

인지 관련성 이론에 근거한 한국인 성인 학습자의 영화 언어유희 번역 양상

서지영
(국민대학교)

Seo, Ji-Young. (2021). An analysis of Korean adult learners' wordplay translation based on cognitive relevance theory. *The Linguistic Association of Korea Journal*, 29(2), 21-45. Puns are a type of wordplay with multiple meanings. Although widely used in English, they are not taught in many English classrooms, and it is not easy for students to notice and decipher puns themselves. This study conducted an activity that engaged learners in collaboratively translating puns into Korean. To do this, a total of 130 college students from multiple disciplines participated over a period of fifteen weeks. They watched movie scenes and learned translation strategies (Díaz-Pérez, 2014) for puns from the perspective of Cognitive Relevance Theory. According to this theoretical framework, translations should be based on interpretive resemblance. Students tried to provide optimal relevance so that readers could process puns with minimal effort. The results showed that students used various strategies, but in particular, they preferred to use diffuse paraphrase and editorial technique resulting in a lower degree of interpretive resemblance between the source text and the target text. This study implies that translating puns should be adopted and implemented in English courses. Educational implications are also discussed.

주제어(Key Words): 언어유희(wordplay), 말장난(pun), 인지 관련성 이론(Cognitive Relevance Theory), 해석적 유사성(interpretive resemblance), 번역 전략(translation strategy)

1. 서론

언어유희(wordplay)는 하나의 언어표현으로 여러 가지 의미를 나타내거나, 형태나 발음이 비슷한 여러 가지 언어표현을 이용하여 유머와 즐거움을 주는 것을 말한다. Merriam-

Webster(n.d.) 사전을 보면 언어유희(pun)는 “다른 의미나 적용을 나타내기 위해 단어를 유머스럽게 사용하는 것”이라고 정의되어 있다. 언어의 주목적은 대화를 통한 정보전달이지만, 유머와 농담도 인간의 대화에서 상당한 부분을 차지하고 있다. Crystal(1998)도 언어의 정의를 정보전달을 위한 도구에 농담 행위를 넣어 의미를 확장해야 한다고 주장하였다. 실제로도 영어로 된 영상매체뿐만 아니라 자연스러운 외국인들의 대화에서도 언어유희가 빈번하게 사용된다.

언어유희 중에서 동음이의어를 이용한 말장난(pun)은 문학 영역에서 언어유희와 같은 용어로 혼용되어 사용된다(Delabastita, 1996; Gottlieb, 1997). 그 이유는 말장난이 언어유희에서 매우 큰 부분을 차지하고 있기 때문이며, 대화에서 나타나는 언어유희에서 가장 흔한 형태이기 때문이다(Tanaka, 1992). Lems(2013)는 말장난의 정의를 하나의 형태로 두 가지 이상의 의미를 전달하는 것이라 하였고, Pollack(2011)은 말장난은 표정이나 몸짓을 이용한 유머보다 훨씬 복잡하며 이를 이해하기 위해서는 언어적인 지식이 필요하다고 하였다. 이렇듯 다양한 말장난에 대한 선행문헌의 정의가 존재하나, 공통으로 내리고 있는 정의는 다음과 같이 요약할 수 있다. 우선 말장난은 단어를 이용한 언어유희다. 특히 비슷한 소리가 나거나 비슷한 발음이 나는 경우, 혹은 하나의 단어가 여러 개의 의미를 생성해 내는 경우를 이용한다. 또한, 말장난은 의도적으로 이러한 단어를 사용하여, 유희와 즐거움이라는 특정 효과를 목적으로 하는 수사적 장치이다(Gan, 2015; Helitzer & Shatz, 2005). 그리고 말장난을 이해하기 위해서는 언어적 지식이 요구된다는 점이다.

그러나 영어 수준이 상당한 사람들조차 외국인들은 모두 웃는 상황에서 이해하지 못해 혼자 웃지 못하는 어색한 상황을 경험하기도 한다. 단순히 언어적인 복잡성 때문이 아니라 문화에 대한 이해도 수반되어야 언어유희를 이해할 수 있기 때문이다. 이러한 고충을 가장 잘 알고 있는 사람들은 번역가일 것이다. 김해연(2007)도 영어와 한국어 간의 형태와 의미 불일치로 인한 언어유희 번역의 어려움을 토로하며, 형태와 의미를 유지하면서 유희효과까지 발생시키는 번역을 제공하는 것은 큰 고충이라고 하였다. 그래서 번역가들은 언어유희의 원래 목적인 유희효과를 살리기 위해 우리말로 들었을 때 직관적으로 이해 가능한 의역이나 주석을 추가하는 경향이 있다. 이러한 경향의 배경에는 번역가들이 원문 텍스트와 거리가 멀어지더라도 작가가 의도한 바를 독자에게 전달하는 것에 우선적인 목표를 두고 있다는 것을 간접적으로 반영하는 것이다. 즉, 번역된 글을 통해 쉽게 문맥을 이해하고, 원천 텍스트(Source text: ST) 독자들과 비슷한 느낌과 언어적 효과를 느낄 수 있게 해주는 것이다(김순미, 2011).

이러한 말장난과 관련한 번역의 어려움은 기본적으로 번역에 있어서 등가성이라는 책략과 해석적 유사성이라는 책략 간의 선택의 문제와 연결될 수 있다. 본 연구에서는 말장난에 적합한 번역전략은 해석적 유사성에 기반한 번역이라고 주장한다. 이 근거로서 본 연구는 인지 관련성 이론의 원리를 살피고 이러한 인지 관련성 이론을 적용한 번역의 형태가

어떠한지 대학생 영어학습자의 영어 말장난 번역 양상에 초점을 두고 살펴보는 것을 목적으로 한다.

즉, 특히 언어유희는 의미적 모호함을 통해서 유희효과를 생성하기 위해 의도적으로 작가가 사용하는 것인데 번역에 있어 등가성을 적용하여 형태적, 의미적 대칭성을 유지하게 되면 오히려 작가가 전달하려고 하는 의도에 어긋나게 되어 원전의 충실성에 위배 되는 결과가 발생한다. 이에 반해 해석적 유사성은 이러한 제약을 피할 수 있는 번역전략이다. 특히 인지 관련성 이론은 언어유희 번역에 있어서 이러한 등가성의 모순을 해결할 수 있는 새로운 관점을 제시해 준다(최송하 & 윤영은, 2016).

Sperber & Wilson(1986)의 인지 관련성 이론에 따르면 대화에 참여하는 화자는 관련성을 염두에 두고 발화하며, 청자는 문맥 속에 관련성을 근거로 의미를 찾아내려는 인지적인 노력(Cognitive efforts)을 기울이는데, 이때 최소한의 노력으로 최대의 인지효과를 거두려고 한다. 그렇다면 인지 관련성 이론의 관점에서, 보다 나은 번역은 원천텍스트와 해석적으로 유사한 번역을 제공하여 청자가 갖는 관련성에 대한 기대를 충족시켜야 한다. 이를 언어유희 번역에 확장해보면, 언어유희가 의도한 바를 최소한의 노력을 통해 추론하도록 해석적 유사성에 충실하면서 창의적으로 번역하는 것이 바람직하다.

국내에서 인지 관련성 이론의 관점에서 번역에 대한 연구는 영상번역연구(오미형, 2010; 정인희, 2007, 2008), 뉴스번역(이미경, 2011), 광고 분석(이선웅 & 한천영, 2015), 그리고 문학작품에 적용한 연구(이창수, 2000; 최송하 & 윤영은, 2016)들이 있었다. 최송하와 윤영은(2016)은 언어유희가 다양하게 사용된 *이상한 나라의 앨리스*(Carroll, 2012)의 번역본 4종에 사용된 언어유희 번역을 9가지 번역전략에 기초로 분석하며, 언어유희 번역 방법에 대한 구체적이고 이상적인 방법을 제안한 바 있다. 이렇듯 인지 관련성 이론의 관점에서 번역에 대한 문헌은 다수 존재하나 국내의 언어유희 번역에 대한 연구는 대부분 번역가와 번역학 연구 등에서만 주로 다루어지고 있고, 영어교육에 접목한 사례는 매우 부족한 실정이다. 반면 해외에서는 언어유희를 통한 유머가 정의적 여과 장치를 낮춰주고 교실에 활력을 불어 넣어주며 언어발달에도 도움을 준다는 연구가 활발히 진행되고 있다(Bell, 2005; Broner & Tarone, 2001; Cook, 1997, 2000; Kramersch & Sullivan, 1996; Lantolf, 1997; Tarone, 2000; Van Dam, 2002; Van Mulken, Van Enschot-van Dijk & Hoeken, 2005; Yan, 2015). 더군다나 우리나라와 같은 EFL 상황에서는 언어유희를 간접적으로나마 경험해볼 만한 곳은 교실 밖에 없고 학생들의 창의적 번역 결과물을 교실 전체와 공유함으로써 함께 유머를 즐기는 수업을 운영한다면 그동안 소외되었던 언어유희를 학습현장으로 끌어들이 수업에 활기를 불어넣을 수 있을 것이다.

