

한영 소설 제목의 시대별 · 번역사별 번역 전략 양상 연구*

박 헌 일
(사이버한국외국어대학교)

1. 서론

제목은 해당 텍스트의 간판이자 내용을 압축적으로 담고 있으며 결과적으로 독자나 청자로 하여금 텍스트 내용을 예상하게 하는 안내자와도 같다(나은진 2007: 160). 이렇듯 제목은 소통이 시작되는 출발점(김순영 2009: 4)이자 독자나 청자에게 해당 텍스트의 첫인상을 남기는 중요한 역할을 한다.

한국 소설 제목을 원문에 충실하게 영어로 번역하더라도 한국 독자가 받는 느낌과 목표 문화권의 독자가 받는 느낌이 다른 경우가 얼마든지 생길 수 있다는 사실은 나이다(Nida 1964: 159)의 등가 이론¹⁾을 접하지 않았더라도 쉽게 짐

* 이 연구는 2019년도 사이버한국외국어대학교 교내 학술연구비 지원에 의한 연구임.

1) 기존의 등가 개념을 형식적 등가(formal equivalence)와 역동적 등가(dynamic equivalence) 개념으로 구분하였다. 형식적 등가란 ST의 형태와 의미에 최대한 근접하도록 번역하는 것이며 역동적 등가란 ST가 원천 문화권의 사람들에게 주는 효과와 TT가 목표 문화권의 사람들에게 주는 효과를 최대한 근접하도록 번역하는 것이다.

작할 수 있는 일이다. 제목을 어떻게 번역하느냐에 따라 소설이나 영화에 대해 가지게 되는 생각이나 흥미가 크게 좌우될 수 있고 이는 곧바로 소설의 판매부수나 영화 흥행에 결정적인 영향을 미칠 수 있기 때문에 번역 전략의 중요성은 간과할 수 없는 요소이다.

영화의 경우 번역된 제목 말고도 동영상 형태의 예고편을 통해 해당 영화의 내용을 미리 예상할 수 있지만 소설은 그렇지 않기 때문에 제목을 통해 전해지는 첫인상이 보다 짙을 수밖에 없다. 기술의 발달과 다양한 매체의 등장으로 영화 예고편을 언제 어디서나 쉽게 접할 수 있는 요즈음에는 그 간극이 더욱 벌어졌다고 해도 과언이 아니다.

한류의 영향으로 한국 문화에 대한 호기심과 관심이 그 어느 때보다 급증하였지만 소수언어인 한국어 문학작품의 해외진출은 그동안 쉽지 않았던 것이 현실이다. 그렇기에 신경숙 작가의 『엄마를 부탁해』가 2011년 4월 미국에서 출판되고 큰 호응을 이끌어낸 것은 한국 출판시장에서는 커다란 업적으로 여겨진다. 이후 한국문학번역원에서는 한국문학의 세계화를 위해 번역지원 사업을 적극적으로 펼치고 있는데 이와 동시에 한국문화를 정확히 아는 내국인 번역사와 목표언어와 문화에 정통한 외국인 번역사가 나올지에 대한 고민도 깊어지고 있다(마승혜 2014: 2). 한국 책을 세계 시장에 진출하도록 하여 한국문화를 세계에 알리고 한류의 기반을 더욱 탄탄하게 만드는 것이 더욱 중요해진 요즈음 제목 번역의 중요성 또한 더욱 커질 것으로 생각된다.

이에 따라 본 연구에서는 소설의 번역 전략을 음역과 직역, 조절, 개역, 혼합의 5가지 방법으로 분류하여 1960년대부터 2010년대까지의 소설 제목의 번역 전략을 자세히 살펴보고자 한다. 이를 통해 다음의 세 가지 질문에 대한 답을 얻고자 한다.

첫째는 시대별 번역 전략에 차이가 존재하는지에 대한 여부이다. 1990년대 말부터 불기 시작한 드라마 장르에서의 한류를 시초로 2000년대의 K-pop 열풍 및 2011년 신경숙 작품의 선전이 과연 번역 전략에 영향을 주었는지에 대해 살펴보고자 한다.

둘째는 각 시대별로 번역사의 종류에 차이가 있는지를 분석하고자 한다. 앞서 언급한 것처럼 한국 문학작품이 외국에서 선전을 펼치자 문학작품 번역 시 원문의 의미를 정확히 파악할 수 있는 내국인 번역사가 나올지, 목표 문화권의

규범에 정통한 외국인 번역사가 나올지에 대한 고민이 깊어지고 있다고 하는데 이러한 고민이 번역사의 비율에 영향을 미쳤는지를 포함하여 각 시대별로 번역사의 비율의 차이를 파악해보고자 한다.

