 2007.

Robinson, Douglas (1997), *Translation and Empire: Postcolonial Theories Explained*. Machester: St. Jerome.

Tahir-Gürçaglar, Sehnaz (2002), 'What texts Don't Tell: The Uses of Paratexts in Translation Research' in Hermans Theo (ed.) *Crosscultural Transgressions*, St. Jerome, 44-60.

Torres-Simon, Ester (2014), *Translation and Post-Bellum Image Builing: Korean Translation into the US After the Korean War*. Ph. D Thesis Universitat Rovira I Virgili.

[Abstract]

**The Polysystem Appeared in 27 Front Covers of Translated
*Please Look After Mom***

Lee, Kang-sun

(Hankuk University of Foreign Studies)

This study explores the poly-system and the cultural hegemony acted in the front covers of 27 translated books of *Please Look After Mom*, the first book translated into so many languages. PLAM is published in Western, Asian and Middle East countries without any help from its government or organizations. Therefore, the target cultures' publishers take the best strategy to attract local readers across the cultural differences and the other disadvantages. While the cover of the original reflects the intention of the writer, the translated ones consider their own culture and try to minimize the otherness of the original text.

The covers consist of the images and the text. The analysis shows the 5 types of images indicating that each country uses its own value. The first and original one shows the earnest prayer of the subject. The second type of images is related with the subject directly or symbolically. The third, most of the Western countries, reflects the value of Orientalism by highlighting a young woman's face. The fourth depicts traditional Korean cultural items to signify their relationships with South Korea, so it may be seen as a tourism booklet. The fifth, the Arabic translation, uses the author's face.

The analysis of the text items on the covers concludes many systems acting surrounding the translation process. Though the original country is Korean, many of the target texts write its getting American literary award and also American book reviews. Therefore, it reveals that the subordinate countries

give importance to the hegemonic country over the world.

In conclusion, the images of 27 translated PLAM use each country's value to realize the subject or the content or the relationship between the original country and the target country and the text items represent the various systems such as literature, cultural hegemony, social condition of target culture, the international status of Korea, and the status of translation on the country. So in the occasion of translated PLAM, many systems surrounding the translation process work on the cover space.

▶ Keywords: *Please Look After Mom*, covers of 27 translated books, cultural hegemony, acceptability, poly system

▶ 주제어: 엄마를 부탁해, 27개의 번역본 표지, 문화 헤게모니, 수용성, 다중체계

이강선

한국외국어대학교 영어통번역학부 시간강사

sunrisin@hanmail.net

관심분야: 문학번역, 동화번역, 문학치유

논문투고일: 2019년 5월 3일

심사완료일: 2019년 5월 25일

게재확정일: 2019년 5월 28일