진정성 있는 대화를 담고 있는 영화는 자연스러운 언어유희를 학습하기에 좋은 수업자료이다(Yokomitsu, 2004). 이자원 & 박영(2016)도 영화에서 감정을 다루는 부분은 영화를 활용한 영어교육에서 중요한 부분이라고 하면서 이를 학습시킬 다양한 방법론에 대한 모색

이 필요하다고 하였다. 유도형(2015a)도 영화 대화는 감정과 상황에 따라 함축의미가 내포되어 있다는 점에서 실제 대화와 매우 유사하다고 했다. 언어유희는 그중에서도 가장 함축적으로 의도를 전달하는 언어표현이라고 할 수 있다. 그러므로 학생들의 영화 속 언어유희 번역 양상을 살펴봄으로써 영화 영어 수업에서 주목하고 있는 부분을 간접적으로 관찰하고, 알려진 대로 영어 실력이 상당한 학습자에게만 적용이 가능한 것인지 파악하여, 결과를 바탕으로 추후 영화 영어 수업의 활동으로 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

이에 본 연구에서는 애니메이션 영화 속 언어유희를 실제 수업자료로 활용하되 특히 인지 관련성 이론 기반 언어유희 번역 활동이 어떠한 방법을 통해 대학의 교양 영어교육 수업에 적용 가능한지, 수업에 따른 학생들의 언어유희 번역 양상 형태는 어떠한지 고찰하고, 수업에 실제 적용을 통해 학습자의 만족도를 파악하는 것을 목적으로 한다. 이에 따른 본 연구의 연구 질문은 다음과 같다.

- 1) 인지 관련성 이론에 근거한 교양영어 수업 적용에 따른 학생들의 언어유희 번역 활동 양상은 어떠한가?
- 2) 인지 관련성 이론에 근거한 언어유희 번역 활동은 학습자의 영어 수업 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?

2. 이론적 배경

2.1. 인지 관련성 이론과 번역

인지 관련성 이론의 주된 관심은 성공적인 의사소통 과정에서 추론이 일어나는 과정에 대한 고찰이다. 여기서 의사소통이란 화자가 맥락 속에 던져놓은 단서를 청자가 관련성을 근거로 파악하고 이해하는 의미전달 과정이라고 보는 것이다. Sperber & Wilson(1986)은 의사소통의 목적은 화자와 청자 상호 간의 관련성 확보를 통한 명확한 추론의 도출이라고 하면서 의사소통에 필요한 요소는 인간의 인지능력이라고 하였다. 그리고 인간의 인지는 관련성을 최대화하려는 방향으로 초점이 맞추어져 있다고 하였다(Wilson & Sperber, 2004). 다시 말하면 인지 관련성 이론에 따르면 사람들은 대화 상황에서 자기가 생각하기에 전달되는 정보가 가치가 있다고 판단될 때에만 주의를 기울이는데, 화자는 최적의 관련성을 담보하는 정보를 제공하여 청자의 주의(attention)를 확보하고, 청자는 화자의 정보를 다 받아들이는 것이 아니라 자기와 관련이 있다고 판단되는 것에 한해서 정보를 처리한다. 인지 관련성 이론을 번역에 처음 접목시킨 학자는 Gutt(2000)로, 번역의 목적은 성공적인 의사소통을 달성하는 것이라고 하였다. 특히 Yus(2012)에 따르면 인지 관련성 이론의 관점에서 번역은 추론에서 생기는 간극(gap)을 채

워나가는 행동이다. 다른 말로 하면, 번역은 인지적 환경이 이질적인 화자와 청자를 이어주는 역할을 한다고 볼 수 있다. 따라서 이런 맥락에서 볼 때 번역은 담화 참여자들 간 상호 이질적인 인지적 환경에 영향을 크게 받는다. 그렇다면 번역가의 역할은 독자에게 최소한의 처리 노력으로 최대한의 문맥효과를 느끼게끔 해주고 최적의 관련성을 제공하여야 한다. 이렇게 될 때 ST 작가와 TT 독자 간의 성공적인 의사소통이 가능하다.

이러한 인지 관련성 이론의 관점에서 볼 때 언어유희가 성공적으로 전달되기 위해서는 청자가 유희적 요소를 감지하고, 화자가 의도했던 유희효과를 파악해야 한다. 이것은 일반적인 담화에서 청자가 들이는 노력보다 그것에 추가적인 노력이 필요하다는 것이다. 그 이유는 언어유희라는 상황 자체가 화자가 고의적으로 그 상황과는 모순되는 혹은 불분명한 맥락적 가정을 사용하기 때문이다. 이런 이유로 해서 청자는 화자가 의도하는 맥락을 쉽게 간파할 수가 없다.

이런 맥락에서 살필 때 영어로 된 언어유희를 번역해야 하는 경우에는 더 큰 어려움이 따른다는 것은 어렵지 않게 이해할 수 있다. 영어의 의미적, 화용적 특성이 우리말로 옮겨질 때 그에 대응하는 표현(counterpart)을 찾기가 쉽지가 않기 때문에 언어유희를 번역하는 것은 어려운 문제이다. Alexieva(1997)와 Attardo(2002)도 언어유희 번역이 어려운 이유는 단어들에 해당 언어체계 안에서 다른 개념과 관계를 맺고 있고, 언어유희의 논리 메커니즘 역시 상이하기 때문이라고 하였다. Sanderson(2009) 역시 언어유희는 언어간 비대칭(interlingual asymmetry)으로 인하여 번역과정에서 여러 가지 언어적 조작이 더 필요하다고 하였고, Marco(2010) 또한 SL과 TL 사이에 대칭성의 부족이 특히 언어유희 번역에서 문제가 되는 것은 번역자의 입장에서 볼 때 상당한 창의력이 요구되기 때문이라고 하였다. 게다가 언어적인 부분뿐만 아니라 공유하고 있는 경험, 문화, 사회, 지식 등 여러 가지 요소가 다를수록 해석의 차이가 커진다. 창의력이 이렇게 언어유희 번역에서 힘든 요소임에는 분명하지만 언어유희 번역가의 측면에서 창의력이 중요한 이유는 이 창의력이야말로 TT 청자가 영화를 보는 것과 같은 상황에서 그 내용에 몰입하게 하고 특히 언어유희로부터 기쁨을 느끼게 만드는 원동력이기 때문이다(Marco, 2010). 따라서 번역가는 창의력을 발휘해 SL에 존재하는 유머스러운 효과를 보존하는 추론적 책략을 유지하면서 인지적 효과와 정신적 노력의 정도의 균형도 고려해야 한다(Yus, 2012).

2.2. 선행연구

인지 관련성 이론의 관점에서 본 언어유희 번역에 관한 연구로 Díaz-Pérez(2014)는 스페인어로 된 190개의 영화 제목에 사용된 언어유희를 영어로 번역한 것을 관련성 이론의 관점에서 분석하였고, 사용된 번역전략을 7가지로 분류하여 제시하였다. 최송하(2015)는 Díaz-Pérez(2014)의 전략에 '생략'과 '편집기법'을 추가해, 9가지 번역전략을 가지고 언어유희가 다양하게 쓰인 *이상한 나라의 앨리스*의 한국어 번역본 4종을 분석하였다. 그 결과 번

역가들이 선호하는 전략은 주석을 통해 언어유희를 설명하는 방법과 영어 언어유희를 의미는 다르지만 우리말로 된 새로운 언어유희로 재구성하는 언어유희 교체전략이라고 하였다. Gan(2015)은 관련성 이론의 관점에서 광고, 대화, 수수께끼에 나타난 말장난을 분석하였는데, 독자들이 말장난을 이해하는 과정을 최적의 관련성을 찾아가는 과정이라고 하였다. 1차적 해석으로 의미 파악이 이루어지지 않으면 2차적으로 자신이 가지고 있는 다른 사전적 지식, 어휘적 논리적 정보를 이용해 말장난을 이해한다는 것이다. Asimakoulas(2004)는 2개의 코미디 영화에 나타난 영어-그리스어로 된 유머를 번역하였는데, 원문의 형태에 충실한 번역을 하다 보면 유희 효과가 상당히 감소 된다고 보고하였고, Yus(2012)와 Díaz-Cintas와 Remael(2007)도 말장난을 이용한 언어유희 연구를 통해 번역가의 가장 큰 임무는 의미가 바뀌더라도, 원문에서 의도했던 유희 효과는 보존되어야 한다고 하였다. Jing(2010)은 인지 관련성 이론은 말장난을 번역하는데 새로운 관점을 제시해준다고 하며, 해석적 유사성에 의한 번역을 지지하였다.

국내에서 언어유희를 영어교육에 접목한 연구는 많지 않다. 유도형(2015b)은 성인 학습자를 대상으로 언어유희를 이용한 언어연습 활동을 하게 하였는데, 대부분이 언어 형태 놀이보다는 의미 놀이를 통해 스토리를 재미있게 구성하고 내용을 창작하는데 즐거움을 느낀다고 하였다. 서지영과 이동한(2012)은 언어 자각력을 높이는 활동으로 미국 드라마 자막을 이용한 방법을 제시하였다. 학습자에게 우리말 번역을 보면서 영어로 표현하는 방법을 다각적으로 고민하는 과정에서 언어 놀이를 즐기도록 유도하고, 영어 대본과 비교하여 형태에 집중하게 하였다. 그 결과 학습자들은 영어 수준에 상관없이 누구나 자막을 이용한 언어유희 활동이 가능할 수 있다는 결과를 보여주었다.