마지막으로 내국인 번역사와 외국인 번역사 간 번역전략 차이의 유무이다. 일반적으로 내국인 번역사는 원문에 보다 충실하게 번역을 하고 외국인 번역사는 목표 문화권 독자가 느끼기에 보다 생기 있게 번역한다고 하는데(Fulton 2008) 소설 제목 번역전략에 있어서도 그러한 차이가 드러나는지를 살펴볼 것이다.

2. 이론적 배경

제목 번역 연구는 영화 제목과 관련된 연구가 가장 활발하다. 텍스트의 내용을 파악하게 해주고 영화 흥행에도 절대적인 영향을 미칠 수 있기 때문에 국내에서도 영화제목의 번역전략에 대해 살펴보는 연구는 그동안 많이 이루어졌다(강범모 2009, 김순영 2006, 박은하 2009, 윤후남 2011, 오미형 2012, 이혜승 2016).

오미형(2012: 67)은 한국어 제목에서 영어 제목으로 번역하는 방법을 무번역(zero translation), 음차(transliteration), 직역(literal translation), 조절(adapation), 새로 쓰기(text production)의 5개 유형으로 분류하였으며 무번역이 전체의 약 15%로 상당히 큰 비율을 차지하는 것으로 드러났다. 무번역을 제외한 결과를 보면 직역이 가장 많은 42.45%를, 새로쓰기가 28.52%, 조절이 22.72%, 그리고 음차가 6.3%를 차지하였다. 상대적으로 잘 알려지지 않은 한국어의 위치를 고려할 때 직역과 음차가 거의 50%를 차지하는 제목 번역 양상이 과연 효과적일까에 대한 의문이 들지 않을 수 없다.

김순영(2006: 36)은 영화제목의 번역 전략을 음차번역, 직역, 명시화, 창의적 제목 사용의 4가지 유형으로 분류하였으며 영어 제목에서 한국어 제목으로 번역하는 경우 직역이 27.6%를, 명시화 및 창의적 번역이 40%를 차지하였다. 하지만 한국어 제목에서 영어 제목으로 번역하는 경우는 직역이 36.7%, 명시화와 창의적 번역은 56.6%로 증가하였다. 흥미로운 사실은 음차번역의 경우 한국

어로의 번역은 32%나 차지하는 반면 영어로의 번역은 6.6%로 영어 제목에서 한국어 제목으로의 번역에서 음차번역의 비율이 훨씬 높다는 것을 알 수 있다. 이렇게 영어에서 한국어로의 영화제목 번역에서 음역이 높은 비율을 차지하는 현상이 과연 소비자들이 원해서 나온 결과인가에 대해서 유한내, 박현일, 정철자(Han-Nae Yu, Hunil Park and Choel Ja Jeong 2019)는 소비자들이 원하는 번역 전략은 음역이나 직역이 아닌 목표 문화권 사람들이 편하게 이해할 수 있는 조절이나 다시 쓰기라는 사실을 설문조사를 통해 제시한다. 즉, 영화배급사나 홍보담당자의 제목번역에 대한 이국화²⁾ 전략이 실상은 소비자가 원하는 번역 방식과 배치된다는 것이다.

김순영·이선영(2015)은 소설 제목의 경우 영한 번역보다 한영 번역 시 원천어 중심의 번역유형이 보다 높게 나타난다고 하였고(음차번역 제외), 목표어 중심의 번역 유형에서는 한영보다 영한 번역에서 소통적 번역의 비율이 높은 것으로 드러났다.

뉴마크(Newmark 1988)에 의하면 번역 전략은 크게 원천어 중심과 목표어 중심의 번역 방법으로 나눌 수 있다. 원천어 중심의 번역 방법에는 단어 대 단어, 직역, 충실한 번역 및 의미 번역이 있으며 목표어 중심의 방법에는 변안, 의역, 관용적 번역과 소통적 번역이 있다. 아래 표에서 보는 바와 같이 뉴마크는 의미 번역 방법과 소통적 번역 방법을 두 개의 축으로 나누며 전자는 원천 텍스트의 의미를 심미적 가치보다 중요하게 여기는 번역 방법으로, 후자는 목표문화권의 독자가 보다 쉽게 이해할 수 있는 번역방법으로 분류하였다.

2) 번역학자인 프리드리히 쉐라이어마허(Friedrich Schleiermacher)는 독자를 저자에게 데려가는 방식과 반대로 저자를 독자에게 데려가는 방식에 대해 언급하는데 이를 두고 베누티(Venuti 1995)는 전자를 이국화 번역 방식, 후자를 자국화 번역 방식으로 정의하였다. 이국화 방식을 취한 번역의 경우에는 해당 텍스트가 비번역본이 아닌 번역된 텍스트라는 사실이 잘 드러나며 원문에 충실하기 위해 목표언어체계 규범도 위반할 수 있음이 전제된다. 다시 말해 이국화 방식에서는 번역사의 가시성이 두드러진다. 반대로 자국화 번역 방식의 경우에는 해당 텍스트가 번역의 결과물인지 잘 드러나지 않으며 원문이 가지고 있던 고유의 문화적인 요소들이 사라지는 경우가 많다.

〈표 1〉 Newmark의 V 다이어그램(1988)

원천어 중심(SL emphasis) 단어 대 단어 번역 직역 충실한 번역 의미 번역	목표어 중심(TL emphasis) 변안 의역 관용적 번역 소통적 번역
--	---

이러한 뉴마크(Newmark 1988)의 원천어 중심의 번역 방식과 베누티(Venuti 1995)의 이국화 번역 방식은 오미형(2012)과 김순영(2006)이 언급한 무번역, 음차, 직역과 동일하며 자국화 번역 방식은 오미형과 김순영의 조절, 새로 쓰기, 창의적 제목 사용과 맥을 같이 한다. 본 연구에서는 기존의 선행연구에서 활용하였던 분류 방식과 비교분석이 가능하도록 소설 제목의 번역 전략을 음역과 직역, 조절, 개역, 혼합의 5가지 방법으로 분류하여 분석을 진행하고자 한다. 각 번역 전략에 대한 자세한 사항은 3장에서 다루도록 한다.

3. 분석 결과

3.1 분석 방법

본 연구에서는 한국어 소설 제목 499개와 이에 대한 영어 제목 499를 수집하여 엑셀로 정리한 후 통계 프로그램인 SPSS 18.0에 데이터를 입력하여 번역 전략의 양상을 음역, 직역, 조절, 다시 쓰기 및 혼합의 5가지 종류로 나누어 분석하였다. 분석을 하면서 특정 종류로 확실하게 규정지을 수 없다고 판단한 경우에는 동료 전문통번역사 2명과 논의를 거친 후 분류하였다. 한국어 소설 제목은 한국문학번역원과 국내 대학의 도서관에서 대여할 수 있는 작품 중에서 번역사의 이름과 약력이 확인 가능한 것들을 수집하였다. 이렇게 수집한 제목 쌍을 아래 표에 나타난 음역과 직역, 조절, 개역, 혼합의 5개 번역 전략으로 분류하여 분석을 하였다.

〈표 2〉 소설 제목 분류 방식

음역 (transliteration)	한국 소설 제목을 발음 나는 그대로 영어로 표기하는 방식
직역 (literal translation)	한국 소설 제목의 단어를 일대일로 번역하는 방식 (단, 한국어와 영어체계 간 어순의 변화는 있음)
조절 (adaptation)	한국 소설 제목의 일부만 직역되는 경우. 한국어 제목의 단어가 영어 제목에서는 생략되기도 하고 반대로 원제목에 없는 단어나 의미가 새롭게 만들어지기도 함
다시 쓰기 (rewriting)	한국 소설 제목과 영어 제목 간 의미적으로 대응하는 단어가 하나도 없는 번역 방식
혼합 (combination)	위 번역 방식 가운데 둘 이상의 번역 방식이 혼합됨

3.2 전략별 분석결과

음역은 전체 499개 제목 가운데 17개의 제목에서 나타났으며 비율로는 3.9%를 차지했다. <표 3>에서 보는 것처럼 고유명사에 대한 음역이 대부분을 차지했지만 ‘할멈’처럼 보통명사에 대한 음역도 있었고 고유명사와 보통명사와 이루어진 한국어 제목을 그대로 음역하는 예도 확인할 수 있었다.