본 논문의 나머지 구성은 다음과 같다. 먼저 3장에서는 위에서 기술한 인지 관련성 이론에 기반을 두고 본 연구에서는 언어유희 번역 수업 방안을 기술한다. 이어 4장에서는 언어유희 번역 수업에 참여한 학생들의 언어유희 번역 양상을 인지 관련성 이론의 책략의 관점에서 분류하고 논의한다. 마지막으로 5장에서는 주요 결과와 본 연구의 한계점 및 추후 연구 방향을 제안한다.

3. 인지 관련성 이론 기반 언어유희 번역 수업

3.1. 연구 대상

서울에 소재한 대학의 교양 영어 수업인 '영상을 통한 영어'를 수강하는 학생 130명을 대상으로 수업을 2019년 9월부터 2019년 12월까지 15주간 일주일에 2시간씩 수업을 진행하였다. 연구대상자들의 일반적 특성을 알아보기 위하여 첫 수업에서 설문 조사를 진행하였고 그 결과는 다음 표 1에 제시되어 있다.

첫째, 대상자들의 학년 구성은 1학년이 24%, 2학년은 25%, 3학년은 23%, 4학년은 28%로 전반적으로 학년의 구성은 균형적으로 이루어졌다. 둘째, 전공은 문과대 학생이 42%, 공대 학생은 36%, 예술 및 체육대학은 22%였다. 셋째, 성별로는 여학생이 51%, 남학생은 49%로 성별 분포는 비슷한 편이었다. 넷째, 애니메이션 *하늘에서 음식이 내린다*편을 이미 본 학생은 42%였고, 본 적이 없는 학생들은 58%로 보지 않은 학생들이 조금 더 많았다. 다섯째, 영화를 이용하여 영어학습 경험이 있는지에 대해서는 46%가 있다고 답을 하였고, 54%의 학생은 없다고 답을 하였고, 영화를 활용한 새로운 영어학습법에 대해 배우고 싶어 하였다. 마지막으로 토익 점수를 통해 영어 실력을 가늠해 보았는데, 200점의 초급자부터 990점 만점자까지 다양한 학생들이 있었다.

설문 결과와 수강생이 130명인 대형 강의라는 특성을 고려하여, 번역 활동은 개별 활동이 아닌 4인 1조로 그룹을 구성해서 진행하였다. 수업 전 모의 토익 점수 결과를 바탕으로 그룹에서 한 명은 영어 실력이 상급자인 학생으로 배정하였다.

표 1. 본문의 크기연구대상자들의 일반적 특성

항목		N(단위:명)	%
학년	1학년	31	24
	2학년	32	25
	3학년	30	23
	4학년	37	28
전공	인문	55	42
	공학	47	36
	예술 및 체육	28	22
성별	여자	66	51
	남자	64	49
영화 시청 유무	예	55	42
	아니오	75	58
영화 영어학습 유무 (미드 포함)	예	60	46
	아니오	70	54
영어 능력 (TOEIC 기준)	500점 이하(하)	27	21
	501점~750점(중)	58	45
	750점 이상(상)	45	34

3.2. 영화 선정

언어유희가 잘 드러나는 애니메이션 영화로 *하늘에서 음식이 내린다면* (Cloudy with a Chance of Meatballs, Lord & Miller, 2009)을 선정하였다. 애니메이션을 선택한 이유는 말장난(pun)이 가장 잘 드러나는 장르이면서, 보통 청자에게 ‘즐거움’을 주는 목적을 가지고 제작되기 때문이다(강지혜, 2006). 영화 *하늘에서 음식이 내린다면*에서는 주요 등장인물 3명의 대사의 절반 이상에 언어유희가 사용되어 영화의 재미를 주고 있으나, 한국어로 번역되는 과정에서 유희 효과가 감소하였거나, 원문과 멀어지는 경우가 많이 발생하였다. 주인공 기상 캐스터의 대사를 예로 들면 다음과 같다.

- (1) You may have seen a meteor shower, but I bet you've never seen a shower meatier than this. (하늘에서 유성우는 보신 적 있으시겠지만, 한우 버거 내리는 건 처음 보실 텐데요)

자막 자체는 재치 있게 만들었으나 ‘한우’라는 표현이 원문에는 존재하지 않는다. 그리고 밑줄 친 ‘meteor’와 ‘meatier’가 동음이의어로 하늘에서 햄버거 비가 내리는 기상 이변 현상을 재치 있게 표현하였으나 한글 자막만 보아서는 위트를 느끼기 어렵다. 언어유희의 종류에는 여러 가지가 있으나 본 연구에서는 예시 (1)과 같은 pun(동음이의어를 이용한 말장난)을 중심으로 언어유희 표현을 정리하여 분석하였다. 동음 반복은 영어 우스개 소리의 대표적인 쓰임이지만 번역될 경우 두음 반복의 재미를 찾기는 어려워서(고선주, 2010), 대학생들이 창의적이고 다각적인 번역을 위해 고심하는데 적합한 자료라고 사료된다.

3.3. 연구 도구 및 수업 절차

학습과제나 활동은 학습자의 인지 전략의 사용과 수행성과 등과 밀접한 관련이 있으며, 학습자는 내용이 유용하다고 느끼면 더 관심을 가지고 몰두하는 경향이 있다((Malka & Covington, 2005). 과제나 활동은 학습의 흥미뿐만 아니라 학업성취와 수행 능력에도 영향을 미치므로, 이를 인식하고 학습 활동에 참여하는 것은 만족도를 긍정적으로 예측하는 변인으로 제시되기도 한다(Venkatesh, 2000). 본 연구에서는 언어유희 활동이 학습자의 정의적 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 설문 조사를 하였고 안미리(2020)의 연구에서 사용된 문항을 수정하여 사용하였다. 총 6개의 문항으로 재미, 흥미, 참여, 호기심, 자신감, 즐거움에 관한 항목으로 각 문항은 5점 단위 리커트 척도 방식을 이용하여 매우 그렇다(5점), 그렇다(4점), 보통이다(3점), 그렇지 않다(2점), 매우 그렇지 않다(1점)로 처리하였다. 신뢰도 계수는 .906이었다.

수업은 1주일에 한 번씩 2시간 동안 진행하였고, 총 15주 수업이지만 오리엔테이션, 중간고사, 기말고사를 제외하고 12주 수업으로 진행하였다. 구체적인 수업 절차는 그림 1에 제시한

바와 같다. 학생들에게 번역전략을 선택한 이유나 번역을 하게 된 근거나 기준을 추가로 작성해달라고 요청하였으며, 내용이 불분명한 경우에는 따로 인터뷰를 통해 확인하였다.

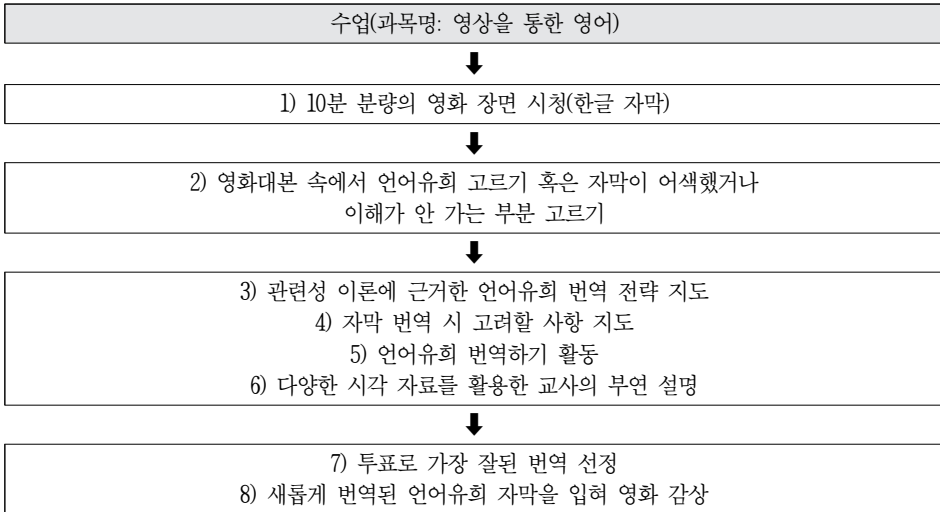


그림 1. 언어유희 번역 수업 절차

첫 번째로 학생들에게 한글 자막이 있는 10분 분량의 영화 장면을 보여주었다. 처음부터 영어 자막만 듣거나 자막 없이 영화를 보게 되면 내용에 대한 이해가 떨어지고 흥미도 떨어지므로 처음에는 한글 자막을 켜 상태로 보는 것이 효과적이다.

두 번째로, 언어유희가 나타나는 대사를 고르게 한다. 그러나 언어유희를 고르기가 쉽지 않기 때문에, 학생들에게 자막이 어색한 부분이나 이해가 안 가는 부분이 있는지, 궁금한 것들이 있는지를 보라고 하면 언어유희인 경우들이 있다. 학생들이 언어유희 장면을 못 고르고 지나칠 때에는 교사가 개입하여 제시해 주었다.