〈표 3〉 음역의 예

한국어 제목	영어 제목	비고
김유신과 나폴레옹	Kim Yu-shin and Napoleon	한국어와 외국이름
순이삼촌	Sun-I Samch'on	고유명사와 보통명사
서편제	Seopyeonje	고유명사
판문점	Panmunjom	고유명사
할멈	Halmum	보통명사

본 연구의 5개 번역 전략 가운데 가장 큰 비율을 보인 직역은 499개 제목 가운데 297개의 제목에서 나타났으며 <표 4>에서 대표적인 예를 볼 수 있다. 비율로는 무려 59.5%를 차지하여 김순영·이선영(2015)의 51.18%(단어 대 단어 번역 13.74% + 직역 37.44%)와 크게 다르지 않았다. 소설이나 영화 모두 제목

번역에 있어서는 직역이 가장 많이 활용되고 있다는 선행연구 결과와 일치함을 확인할 수 있다.

〈표 4〉 직역의 예

한국어 제목	영어 제목	비고
상속	Inheritance	단어 차원
소나기	Shower	단어 차원
기나긴 밤의 노래	Song of the Long, Long Night	구 차원
통조림 공장	The Canning Factory	구 차원
나는 나를 파괴할 권리가 있다	I Have the Right to Destroy Myself	문장 차원

제목의 일부만 직역되는 조절의 경우는 499개 제목 가운데 115개의 제목에서 나타나 비율로는 23%를 차지했다. 아래 표에서 보는 것처럼 단어 생략, 첨가, 의미 전환 등 다양한 방식으로 원제목의 의미에 전환이 일어나는 것을 확인할 수 있다. 특히 ‘돼지꿈’처럼 직역을 했을 때 목표 문화권 독자에게 의미가 모호해지는 경우는 ‘A Dream of Good Fortune’처럼 원제목의 의미를 풀어 번역하는 예도 있었다.

〈표 5〉 조절의 예

한국어 제목	영어 제목	비고
소리의 빛	The Light of songs	의미 전환
돼지꿈	A Dream of Good Fortune	의미를 풀어 번역
숙부는 늑대	The lone wolf	생략 및 의미 전환
삼층집 이야기	Three-Story House	단어 생략
갈대	The Broken Reed	의미 첨가

다시 쓰기는 499개의 제목 가운데 35개의 제목에서 나타나 7%를 차지했다.

<표 6>에서 보는 것처럼 한국어 제목과는 무관하게 해당 소설의 내용을 바탕으로 다시 쓰기를 하는 경우가 많았는데 원어 제목의 사람이 소설 내용을 설명하는 특정 상황이나 장소로 전환되거나 그 반대의 경우도 나타났다. 또한 아래 표의 마지막 예에서 볼 수 있듯이 한국어 제목이 사람의 이름인 경우 이를 보통 명사로 바꾸면서 ‘innocent’처럼 사람 성격을 규정하는 명사화 현상도 찾아볼 수 있었다.

〈표 6〉 다시 쓰기의 예

한국어 제목	영어 제목	비고
선학동 나그네	Immortal Crane Village	사람 > 장소
외판방	The Girl Who Wrote Loneliness	장소 > 사람
중가에서 난 절름발이	Against the Odds	사람 > 상황
달밤	An Idiot's Delight	내용 소개
치숙	My Innocent Uncle	고유명사 > 보통 명사

혼합의 경우는 전체 제목 499개 가운데 35개의 제목에서 나타서 7%를 차지했으며 <표 7>에 대표적인 예를 들었다. 이 가운데 31개는 음역과 직역의 조합이었고 나머지 4개는 음역과 조절의 조합이었다.

〈표 7〉 혼합의 예

한국어 제목	영어 제목	비고
영자의 전성시대	Young-ja's Heyday	음역과 직역
김탁보전	The Tale of Kim Tagbo	음역과 직역
우주피스 공화국	The Republic of Uzupis	음역과 직역
호질	Hozil' or The Tiger's Admonition	음역과 조절

위의 ‘호질’을 제외한 34개의 혼합 방식이 모두 고유명사에 대한 음역이었다는 것을 감안하면 음역과 직역은 직역으로, 음역과 조절은 조절로 분류해도 무리가 없어 보인다.

3.3 시대별 분석 결과

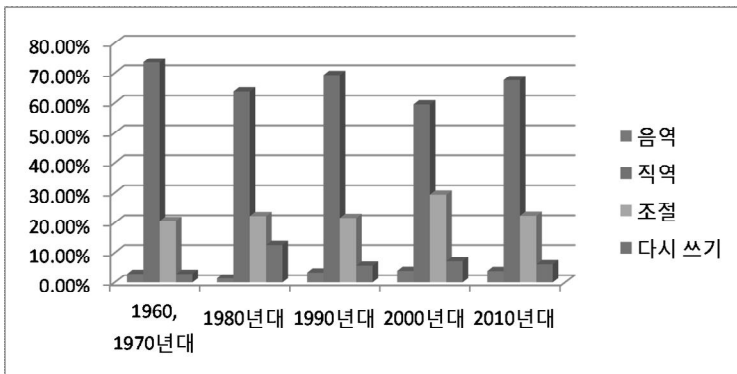
앞서 언급한 것처럼 35개의 혼합 방식을 직역과 조절로 재분류하고 시대별로 번역전략을 살펴보면 다음의 결과를 얻는다.