세 번째로, 관련성 이론에 근거한 언어유희 번역전략 9가지(표 2 참조)를 지도하고 이를 바탕으로 번역을 하도록 요청했다. 다시 말하면 원문과 다소 거리가 있더라도 유희 효과를 살리기 위해 의미에 충실한 창의적인 번역 활동을 하도록 학생들에게 요청하였다. 표 2 항목에 대한 설명은 4장에 자세히 기록하였다.

네 번째로, 참고할 번역전략뿐만 아니라 자막의 특성도 고려한 번역을 하도록 요청했다. 영화 자막은 구어체와 문어체 양쪽의 특징을 모두 지닌 독특한 특성이 있다(Diaz-Cintas & Remael, 2007). 게다가 자막은 한 화면에 최대 두 줄까지 허용되는 공간적 제약도 있고, 한 화면에서 6초 이내에 떠 있어야 한다는 시간적인 제약까지 있다. 이 점을 주지시키고 번역 활동 시에 너무 긴 설명이 들어가지 않게 당부하였다.

다섯 번째로, 언어유희 번역전략을 이용하여 자막의 문체적, 공간적 제약을 염두에 두며 4인 1조로 번역 활동을 하였고, 3문장을 번역하는데 15분의 시간을 주었다.

여섯 번째는 학생들의 번역 활동이 끝나면 수합 하여 창의적이면서 타당한 번역을 몇 개 골라 컴퓨터 화면에 띄워 공유한다. 교사가 직접 번역한 것과 그 외에 장면에서 나온 문화적인 설명을 덧붙여 영화 내용에 대한 지속적인 관심을 갖게 한다. 이 부분에서는 기존 영어 학습교재를 공부하듯이 문법을 위주로 설명하지 않는 것이 중요하다. 영화는 교육용으로 제작된 것이 아니어서 학교에서 사용하는 교과서처럼 어휘통제(vocabulary control), 문법 통제가 전혀 고려되어 있지 않다. 따라서 영어 대본이 교과서에 비해 난이도가 높을 수밖에 없다. 영어 교사들이 많이 하는 실수가 영화 대사를 하나하나 문법적으로 분석하여 설명하려고 한다는 점이다. 영화를 활용한 영어 수업에서는 모든 설명이 내용과 연결된 것이 좋다. 학생들은 내가 보지 못한 것을 발견하고 알게 되었을 때, 즉 영화를 새로운 각도에서 보게 되었을 때 흥미를 느낄 수 있고, 이것이 원동력이 되어 영화를 스스로 반복해서 시청하게 만들기 때문이다.

일곱 번째로, SNS 투표를 통해 가장 잘된 번역을 선정하고 마지막으로 가장 많은 표를 받은 번역을 영화에 자막을 입혀 한글 자막, 영어 자막이 동시에 나오게 하여 장면을 다시 본다.

표 2. 언어유희 번역 전략(최송하 & 윤영은, 2016, p. 338)

언어유희 번역전략	해석적 유사성
언어유희 일치(punning correspondence)	가장 높음
언어유희 교체(change of pun)	비교적 높음
퍼노이드(punoid)	다소 낮음
의미적 내용보존(sacrifice of the pun & maintenance of (part of) the semantic content)	매우 낮음
상황한 의역((non-punning) diffuse paraphrase)	가장 낮음
차용(direct copy)	가장 낮음
전이(transference)	가장 낮음
생략(ommission)	가장 낮음
편집 기법(editorial technique)	가장 낮음

4. 결과

4.1. 인지 관련성 이론 기반 언어유희 번역 수업에 따른 학생들의 번역 양상

기존 Díaz-Pérez(2014)에서 설명하고 있는 언어유희 번역전략 7가지에 따라 언어유희 번역전략을 이용한 대학생들의 번역 양상을 살펴보고자 한다. 최송하 & 윤영은(2016)은 기존

연구에 2개의 전략을 더해 총 9가지 전략을 통해 *이상한 나라의 앨리스*의 번역본 4종을 통해 나타난 번역가들의 언어유희 번역전략을 분석하였다. 4장에서는 총 9가지 전략에 대해 번역가들과 대학생들의 전략 사용빈도와 번역 양상을 비교하여 설명하겠다. 학생들에게 번역전략을 선택한 이유나 번역을 하게 된 근거나 기준을 추가로 작성해달라고 요청하였으며, 내용이 불분명한 경우에는 따로 인터뷰를 통해 확인하였다.

최송하 & 윤영은(2016)에서 나타난 번역가의 전략과 본 연구에서 관찰된 대학생들의 언어유희 번역전략 빈도를 표 3에 제시하였다. 번역가의 경우 편집기법(35%), 언어유희 교체(26%), 의미적 내용보존(25%) 등의 순으로 언어유희 번역전략을 선호하였다. 한편, 본 연구에 참여한 대학생들의 경우에는 편집기법(23%), 장황한 의역(23%), 언어유희 교체, 차용, 전이 각각 12% 등의 순으로 선호하였다. 따라서 번역가와 대학생 모두 편집기법을 대체로 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 번역가와 대학생들의 차이는 번역가는 의미적 내용보존을 상대적으로 많이 사용하였으나(25%), 대학생들은 이를 전혀 사용하지 않았다는 점에 있다.

표 3. 언어유희 번역전략 사용빈도

언어유희 번역전략	해석적 유사성	전략 사용빈도(%)	
		번역가	대학생
1) 언어유희 일치	가장 높음	6%	0%
2) 언어유희 교체	비교적 높음	26%	12%
3) 피노이드	다소 낮음	0%	12%
4) 의미적 내용보존	매우 낮음	25%	0%
5) 장황한 의역	가장 낮음	2%	23%
6) 차용	가장 낮음	0%	12%
7) 전이	가장 낮음	5%	12%
8) 생략	가장 낮음	0%	6%
9) 편집 기법	가장 낮음	35%	23%
합계		100%	100%

이러한 기본적인 언어유희 번역전략에 대한 번역가와 대학생들의 선호도를 바탕으로 본 연구의 수업에 참여한 대학생들의 번역전략을 좀 더 상세하게 살펴보면 아래와 같다.

4.1.1. 언어유희 일치(punning correspondence)

영어와 한국어가 완전히 일치하는 가장 이상적이지만, 가장 번역하기 어려운 전략이다. 스페인 영화 *Átame* (“tie me up”)은 제목이 두 가지의 의미를 지닌다. 하나는 말 그대로 ‘줄로 묶어 구속한다’는 뜻이고, 비유적으로는 ‘상대를 구속하다’라는 뜻이 있다. 영어로 번

역된 제목은 "Tie Me Up Tie Me Down"이었는데 언어유희 효과도 살리고 두 가지 뜻을 드러내는 번역이라고 볼 수 있다(Díaz-Pérez, 2014).

표 3에 제시하였듯이 번역가들은 6%로 거의 사용하지 않았고, 대학생들은 아무도 사용하지 않았다. 이는 본 연구의 참가자들에게 이러한 해석적 유사성이 가장 높은 언어유희 일치 전략은 한국어와 영어 간 형태와 의미 차이로 인해 사용되기 어려운 것을 반영하는 것으로 볼 수 있다.

4.1.2. 언어유희 교체(change of pun)

영어와 다소 다른 의미이지만 유희효과를 위해 재구성하는 것을 말하며 영어와 한국어의 의미와 형식이 달라서 원문의 특징을 유지할 수 없을 때 사용하며, Gutt(2000)에 따르면 원문의 의미를 유지할 것인지, 유희효과를 유지할 것인지를 결정하는 것에 따라 번역이 다르다고 한다. 유희효과를 유지하도록 결정하는 경우에는 한국어로 새로운 언어유희를 만들어야 하는 문제도 있다.

Díaz-Pérez(2014)는 스페인 영화 *Fuera de carta*를 예로 들었다. 내용은 커밍아웃한 동성애자 요리사 Maxi에게 전처의 아들 둘이 찾아와서 벌어지는 헤프닝을 다루고 있다. 영화 제목 자체에서 '메뉴에 없다'라는 의미와 '전혀 예상하지 못한 일'이라는 뜻으로 영화의 줄거리를 함축적으로 보여주고 있으나 이에 상응하는 영어 단어가 없어서 영어로는 'Chef's special'로 번역이 되었다. '요리사의 추천 요리'라는 뜻도 되고 'Chef is special'로 볼 수도 있기 때문에 원문이 가지고 있던 유희효과를 잘 살린 예라고 볼 수 있다.

표 3에 제시하였듯이 언어유희 교체전략은 전문 번역가들이 두 번째로 많이 사용한 전략이었고, 26%를 차지했으나 대학생들은 12%의 낮은 빈도를 보였다. 교체전략은 영어 원문과는 다소 다른 의미이지만, 유희효과를 위해 한국어로 새로운 언어유희를 만들어 내야 하므로 언어적인 감각이 요구된다. 학생들은 제한된 시간 내에 번역을 하기도 벅찬데 새로운 언어유희를 만드는 것이 쉽지 않았기 때문에 사용이 많지 않았던 것으로 보인다. 아래 예시 (1)은 학생들의 번역이다. 'Ice cream 눈'이 내리는 날의 일기예보이다. 동음이의어인 'I scream'을 이용한 언어유희를 사용하였고 '소리 지르다'라는 직역 대신, 아이스크림이라는 의미와 환호한다는 의미를 섞어 학생들은 '나도 한입, 너도 한입'으로 재구성하였다.

(1) I scream, you scream, we all scream for Flint Lockwood's latest tasty town-wide treat, with flurries of frozen fun. 나도 한입, 너도 한입, 우리 모두 플린트가 마을 전체에 한턱 쏜 아이스크림에 입이 떡 벌어집니다.

대학생들의 교체전략의 다른 예시는 (2)와 같이 유명한 광고 문구를 응용한 경우이다. 더빙영화에는 '꿀꺽꿀꺽당심'으로 번역이 되었다고 하는데, 더빙판을 시청하는 어린아이들의

눈높이에 맞춘 번역이라고 판단된다. 성인 학습자들은 비슷한 언어유희가 유명한 광고 문구로 나온 사례가 있어서 그것을 가져와 ‘씹고 뜯고 맛보고 즐기는 섹’으로 번역하였는데, 의미도 지키고 유희효과도 살리는 재치 있는 번역이라고 판단 된다.

(2) Chew and Swallow 씹고 뜯고 맛보고 즐기는 섹(이가탄 광고)

4.1.3. 퍼노이드(punoid)

표 3에서 전문가들은 전혀 사용하지 않았지만, 대학생들은 전문가에 비해 상대적으로 퍼노이드를 더 많이 사용하였다는 점이 눈에 띈다. 대학생들은 기존 TV광고 문구를 이용해 자유롭게 번역을 하였지만, 인쇄물로 출간되는 번역물에는 담을 수 없는 부분이기 때문에 차이가 생긴 것으로 보인다. 퍼노이드는 유희효과는 떨어지지만, 반복, 두운, 각운과 같은 수사적 장치를 이용하여 재미있게 만드는 것을 말한다. 예를 들어 스페인 영화 *Tacones lejanos*는 ‘distant heels’의 의미로, 어렸을 때 엄마가 집에 올 때까지 잠을 자지 못했던 주인공이 멀리서 들려오는 엄마의 구두 소리를 의미하는 것이지만 두운(alliteration)효과를 사용하여 ‘High Heels’로 번역된 사례가 해당한다.

오히려 번역가들은 한 번도 사용하지 않았지만, 대학생들은 재치 있는 번역을 했다. 예시 (3)에서 ‘a la mode’는 ‘fashionable’이라는 뜻과, ‘served with ice cream’의 두 가지 의미를 지닌다. 마을이 아이스크림 눈이 내렸다는 점과, 하늘에서 음식이 내린다는 최첨단 유행을 선도하는 지역이라는 뜻을 한 단어로 나타낸 것이다. 두 가지 의미를 모두 담아내는 데는 실패했지만, 유행한다는 의미로 ‘핫하다’라는 표현을 살려 ‘하태하태’라는 단어로 번역을 하였는데, 이 역시 유명한 광고 문구에서 가져와 적용한 사례이다.

(3) The town is truly a la mode.

지금 이 마을은 완전 하태하태(캐리비안베이 광고)

예시 (4)는 영어 원문에서 ‘s’로 시작하는 단어를 나열하며 유희효과를 주고 있다. ‘knuckle scrapers’는 손에 너클 부분을 땅으로 질질 끄는 유인원을 빗대어 지능이 낮은 사람이라고 비하하는 단어로 유사한 단어는 ‘redneck’이 있다. 그런데 이에 해당하는 우리말 단어는 없어서, 번역할 때 앞 단어들의 자음을 일치시켜 두운과 같은 효과를 내는 번역을 하였다. 예시 (5)는 서양의 젤리 이름인 ‘젤로’와 우리말에 ‘제일로’를 줄인 말을 합쳐 동음이의어 효과를 주며 재치있게 번역한 사례라고 볼 수 있다.

(4) tiny sardine-sucking knuckle scrapers

정말 작은 정어리나 먹어대는 머저리들

(5) I love Jell-O! 젤로가 젤로 좋아!

4.1.4. 의미적 내용 보존(sacrifice of the pun & maintenance of (part of) the semantic content)

유희효과는 희생되고, 일부 의미만 유지 시키는 전략이다. 예를 들어 스페인 영화 *Año mariano*는 세 가지의 뜻을 함축하고 있는 단어이다. 마리아(Virgin Mary)의 해, 마리아나, 그리고 영화 속 남자주인공의 이름이 Mariano라서 제목 하나만 보아도 영화의 내용을 대충 짐작할 수 있다. 하지만 이에 상응하는 영어 단어가 없어서 영어로는 'The Year of Maria'로 번역되어, 세 가지 의미 중에 하나만 전달하게 된 셈이라 유희효과가 감소된 번역의 경우라 볼 수 있다. 표 3에 나타난 것과 같이 전문 번역가들은 의미적 내용보존은 유희효과는 희생되고, 일부 의미만 유지 시키는 전략을 세 번째로 많이 사용한 전략이지만, 대학생들은 한 번도 사용하지 않았다.

4.1.5. 장황한 의역((non-punning) diffuse paraphrase)

유희효과 희생, 의미적 내용 희생, 하지만 암시되는 내용을 명시적으로 드러내는 전략이다. 스페인 영화 *El abrazo partido*는 '떠난'이라는 의미와 '분열, 불화'라는 뜻을 지닌다. 영화 내용인 아들이 태어나자마자 전쟁이 발발해 가족이 헤어지게 되고, 전쟁에서 팔을 잃게 되었다는 줄거리를 제목이 잘 담고 있다. 영어 번역은 *Lost Embrace*로 일견 다른 듯 보인다. 원래의 의미와는 다소 차이가 있고 이중적인 의미도 없지만, 전쟁으로 인해 물리적으로 떨어지게 되어 따뜻한 포옹도 제대로 해주지 못하게 된 상황을 충분히 유추해 볼 수 있어서 오히려 원작 제목에서 드러나지 않은 감정들까지 담고 있는 번역이라고 생각된다.

표 3에서 알 수 있듯이 장황한 의역 전략은 번역가들은 거의 사용하지 않았지만, 대학생들은 가장 많이 사용한 전략 중 하나이다. 원문에서 비유적으로 사용되거나 문화적인 단어가 들어가 있지만, 한국어에 상응하는 단어가 없는 경우에 설명하기 위해 사용한 것으로 보인다. 차용전략에서 보면 단어가 문화를 반영하고 있는 경우에는 그대로 사용하지만, 예시 (6)과 같은 *potluck* 파티는 그대로 사용할 경우 생소할 수 있으므로, 모두가 음식을 가져오는 파티에 음식이 넘쳐나는 상황을 유추해 '음식 범벅'이라는 단어로 풀어서 번역하였다.

(6) And in four hours, the entire Northern Hemisphere will be one big potluck.

4시간 후면, 북반구 전체가 음식 범벅이 될 거예요.

예시 (7)을 직역하면 "모든 정어리들이 꼭 다 수영을 잘하지는 않는다"는 것이다. 그런데 이 말은 어린 아들이 학교에서 놀림을 받고 와서 좌절하고 있는 상황에 아버지가 한 위로의 말이다. 아버지는 평생 어부로 살았기 때문에, 바다나 낚시에 관한 비유(fishing metaphor)로 이야기를 한다. 우리나라에서는 정어리라는 생선이 생소하고 아버지의 메타포적 표현도 살리기 어려운 데다 직역을 하면 의미가 바로 와 닿지 않기 때문에 '위로'를 하려던 의도를 살려 재치 있게 번역한 사례라고 볼 수 있다.

(7) Not every sardine is meant to swim.

학생이 꼭 학교에서 공부 잘 하라는 법 있니?

예시 (8)도 역시 아버지의 fishing metaphor가 사용된 경우이다. 직역하면 ‘비가 오면 우비를 입어야지’라는 말이지만, 여기서는 ‘rain’은 영화에서 음식비가 엄청나게 내리는 재앙을 이야기하고, ‘coat’는 음식 기계를 발명한 아들이 항상 입고 있는 실험실 가운을 의미한다. 즉, 이 재앙은 과학자인 내가 나서서 해결하라는 의미가 되는데, 이런 아버지의 의도를 ‘음식비는 네가 막아야지’라고 분명하게 드러나도록 번역하여 영화 내용의 이해를 높여주었다.

(8) When it rains, you put on a coat. 음식비는 네가 막아야지.

예시 (9)는 정어리만 먹어서 지친 마을 사람들을 위해 주인공 Flint가 음식비를 내리는 기계를 발명하고, 사람들은 처음으로 햄버거라는 새로운 음식을 접하게 되는 장면이다. ‘만나(manna)’라는 단어를 처음 알게 된 학생들은 성경에 나오는 만나에 대한 교사의 설명을 듣고 나서 우리말에 비슷한 단어인 ‘천국에서 보내준 양식’으로 만나를 유추할 수 있는 단어를 사용하였다. 예시 (10)에서 ‘coolness’는大本에서 단어만 보았을 때는 ‘cool’에 명사형으로 ‘시원함, 차분함, 냉랭함’으로 사전에 나오지만, 영화 장면에서는 주인공이 발명한 기계를 페인트로 색칠하며 말하는 대사이기 때문에 ‘멋있게 강화한다’는 직역을 풀어서 설명하였다. (11)도 아빠의 fishing metaphor가 사용되었다. 성인이 되어서도 취업을 하지 않고 부모님과 함께 살며 계속 발명을 이어가는 아들에게 이제 가망 없는 일은 그만하라는 아빠의 대사인데, ‘물고기가 없는 곳에 계속 그물을 던지는 것을 그만두어라’는 직역보다는 현실감 있고, 화가 난 아빠의 걱정과 염려가 잘 들어가 있는 번역이다.