〈표 8〉 시대별 번역 전략

구분		번역전략				
		음역	직역	조절	다시쓰기	
시대별	1960, 1970년대	빈도	1	25	7	1
		%	2.94%	73.53%	20.59%	2.94%
	1980년대	빈도	1	46	16	9
		%	1.39%	63.89%	22.22%	12.50%
	1990년대	빈도	3	61	19	5
		%	3.41%	69.32%	21.59%	5.68%
	2000년대	빈도	5	75	37	9
		%	3.97%	59.52%	29.37%	7.14%
	2010년대	빈도	7	121	40	11
		%	3.91%	67.60%	22.35%	6.15%
전체	빈도	17	328	119	35	
	%	3.41%	65.73%	23.85%	7.01%	

시대별로 번역 전략 비율에 통계적인 차이가 있는지를 살펴보기 위해 카이 제곱 검정을 실시하여 $\chi^2=(12, 499)=8.998, p=0.703$ 의 결과를 얻을 수 있었다. 이는 시대별로 번역 전략의 비율이 통계적으로 유의한 차이가 없음을 나타낸다.

그림 1 시대별 번역 전략



표를 자세히 들여다보면 1960년대에서 1980년대까지는 3% 미만으로 음역의 예를 거의 찾아볼 수 없으나 1990년대 이후부터는 3%를 상회하는 수준을 꾸준히 유지하고 있다는 점과 1960년대와 1970년대에는 다시 쓰기의 비율이 낮고 직역 비율이 다른 시대보다는 높다는 사실을 확인할 수 있다. 또한 1980년대에는 음역의 비율이 줄어들고 다시 쓰기의 비율이 한시적으로 증가했음을 알 수 있다. 이는 아마도 1980년대 들어서 1986년 아시안게임, 1988년 올림픽 개최 등에서 볼 수 있듯이 한국이라는 브랜드를 세계에 알리기 위한 이 시대의 특징이 출판시장에서도 조금이나마 드러나는 것으로 보여진다.

2000년대 이후부터는 직역의 비율이 이전 시대보다 줄어드는 대신 음역과 조절의 비율이 늘어나는 것을 알 수 있다. 다시 말해, 음역으로 완전한 이국화 전략을 취하든지, 그렇지 않을 경우는 직역 방식의 접근을 지양하고 목표 문화권 독자가 내용을 잘 이해할 수 있는 조절 등의 번역의 방식을 취하는 것이다. 하지만 카이제곱 검정이 말해주듯이 이러한 변화들은 통계적으로 유의할 정도로 눈에 띄지는 않는다.

결과적으로 한류로 인해 한국의 제품과 문화가 2000년대 이후에는 글로벌 시장으로 빠르게 편입되고 있지만 한국의 출판시장에서는 이를 활용한 음역 같은 완전한 이국화 전략도, 다시 쓰기를 통한 완전한 자국화 전략도 진행되지 않고 있음을 확인할 수 있다. 즉, 1960년대부터 2015년까지 소설 제목에 있어서는 동일한 전략으로 세계시장의 진입을 노리고 있는 것이다.

3.4 번역사별 분석 결과

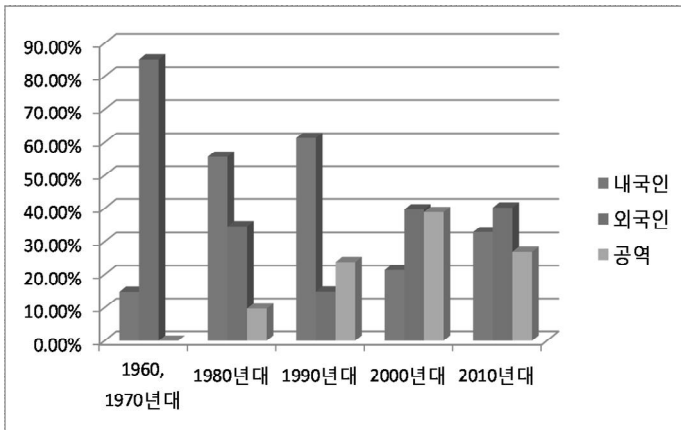
시대별로 소설의 번역사 종류에 차이가 있는지를 살펴보기 위해 분석을 시행하였다. 아래 표는 시대별로 번역사 종류의 비율을 내국인, 외국인, 공역(내국인과 외국인)으로 분류한 표이다.