(9) For a town stuck eating sardines, this(burger) is totally manna from heaven.

정어리를 꾸역꾸역 먹어야 하는 사람들을 위한, 이것은 천국에서 보내준 양식과 같습니다.

(10) Coolness enhancement complete! 멋지게 색칠하기 완료!

(11) You don't keep throwing your net where there aren't any fish.

가망 없는 발명은 이제 그만하렴.

그 외에도 영화 주인공을 친구들이 부르는 ‘nerd’의 경우도 ‘너드’라는 우리말에 없는 단어를 쓰기보다는 과학 미치광이, 과학만 생각하는 괴짜, 사회성 부족한 녀석, 책박에 모르는 놈으로 번역한 사례가 포함된다.

4.1.6. 차용(direct copy)

차용전략은 번역하지 않고 그대로 사용하는 것을 말하며, 예를 들어 영화 *Matador*처럼 단어 자체가 투우사라는 뜻으로, 문화를 담고 있는 경우는 그대로 사용하는 것을 말한다. 표 3을 보면, 번역가들은 전혀 사용하지 않은 전략이지만 학생들은 상대적으로 더 사용하였다. 차용전략의 예시 (12)는 예시 (9)와 같은 예문인데, 우리나라에서는 생소한 ‘sardine’은 ‘정어리’로 그대로 번역하고, 기독교 학생들은 성경에 나오는 광야에서 방황하던 이스라엘 사람들에게 내려진 음식인 만나(manna)에 대해 이미 알고 있고 익숙 하기 때문에 만나로 그대로 번역한 것으로 보인다.

(12) For a town stuck eating sardines, this(burger) is totally manna from heaven.

정어리에 몰린 마을 사람들을 위해 이것은 하늘에서 내린 ‘만나’입니다.

예시 (13)은 한쪽만 익힌 계란 프라이 ‘sunny side up’을 가지고 내일의 맑은 날씨와 내일 내릴 음식을 동시에 알려주고 있다. 우리나라에는 이에 해당하는 단어가 없어서 유희효과를 포기하고 이미 sunny side up에 대해 알고 있는 학생들은 원래 영어 단어를 그대로 가져와 쓰되, 언어유희 효과를 암시하기 위해 큰따옴표로 “써니”를 표시하였다.

(13) My forecast? Sunny, side up.

내일 날씨는요, 화창한 날씨 속에 “써니” 사이드 업 계란이 내릴 겁니다.

4.1.7. 전이(transference)

한국어로 직역하는 전략이다. 예를 들면 스페인 영화 *Como agua para chocolate*는 관용적 표현으로 ‘끓어 오르는 감정, 화’를 표현할 때 쓰는 말이다. 제목만 봐도 알 수 있듯이 주인공에게 몹시 화가 나는 여러 가지 일들이 일어난다. 영어 번역은 이 표현을 직역한 ‘Like water for chocolate’로 나왔다. 이 표현의 유래는 멕시코에서 초콜릿은 음료수였고, 지금처럼 우유를 넣어 핫초콜릿을 만들지 않고 물을 넣었다고 한다. 우유가 없기도 했거니와 물을 넣어 끓이면 우유보다 소화가 더 잘된다는 이유다. 초콜릿에 넣는 뜨거운 물처럼 감정이 끓어오르는 것도 전달할 수 있고, 영화 자체에서 음식이 많이 등장하기 때문에 직역을 택한 것으로 보인다.

표 3에서 보면 전이는 한국어에 해당하는 표현으로 직역하는 방법으로 번역가들은 거의 사용하지 않은(5%) 전략이지만, 대학생들은 12%의 빈도를 보였다. 예시 (14)에서 ‘scoop’을 이용해 아이스크림을 뜨는 기구를 의미하는 동시에, 뉴스의 특종을 의미하는 단어로 언어유희가 사용되었다. 그러나 이것에 해당하는 우리말 단어가 없어서, 유희효과는 없지만 직역하여 두 가지 의미를 다 쓰는 전략을 사용한 경우에 이에 해당한다고 볼 수 있다.

(14) With today's scoop for the WNN, I'm Sam Sparks!

지금까지 WNN 아이스크림 특종에, 샘 스팅크스였습니다!

예시 (15)는 (13)과 같은 예문으로, 한쪽만 익힌 계란 프라이 sunny side up을 가지고 내일의 맑은 날씨와 내일 내릴 음식을 동시에 알려주고 있다. 우리나라에는 이에 해당하는 단어가 없어서 유희효과를 포기하고 내용을 전달하기 위해 직역의 방법을 택한 학생들도 있었다.

(15) My forecast? Sunny, side up.

날씨 예보를 해드리자면, 맑고 계란이 내리겠습니다.

4.1.8. 생략(omission)

생략 전략은 말 그대로 언어유희를 번역하지 않는 것을 말한다. 표 3에서 보는 것과 같이 번역가들은 사용하지 않은 전략이지만 학생들은 예시 (16)에서 'The kitchen's closed!' 같이 영어로 충분히 알아들을 수 있는 쉬운 경우 혹은 번역이 필요하지 않으면 생략하는 경향을 보였다. 이 문장의 핵심단어는 'kitchen'인데 학생들은 따로 번역하지 않았다. 마을 사람들을 위해 음식을 만들려고 했던 꿈을 음식 기계를 통해 이루어냈지만, 결국에는 재앙이 되었고, 이제는 그만하겠다며 음식 만드는 곳의 대표적인 부엌을 빗대어 이야기하였지만, 영어로 알아듣는 데도 큰 무리가 없기에 번역을 생략한 경우로 볼 수 있다.

(16) Sorry old friend. The kitchen's closed!

정든 친구야 미안. 이젠 끝이야.

4.1.9. 편집 기법(editorial techniques)

번역만으로는 부족하여 각주, 미주, 본문 내 괄호 삽입 등으로 언어유희를 부연설명하는 것을 말한다. 표 3과 같이 편집기법 전략은 해석적 유사성이 가장 낮은 전략이지만 번역가들이 가장 많이 사용한 전략이며, 대학생들도 가장 많이 사용한 전략임을 알 수 있다. 예시 (17)은 번역가들의 예시로 괄호를 통해 'tale'과 'tail'의 영어 발음이 같다는 부연설명을 통해 언어유희가 사용되었음을 설명하고 있다. 예시 (18)은 학생의 예시로 'meteor'와 'meatier'를 이용해 말장난하고 있지만, 우리나라 단어에서 비슷한 경우를 찾기 어려워 '유성우' 대신 '유성비'를 사용해 '햄버거비'와 라임을 맞추고, 번역은 직역으로 의미를 파악할 수 있게 하되, 이 안에 언어유희가 쓰였음을 전달하기 위해 괄호로 내용을 부연 설명해서 덧붙여 사용하였다.

(17) "그건 아주 길고 슬픈 이야기야!" 생쥐가 한숨을 쉬었다. "그래, 네 꼬리가 긴 꼬린

건 분명해. 하지만 왜 슬픈 꼬리(영어에서 이야기 tale과 꼬리 tail은 둘 다 발음이 똑 같다. 엘리스는 이야기를 꼬리로 알아들은 것이다-웁킨이) (최인자, 2005, pp. 68-69)

- (18) You may have seen a meteor shower, but you've never seen a shower meatier than this. 유성비를 보신 적 있으시겠지만, 햄버거 비는 보신 적 없을 거예요. (meteor와 meatier 말장난)

예시 (19)는 top의 여러 가지 의미를 이용한 말장난이었으나, 우리말에 같은 표현을 찾을 수 없어서 이해를 돕기 위해 괄호 안에 부연 설명을 덧붙여 어떤 유머가 사용되었는지를 설명하는 편집기법 전략을 사용하였다. 예시 (20)은 'Here's the cheese'라는 영어에 없는 표현을 사용한 것이 말장난한 것이라고 보고 왜 굳이 'cheese'를 넣었는지를 고민하다가, 쥐 뱃에 걸린 치즈를 떠올렸다고 한다. 원래 영화 내용에서도 둘 중의 하나를 '선택'하라는 의미로 사용한 것이라 뱃에 있는 치즈를 선택하는 쥐를 떠올려 창의적으로 번역하였는데, 독자의 이해를 돕기 위해 괄호 안에 설명을 추가하였다. 예시 (21)은 영화 내용상 악당 Mayor가 주인공과 몸싸움을 벌이다가 마지막으로 beet를 날리면서 한 대사이다. 시장의 말은 "내 beet를 받아라!"도 될 수 있고, meet와 beet의 라임을 이용해 "그동안 반가웠다. 잘가라!"일 수도 있다. 두 가지 의미가 드러나도록 괄호를 이용해 추가 설명을 넣어 어떤 언어유희가 사용되었는지를 독자에게 전달하였다. (22)에서 'You feelin' it?'은 정말로 느껴지냐는 말이라기 보다는 젊은 사람들이 많이 사용할 것 같은 말투로 아들의 기분을 달래보려는 아빠의 의도가 들어있다. 이런 뉘앙스를 전달하기 위해 추가 부연설명을 한 것으로 보인다.