〈표 9〉 시대별 번역사 추이

구분		번역사 종류				
		내국인	외국인	공역		
시대별	1960, 1970년대	빈도	5	29	0	
		%	14.71%	85.29%	0.00%	
	1980년대	빈도	40	25	7	
		%	55.56%	34.72%	9.72%	
	1990년대	빈도	54	13	21	
		%	61.36%	14.77%	23.86%	
	2000년대	빈도	27	50	49	
		%	21.43%	39.68%	38.89%	
	2010년대	빈도	59	72	48	
		%	32.96%	40.22%	26.82%	
			빈도	185	189	125
			%	37.07%	37.88%	25.05%

시대별로 번역사 비율에 통계적인 차이가 있는지를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시하여 $\chi^2=(8, 499)= 92.68, p=0.000$ 의 결과를 얻을 수 있었다. 이는 시대별로 번역사 비율에 있어서 통계적으로 유의한 차이가 있음을 나타낸다.

그림 2 시대별 번역사 추이



위의 표를 살펴보면 1960년대와 1970년대에는 대부분 외국인이 한국 소설

을 영어로 번역했음을 알 수 있다. 이후 1980년대에는 내국인 번역사의 비율이 급증한다. 이는 전문적인 통번역에 대한 수요에 맞춰 국내 최초의 통번역대학원인 한국외국어대학교 통번역대학원이 1979년에 설립된 시기와 그 궤를 같이 한다. 내국인 번역사의 비율은 계속해서 증가하여 1990년대에 61.36%로 최고치를 기록한다.

2000년대에는 반대로 외국인 번역사의 비율과 공역을 하는 비율이 내국인 번역사 비율을 다시 앞서게 된다. 2000년대 들어서 본격적으로 불기 시작한 한류에 맞춰 한국의 문학작품이 해외 시장에 진출할 수 있도록 한국문학번역원에서 많은 번역지원 사업을 펼치고 있는데 이러한 번역지원 사업에 외국인 번역사가 더 필요하다고 말하고 있다(윤부한 2012, 마승혜 2014 재인용). 이러한 움직임이 2000년대 이후부터 외국인 번역사의 비율이 높은 수준을 유지하도록 하는 이유 중 하나로 보인다. 외국인 번역사의 비율이 높아졌다고는 하지만 앞절에서 살펴봤듯이 이러한 비율의 차이가 번역 전략의 차이로는 이어지지 않았는데 이는 소설의 실제 내용에서는 어떻게 몰라도 제목에서만 편집자 등 출판사의 의견이 상당부분 반영되기 때문인 것으로 유추해 볼 수 있다.

3.5 번역사별 번역전략 양상 비교

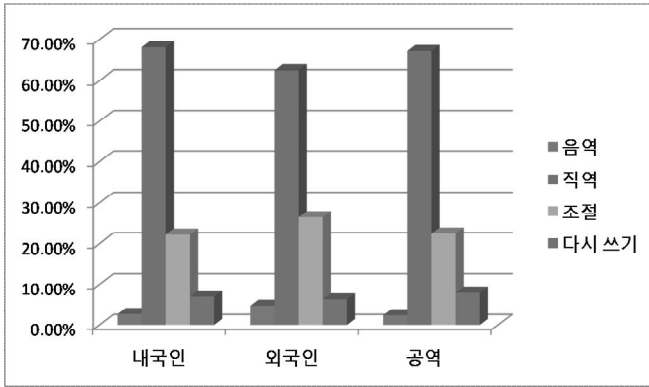
내국인 번역사, 외국인 번역사 및 공역이 번역전략에 차이를 보이는지 확인하기 위해 분석을 시행하였다. 아래 표는 번역사 종류에 따른 번역전략의 빈도와 비율을 나타낸 표이다.

〈표 10〉 번역사 종류별 번역 전략 비율

구분		번역전략				
		음역	직역	조절	다시쓰기	
번역사 종류	내국인	빈도	5	126	41	13
		%	2.70%	68.11%	22.16%	7.03%
	외국인	빈도	9	118	50	12
		%	4.76%	62.43%	26.46%	6.35%
	공역	빈도	3	84	28	10
		%	2.40%	67.20%	22.40%	8.00%
전체		빈도	17	328	119	35
		%	3.41%	65.73%	23.85%	7.01%

번역사 종류별로 번역전략 비율에 통계적인 차이가 있는지를 살펴보기 위해 카이제곱 검정을 실시하여 $\chi^2(6, 499) = 3.3334, p=0.766$ 의 결과를 얻을 수 있었다. 이는 번역사 종류별로 번역 전략의 비율이 통계적으로 유의한 차이가 없음을 나타낸다. 비율을 자세히 살펴보면 번역사 종류와 무관하게 직역이 가장 선호되는 전략이고 뒤를 이어 조절, 다시 쓰기, 음역 순으로 선호도가 낮아짐을 알 수 있다.

그림 3 번역사 종류별 번역 전략 비율



상대적으로 비교했을 때 내국인 번역사는 직역을, 외국인 번역사는 음역이나 조절을, 공역의 경우에는 다시 쓰기 전략을 선호했다. 외국인 번역사의 경우는 자신의 모국어가 영어이기 때문에 제목번역을 함에 있어 보다 자신 있게 이국화 전략을 택하는 것으로 보인다. 또한 음역이 적절하지 않다고 판단했을 때는 내국인 번역사와는 달리 자국화 전략인 조절 전략을 취하고 있는 것을 확인할 수 있다.

4. 결론

본 연구에서는 1960년대부터 2010년대의 국내 문학작품 가운데 영어로 번역된 499개의 작품을 가지고 다음의 질문에 대해 답을 얻고자 했다.

첫째는 제목번역 전략이 시대별로 차이가 존재하는가에 대한 질문이었다. 1980년대 들어서 다시 쓰기 전략이 상승하는 것은 1986년 아시안게임, 1988년 올림픽 개최 등 1980년대 들어서 한국이라는 국가브랜드를 세계에 알리기 위한 시대적 특징이 출판시장에서도 어느 정도 반영된 것으로 보여진다. 하지만 통계적으로는 유의한 차이가 없기 때문에 적어도 소설의 제목번역에 있어서는 근 60년 동안 전략의 변화가 없음을 확인할 수 있었다. 한류로 인해 드라마, K-pop 등 다양한 분야에서 세계시장으로의 진입이 이루어지고 외국인에게는 이국적인 한국 고유의 문화적 요소가 폭발적으로 전파되고 있지만 출판 분야에서는 이러한 현상을 활용한 전략적인 움직임이 없음을 알 수 있는 대목이다.

둘째는 시대별로 번역사의 종류에 차이가 있는지를 살펴보았다. 1960년대와 1970년대까지 외국인 번역사가 한국 문학작품의 번역을 주도한 반면 1980년대와 1990년대에는 내국인 번역사가 주를 이루었다. 2000년대부터 다시 외국인 번역사의 비율이 늘어나는데 이는 한국문학번역원이 번역 지원 사업에 있어서 외국인 번역사의 중요성을 강조하는 것과 그 궤를 같이 하는 것으로 판단된다.

마지막으로 내국인 번역사와 외국인 번역사 간 번역 전략 차이의 여부를 살펴보았다. 내국인 번역사는 상대적으로 직역을 선호하고 외국인 번역사는 음역과 조절을 선호하는 경향이 나타났지만 결과적으로 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 드러났다. 한국의 문학작품을 외국에 알리기 위해 그동안 많은 방안을 강구했지만 적어도 소설제목에 있어서는 근 60년 동안 별다른 전략의 변화 없이 번역이 이루어지고 있음을 본 연구를 통해 확인할 수 있었다. 번역 품질 향상을 위해 외국인 번역사의 중요성을 강조하고 공역 등의 방법을 모색하고는 있지만 출판 분야에서의 근본적인 변화를 이끌어내기 위해서는 누가 번역을 하느냐보다는 어떻게 번역을 할 것인지, 즉 번역 전략에 대한 심도 있는 논의와 고민이 더욱 필요한 것은 아닌지 되돌아보게 된다.