- (19) A: I don't know how you are gonna top this.

앞으로 이것보다 어떻게 더 잘 만들겠어요?

B: Maybe with hot fudge? Haha!

핫 퍼지를 부어볼까? ㅋㅋ (top을 토평하는 것으로 이해함)

- (20) Here's the cheese.

자 쥐뱃에 치즈가 있네(용감하게 먹을 텐가, 그냥 갈텐가?)

- (21) Mayor: It's been nice to beet you.

그동안 만나서 반가웠네(비트를 던지며)

B: That's a radish!

그거 비트 아니고 무예요!

- (22) Tim and Son Sardine Bait and Tackle. You feelin' it?

팀과 아들의 낚시점. 짜잔!(한껏 흥분한 말투로)

요약하면 학생들은 전문 번역가들과 달리 텍스트에 따라 다양한 전략을 사용하였으며,

특히 장황한 의역과 편집기법을 많이 사용하였다. 편집기법은 언어유희를 이해시키기 위해 다소 긴 설명을 남기는 해석적 유사성은 가장 낮은 방법이지만, 언어유희를 알아채게 하는 가장 확실한 방법이기 때문에 선택한 것으로 보인다. 또한 학생들은 번역가들이 사용하지 않은 퍼노이드를 이용해 새로운 말장난을 만들어내며 창의적인 번역을 하였고, 번역하는 가운데 단어가 익숙해져서 번역하지 않고 원문 그대로 사용하는 차용 방법도 사용하였다.

4.2. 번역 활동이 정의적 학습 만족도에 미치는 영향

언어유희 번역 활동이 학습자의 정의적 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 단순 선형 회귀분석을 실시하였으며 결과는 표 4와 같다.

표 4. 언어유희 번역 활동 참여가 학습자의 정의적 학습 만족도에 미치는 영향

변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	F	R^2
	B	SE	β			
(상수)	13.557	1.630		8.317***		
언어유희 번역 활동	2.687	.391	.497	6.877***	47.295***	.2647

분석 결과 $F=47.295(p<.001)$ 으로 본 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다. β 값은 2.687 ($p<.001$)로 언어유희 번역 활동이 학습자의 정의적 학습 만족도에 유의한 영향을 미치며, 번역 활동을 많이 할수록 만족도도 높아지는 것으로 나타났다. 구체적으로 어떤 영어 능력 집단이 영향을 많이 받는지를 알아보기 위하여 토익성적을 기준으로 한 영어 능력집단별로 나누어 단순 선형 회귀분석을 실시하였고 결과는 다음과 같다.

표 5. 영어 능력 집단별 회귀분석 결과

영어 능력	변수	비표준화 계수		표준화계수	t	F	R^2
		B	SE	β			
상 (750이상)	(상수)	16.085	5.862		2.744***		
	언어유희 번역 활동	5.946	1.367	.536	4.350***	18.922***	.287
중 (501~750)	(상수)	16.749	4.224		3.965***		
	언어유희 번역 활동	5.957	1.034	.591	5.764***	33.222***	.349
하 (500이하)	(상수)	27.798	5.812		4.783***		
	언어유희 번역 활동	3.568	1.397	.417	2.553*	6.520*	.174

분석 결과 언어유희 번역 활동은 영어 실력에 상관없이 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 특히 영어 능력이 중급자인 학생에게 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=0.591$). 그다음으로는 상급자, 마지막으로 하급자에게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 언어유희 번역 양상 결과에서도 언어 형태에 가장 큰 주목을 하는 것이 관찰되었는데, 이는 영어 중상급자의 경우처럼 어느 정도의 문법 능력이 갖춰졌을 때 언어유희 번역 활동이 영어학습에 더 큰 만족도를 주는 것으로 보인다. 영어 실력이 가장 낮은 학생들도 만족도에서 유의한 결과를 보였는데, 문법 능력의 힘과 별개로 창의적이고 다각적인 해석을 해보는 활동에서 즐거움을 느낀 것으로 보인다. 일견 언어유희 번역과 같은 총체적 이해를 요구하는 활동은 영어 실력 상급자의 전유물처럼 보일 수 있으나 영어 실력에 상관없이 수업에서 적용 가능성을 시사한다.

5. 결론 및 논의

본 연구는 영화 *하늘에서 음식이 내린다면*이라는 애니메이션을 이용하여 대학생을 대상으로 언어유희를 교양 영어 수업자료로 활용하고 대학생들의 실제 번역 양상을 고찰하였다. 언어유희가 원어민들의 실제 대화에서 빈번하게 사용되고 있으나 국내 영어교육 현장에서 교수 방법 등에 관한 연구가 활발히 이루어지지 않고 있어 영어 수업에서 사용할 수 있는 수업 방법을 제시하였고, 실제 수업을 통해 학생들의 번역 양상을 살펴보았다. 이를 위하여 학생들은 인지 관련성 이론에 기반한 언어유희 번역 활동에 참여하였고, 해석적 유사성에 충실하면서도 창의적인 번역을 통해 능동적으로 의미를 파악하는 과정을 경험하였다. 학생들의 번역물을 통해 사용한 번역전략의 양상을 살펴본 결과와 함께 교육적 함의를 기술하면 다음과 같다.

첫째, 학생들이 가장 많이 사용한 전략은 장황한 의역과 편집기법이며, 특정 전략에 편중된 전문 번역가들과는 달리 대본 텍스트에 따라 다양한 전략을 사용하였다. 또한, 학생들이 퍼노이드 전략을 사용한 것이 인상적이다. 이는 전문 번역가들은 사용하지 않은 전략이면서 해석적 유사성도 어느 정도 있고, 기존에 광고나 미디어를 통해 접한 우리말 언어유희를 영어 언어유희 전략에 접목하게 시킨 매우 창의적인 방법이라고 볼 수 있다.

둘째, 학생들은 전문가들이 쓰지 않은 차용전략을 사용하여 번역하지 않고 영어 단어를 그대로 사용하였다. 해석적 유사성은 낮은 방법이지만 영어학습 측면에서는 오히려 바람직한 현상일 수 있다. 표현 그대로를 자연스럽게 암기하였기 때문에 특별한 번역이 없어도 언어유희를 즐길 수 있다는 것을 보여주는 것이기 때문이다. 다만 교사는 학생들이 표현을 알고 번역한 것인지 번역을 포기한 것인지 확인할 필요가 있다.

전체적으로 학생들은 해석적 유사성이 높은 전략보다는 형태에 중심을 둔 전략을 더

많이 사용하였다. 즉 유희 효과를 파악하여 전달하려는 시도보다는 영화 자막만으로는 파악할 수 없었던 언어유희를 발견하고 이를 이해하는데 즐거움을 느꼈으며, 자신이 파악한 의미를 다른 독자에게 전달하는데 더 초점을 둔 것이다. 대학생들이 기존의 교육과정 속에서 언어유희를 접했던 기회가 거의 없고, 형태 위주의 학습을 해온 것이 이러한 양상의 원인일 수 있다. 그러나 이것이 틀린 방법이라고 볼 수는 없다. 최송하 & 윤영은(2016)의 주장대로 해석적 유사성을 높은 수준으로 유지하는 번역은 번역가에게도 상당한 노력을 요구하는 작업이기 때문이며, 이러한 경우 각주를 다는 등의 편집기법 전략을 사용하는 것은 관련성 이론에서 선호하는 처리 노력이 적게 드는 방향은 아니지만 원전의 의도를 정확하고 충실하게 전달한다는 면에서 바람직하다고 볼 수 있다. 영어학습을 하는 대학생들에게는 의미를 파악하고 이해하여 내재화하는 과정도 중요하므로, 해석을 다각적으로 고민하고 창의적인 번역을 내놓는 과정에서 언어표현을 지속적으로 보는 것은 장기기억에도 도움이 될 것이다. 만약 학생들이 해석적 유사성이 높은 언어유희 교체전략 등을 사용하길 원한다면, 교사가 어느 정도 문장의 의미를 설명해주고 해석을 해주어, 의미 파악을 위한 시간을 줄여주는 것이 필요하다. 그리하면 언어유희를 만들어 내는 데에 더 시간을 할애하며 해석적 유사성이 높은 전략을 더 많이 사용할 수 있을 것이다.

본 연구에서 제안한 언어유희 번역 활동은 형태에 대한 주목과 함께 학습자들이 재미 있게 스스로 반복적으로 학습하면서 의미에 초점을 맞추는 효과적인 수업 방법이라고 할 수 있다. 또한, 영어 실력에 상관없이 정서적 만족도에도 유의한 영향을 준다는 결과를 통해 영어 실력이 천차만별로 다른 130명이 수강하는 대학교의 대형 교양 영어 강의에서 학생들의 적극적인 참여를 유도할 수 있는 활동이며 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 본 연구는 15주라는 짧은 기간 동안 1개의 학교를 대상으로 살펴본 것으로 여건이 다른 곳에 적용하여 일반화하는 데는 무리가 있으며, 번역 전략의 양상을 살펴보는 데에 주목적이 있었기 때문에 여러 가지 변인들을 고려하여 통계적 분석을 하지 못했다는 한계를 가지고 있다. 후속 연구를 통해 본 활동이 영어 표현에 대한 장기기억과 언어발달에 어떠한 도움을 주는지 알아볼 수 있게 되기를 기대한다.