본 연구는 소설의 제목에 국한하여 한영 번역 전략을 살펴보는데 머물렀기 때문에 작품의 내용이 그동안 시대별로 어떤 전략을 통해 번역되었는가에 대해서는 논할 수 없다. 또한 제목 번역에 있어 출판사의 의견이 상당한 영향력을 미칠 수밖에 없기 때문에 이에 대한 연구를 바탕으로 보다 종합적인 고찰이 필요할 것이다. 또한 번역서를 구매하는 영어문화권 독자들이 제목에서 원하는 요소가 무엇인지(가령 이국적인 요소인지, 쉽게 다가갈 있는 제목인지)에 대해

서도 선행연구를 통해 짐작할 뿐 직접적으로 논할 수는 없다. 추후 이런 부분을 설문조사 등을 통해 보완할 예정이며 관련 후속 연구가 이어져 한국 출판시장의 발전에도 기여하기를 바라는 바이다.

참고문헌

- 강범모 (2009) 「한국 영화 제목의 어휘론: 특히 외래어 사용의 변천과 관련하여」, 『한국어학』 42: 27-73.
- 김순영 (2006) 「스크로스의 관점에서 본 영화제목 번역 유형」, 『통번역교육연구』 4(2): 31-46.
- 김순영 (2009) 「기능주의적 관점에서 본 소설 제목의 번역: 하위 장르별 변환(shifts)현상을 중심으로」, 『통역과 번역』 11(1): 3-26.
- 김순영·이선영 (2015) 「영한 및 한영 소설 제목의 번역 양상 고찰」, 『통역과 번역』 17(3): 23-44.
- 나은진 (2007) 「제목의 힘 - 문학과 영화의 수사학적 상상력과 상호텍스트성. 문학작품 영한 번역문에 나타나는 여성 문체 연구」, 『이화어문논집』 24:25: 159-180.
- 마승혜 (2014) 『문학번역가의 모국어와 번역 성향의 상관관계 연구』, 한국외국어대학교 박사학위 논문.
- 박은하 (2009) 「한국 영화 제목의 외래어 사용 실태: 2000년 이후의 영화를 중심으로」, 『사회언어학』 17(1): 135-157.
- 오미형 (2012) 「한국영화의 제목번역 고찰」, 『번역학연구』 13(1): 59-85.
- 윤부환 (2012) 『한국문학번역의 현황과 전망』, 한국문학번역원 특강 자료.
- 윤후남 (2011) 「영화제목의 기능과 번역」, 『통번역교육연구』 9(2): 133-153.
- 이혜승 (2016) 「한국 영화 제목의 러시아어 번역 양상에 대한 연구 - 영어 제목과의 연관성을 고려하여」, 『통역과 번역』 18(1): 185-209.
- Fulton, Bruce (2008) 'The Present State and Future Prospects of Modern Korean Fiction in English Translation', in *Proceedings of the 2nd International Translators' Conference*, 161-188.

- Newmark, Peter (1988) *A Textbook of Translation*, New York: Prentice Hall.
- Nida, Eugene A (1964) *Toward a Science of Translating*, Leiden: E. J. Brill.
- Venuti, Lawrence (1995) *The translator's invisibility: A history of translation*, London & New York: Routledge.
- Yu, Han-Nae, Park, Hunil and Jeong, Choel Ja (2019) Translation strategies for film titles in Korea: Exploring actual viewers' responses in cognitive and behavioural aspects, *Interpreting and translation studies* 29(3): 89-116.

[Abstract]

A study on the translation strategies of book titles from Korean to English with focus on translation period and translator type

Park, Hunil

(Cyber Hankuk University of Foreign Studies)

This study analyzes 499 book titles that were translated from Korean into English and compares the translation strategies from the 1960s to the 2010s. For this purpose, the study defines and uses five translation strategies as follows: transliteration; literal translation; adaptation; rewriting; and combination. With these five strategies, the study found that despite the many policies to boost sales of Korean literary work overseas and favorable phenomena such as the Korean wave, there has not been much change in translation strategies in Korean-to-English title translation for nearly 60 years. Of the 499 book titles, literal translation accounted for 59.5 percent. It was also found that throughout the years, there have been statistically significant changes in the types of people translating books from Korean to English. Up until the 1990s, Korean translators accounted for most of the Korean-to-English translations. However, from the 2000s, foreign translators have become the majority translators in Korean-to-English book translations in Korea. Lastly, it was found that regardless of translator type, same strategies are favored in Korean-to-English book title translation.

▶ Key Words: Translation strategy, Domestication, Foreignization, Korean Wave

▶ 주제어: 번역전략, 자국화, 이국화, 한류

박헌일

사이버한국외국어대학교 영어학부 조교수

phunil@gmail.com

관심분야: 통번역평가, 기계번역, 온라인 교육

논문투고일: 2019년 11월 3일

심사완료일: 2019년 12월 2일

게재확정일: 2019년 12월 15일