참고문헌

- 강지혜. (2006). 애니메이션 영화의 다시쓰기: 자막 번역을 중심으로. *번역학연구*, 7(2), 7-30.
- 고선주. (2010). 영어 유머와 우리말 번역. *어린이문학교육연구*, 11(1), 21-48.
- 김순미. (2011). 정보성 차이를 극복하기 위한 효과적 추가 정보 제공 방법: 관련성 이론 중심으로. *번역학연구*, 12(1), 35-73.

- 김혜연. (2007). 번역에서의 어휘의 형태와 의미의 관계에 대한 의미론적 분석. *영어학*, 7(2), 265-285.
- 서지영, 이동한. (2012). 언어자각력 자극 활동으로서의 언어유희에 관한 연구: 드라마 *위기의 주부들* 자막을 중심으로. *영상영어교육*, 13(1), 57-80.
- 안미리. (2020). 팀기반학습이 영어에 대한 흥미, 태도, 자기주도학습에 미치는 영향 분석. *문화와 융합*, 42(5), 229-254.
- 오미형. (2010). 언어유희 한영자막번역 전략의 다양성. *통번역교육연구*, 8(2), 151-177
- 유도형. (2015a). 영어 담화의 화용적 특성이 기억력에 미치는 영향. *영어학*, 23(1), 161-181.
- 유도형. (2015b). 언어유희와 언어연습. *Studies in English Education*, 20(1), 339-361.
- 이미경. (2011). 도착언어 독자 지식을 고려한 뉴스번역 전략: 관련성 이론의 관점에서. *Linguistic Research*, 28(2), 385-404.
- 이선웅, 한천영. (2015). *의미론/화용론/코퍼스: 관련성 이론을 통한 영어광고 분석*. 한국 현대언어학회 학술발표 논문집, 54-61.
- 이자원, 박영. (2016). 영화대사암기 증진을 위한 감정 단어들의 역할 연구: *사랑보다 아름다운 유혹*을 중심으로. *영상영어교육*, 17(3), 65-82.
- 이창수. (2000). 문학작품에서의 비유적 표현의 번역: Relevance Theory의 관점에서. *통역과 번역*, 2, 57-83.
- 정인희. (2007). *관련성 이론에 근거한 영한 영상번역연구*. 세종대학교 박사학위논문.
- 정인희. (2008). 관련성 이론에 근거한 영한 영상번역 분석: *사운드 오브 뮤직* 중 도레미 송 번역의 분석. *영상영어교육*, 9(2), 87-101.
- 최송하. (2015). 언어유희 번역과 관련성 이론: '*이상한 나라의 앨리스*'에 나타난 언어유희의 영한 번역. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 최송하, 윤영은. (2016). 언어유희 번역 재고. *영어학*, 16(2), 331-357.
- 최인자. (2005). *이상한 나라의 앨리스: 거울 나라의 앨리스*. 서울: 대한교과서.
- Alexieva, B. (1997). There must be some system in this madness. Metaphor, polysemy and wordplay in a cognitive linguistics framework. In D. Delabastita (Ed.), *Traductio: Essays on punning and translation* (pp. 137-154). England: Routledge.
- Asimakoulas, D. (2004). Towards a model of describing humour translation: A case study of the Greek subtitled versions of *Airplane! and Naked Gun*. *Meta*, 49(4), 822-842.
- Attardo, S. (2002). Translation and humor. *The Translator*, 8(2), 173-194.
- Bell, N. (2005). Exploring L2 language play as an aid to SLL: A case study of humor in NS-NNS interaction. *Applied Linguistics*, 26(2), 192-218.

- Broner, M. A., & Tarone, E. E. (2001). Is it fun? Language play in a fifth-grade Spanish immersion classroom. *The Modern Language Journal*, 85, 363-379.
- Cook, G. (1997). Language play, language learning. *English Language Teaching Journal*, 51, 224-231.
- Cook, G. (2000). *Language play, language learning*. Oxford: Oxford University Press.
- Carroll, L. (2012). *Alice's adventures in wonderland*. London: Penguin Books.
- Crystal, D. (1998). *Language play*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Delabastita, D. (1996). Introduction. In Dirk, D (Ed.), *Wordplay and translation: Essays on punning and translation* (pp. 1-22). Manchester: St. Jerome Publishing.
- Díaz-Cintas, J., & Remael, A. (2007). *Audiovisual translation: Subtitling*. England: Routledge.
- Díaz-Pérez, F. J. (2014). Relevance theory and translation: Translating puns in Spanish film titles into English. *Journal of Pragmatics*, 70, 108-129.
- Gan, X. (2015). A study of the humor aspect of English puns: Views from the relevance theory. *Theory and Practice in Language Studies*, 5(6), 1211-1215.
- Gottlieb, H. (1997). You got the picture? On the polysemiotics of subtitling wordplay. In D. Delabastita (Ed.), *Traductio: Essays on punning and translation* (pp. 207-232). England: Routledge.
- Gutt, E. (2000). *Translation and relevance: Cognition and context*. Manchester: St. Jerome Publishing.
- Helitzer, M., & Shatz, M. (2005). *Comedy writing secrets*. Cincinnati, OH: Writer's Digest Books.
- Jing, H. (2010). The translation of English and Chinese puns from the perspective of relevance theory. *The Journal of Specialised Translation*, 13, 81-99.
- Kramsch, C., & Sullivan, P. (1996). Appropriate pedagogy. *ELT Journal*, 50(3), 199-212.
- Lantolf, J. (1997). The function of language play in the acquisition of L2 Spanish. In W. R. Glass & A. T. Perez-Leroux (Eds.), *Contemporary perspectives on the acquisition of Spanish* (pp. 3-24). Somerville, MA: Cascadilla Press.
- Lems, K. (2013). Laughing all the way: Teaching English using puns. *English Teaching Forum*, 51(1), 26-33.
- Lord, P., & Miller, C. (Directors.) (2009). *Cloudy with a chance of meatballs* [Motion pictures]. USA: Sony Pictures Animation.
- Malka, A., & Covington, M. V. (2005). Perceiving school performance as instrumental to future goal attainment: Effects on graded performance. *Contemporary*

- Educational Psychology*, 30(1), 60–80.
- Marco, J. (2010). The translation of wordplay in literary texts. Typology, techniques and factors in a corpus of English-Catalan source text and target text segments. *Target*, 22(2), 264–297.
- Pollack, J. (2011). *The pun also rises: How the humble pun revolutionized language, changed history, and made wordplay more than some antics*. New York, NY: Gotham.
- Pun. (n.d.). In *Merriam-Webster.com dictionary*. Retrieved January 15, 2020, from <https://www.merriam-webster.com/dictionary/pun>
- Sanderson, J. D. (2009). Strategies for the dubbing of puns with one visual semantic layer. In J. Diaz-Cintas (Ed.), *New trends in audiovisual translation* (pp. 123-132). Bristol: Multilingual Matters.
- Sperber, D., & Wilson, D. (1986). *Relevance: Communication and cognition*. Oxford: Blackwell.
- Tanaka, K. (1992). The pun in advertising: A pragmatic approach. *Lingua*, 87(1), 91–102. [https://doi.org/10.1016/0024-3841\(92\)90027-G](https://doi.org/10.1016/0024-3841(92)90027-G).
- Tarone, E. (2000). Getting serious about language play: Language play, interlanguage variation and second language acquisition. In B. Swierzbinska, F. Morris, M. E. Anderson, C. Klee, & E. Tarone (Eds.), *Social and cognitive factors in second language acquisition: Selected proceedings of the 1999 second language research forum* (pp. 31-54). Somerville, MA: Cascadia Press.
- Van Dam, J. (2002). Ritual, face, and play in a first English lesson: Bootstrapping a classroom culture. In C. Kramsch (Ed.), *Language acquisition and language socialization* (pp. 237–265). New York, NY: Continuum.
- Van Mulken, M., Van Enschot-van Dijk, R., & Hoeken, H. (2005). Puns, relevance and appreciation in advertisements. *Journal of Pragmatics*, 37, 707-721.
- Venkatesh, V. (2000). Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Information Systems & Research*, 11(4), 342-365.
- Yan, Y. (2015). Analysis of puns in English advertising language from the relevance theory. *Sino-US English Teaching*, 12(8), 602-607.
- Yokomitsu, H. (2004). Funny or not funny-that is the question: Exploring and grasping a sense of humor through the U.S. movies. *STEM Journal*, 5(1), 103-112.

- Yus, F. (2012). Relevance, humour and translation. In E. Walaszewska & A. Piskorska (Eds.), *Relevance theory: More than understanding* (pp. 117-145). England: Cambridge Scholars Publishing.
- Wilson, D., & Sperber, D. (2004). Relevance theory. In L. Horn & G. Ward (Eds.), *The handbook of pragmatics* (pp. 607-632). Oxford: Blackwell.

서지영

02707 서울시 성북구 정릉로 77

국민대학교 교육대학원 영어교육전공 조교수

전화: (02)910-5925

이메일: sjy@kookmin.ac.kr

Received on September 27, 2020

Revised version received on April 22, 2021

Accepted on June 30, 2021