

국립국어원
주최
국립국어원
주최
주최

공공용어 번역 (영·중·일) 수용성 연구 -주요 한식명을 중심으로-

연구 책임자 | 김한식



국립국어원

국립국어원 2017-01-25

발간등록번호

11-1371028-000675-01

공공용어 번역(영·중·일) 수용성 연구

—주요 한식명을 중심으로—

연구 책임자

김한식



국립국어원

제 출 문

국립국어원장 귀하

국립국어원과 체결한 연구 용역 계약에 따라 '공공용어 번역(영·중·일) 수용성 연구
-주요 한식명을 중심으로-'에 관한 연구 보고서를 작성하여 제출합니다.

■ 사업 기간: 2017년 7월 ~ 2017년 12월

2017년 12월 15일

연구 책임자: 김한식(한국외국어대학교)

연구 기관 한국외국어대학교 연구산학협력단

연구책임자 김한식

공동연구원 정철자, 김진아, 박미정

연구보조원 유한내, 김지은, 박세리

연구 협력 기관 한국외국어대학교 통번역대학원

[국문 초록]

본 연구는 2018년 평창 동계올림픽을 맞아 강원도의 음식명을 포함한 주요 한식명의 공공용어로서의 표준 번역안을 알리기 위해 진행되었다. 이러한 목표 달성을 위해 국립국어원 및 공공 기관에서 선정한 주요 한식명의 영어·중국어·일본어 표준 번역안(이하 ‘영·중·일 표준 번역안’)을 검토하고 원어민들의 이해 및 수용 가능성을 파악하고 분석하였다. 그 결과를 반영해 표준 번역에 관한 제안을 하고, 그것을 공공용어로 활용할 수 있도록 하는 방안을 모색하는 것이 주요 목적이다. 나아가 주요 문화 분야에서 사용되는 용어의 표준 번역안에 대한 앞으로의 연구 계획을 수립하고자 한다.

본 연구의 범위는 1) 공공용어 번역 수용성 연구를 위한 이론적 논의, 2) 국립국어원 및 공공 기관의 주요 한식명 표준 번역안 검토 및 내용 분석, 3) 주요 한식명의 표준 번역안 수용성 실태 조사, 결과 분석 및 개선 방안 제안, 4) 주요 한식명 표준 번역안 홍보 방안 및 활용 지침 제안, 5) 국정 계획과 국가 실정에 부합하는 주요 문화용어 번역(영어·중국어·일어) 연구 사업에 대한 향후 계획 수립의 다섯 가지로 구성된다.

본 연구 과업에 대한 효과적인 이론적 논의와 과업 수행의 효율을 제고하기 위해 영·중·일 언어권별로 관련 선행 연구를 각 7편씩 선정하여 그 내용을 검토하고 정리하였다.

한국관광공사는 주요 음식명 총 3,747개에 대해 영어, 중국어, 일본어 번역안을 작성하였는데, 본 연구팀은 그 내용에 대해 전반적으로 번역이 적절하게 이루어졌는지, 수용성이 있는지, 번역안에 일관성이 있는지, 조어법이 적절한지 등을 중심으로 검토하였다. 그 결과 3개 언어 공히 일관성 결여가 문제점으로 파악되었으며, 특히 음식명 앞에 붙는 지명 번역의 일관성 확보 등이 개선 과제라 하겠다. 또한, 재료나 요리법, 조어법의 일관성에 있어서도 보완이 필요하며, 문화적으로 해당 언어권 사람들이 수용하기 어려운 표현들도 수정되어야 할 것이다.

국립국어원이 작성한 주요 한식명의 표준 번역안에 대해서는 수용성 실태 조사를 실시하고, 그 결과에 대한 분석 및 개선 방안을 제안하였다. 실태 조사는 영·중·일 3개 언어 원어민을 대상으로 온라인상으로 예비 조사를 실시했으며,

이는 본 연구의 목적에 맞는 조사 방법을 모색하기 위해서였다. 본조사는 9월 6일부터 15일까지, 전문 조사기관의 협조 하에 3개 언어권 별로 300명씩, 총 900명을 대상으로 구조화된 질문을 통한 정량조사 방식으로 진행되었다. 구체적으로는 한식명과 그 사진을 제시하고 ‘의미’(음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다)와 ‘표현’(음식명 표현이 영어/일본어/중국어로 자연스럽다)의 적합성에 대해 질문하였다.

영어권(미국, 영국, 호주) 응답자는 직역과 의미역 음식명에 대해 비교적 높은 수용성(긍정 응답률 기준 60%대 후반~70%대 후반)을 보인 반면, 음역에 대해서는 매우 낮게 나타났다(‘의미’ 수용성 19.0%, ‘표현’ 수용성 21.6%). 중국어권 응답자가 3개 언어권 가운데 수용성이 가장 높게 나타났는데, 번역 전략을 불문하고 ‘의미’와 ‘표현’에 있어 80%대의 긍정 응답률을 보였다. 일본어권 응답자는 대응역에 대한 수용성이 가장 높았고(‘의미’ 수용성 85.8%, ‘표현’ 수용성 85.0%), 이어서 직역(각각 66.9%, 67.7%), 의미역(54.6%, 60.2%), 혼합형(52.6%, 55.3%), 음역(39.3%, 38.6%)의 순으로 나타났다. 영어와 중국어에 비해 음역이 많이 보급되어 있음에도 불구하고 본 조사 결과 그 수용성은 그다지 높지 않다는 것이 확인되었다.

번역안의 개선 방안을 마련하기 위해 수용성 연구 목적을 밝히고, 원어민들은 번역안에 대해 어떠한 생각을 가지고 있는지 파악하고자 심층 조사를 실시하였다. 각 언어별로 한국 거주 1년 미만인 원어민 5명과 1년 이상인 원어민 5명, 총 10명씩 조사 참여자를 섭외했으며, 각 언어권별로 두 개 그룹으로 나누어, 총 6개 그룹을 대상으로 그룹 면접(FGI, Focused Group Interview) 형식으로 진행하였다. 심층 조사에서 제시된 다양한 의견과 대안들은 개선 방안을 제안하는 데 큰 도움을 주었다.

한국을 찾는 관광객의 경우, 한국 문화와 음식에 관심도가 높으면서도 한국 문화 적응도는 낮을 것이므로 의미 전달을 더 중시하는 직역이나 의미역 위주로 번역 전략을 채택하고, 음식 재료를 포함하여 음식 내용을 유추할 수 있도록 도움을 주는 번역이 바람직할 것이다. 한식의 세계화를 위해 해외 시장 공략을 목표로 할 경우, 기본적으로는 의미역과 직역을 주로 적용하되, 대표적인 한국 음식에 대해서는 ‘음역+(간단한 설명)’과 같은 전략을 채택하여 한국어와 한국 문화를 널리 알리는 데에 홍보 전략으로 확대할 수 있을 것이다.

[Abstract]

This study was conducted to promote the standard translation guideline for major dishes in Korean cuisine as public terms across the country, including Gangwon-do, as the 2018 Pyeongchang Winter Olympics are approaching. To this end, this study reviewed the standard translation guideline for Korean foods into English, Chinese and Japanese released by the National Institute of Korean Language (NIKL) and other public institutions ("Standard Translation Guideline"), and examined the understanding and acceptance levels of native speakers of those languages. These findings would help make suggestions on the Standard Translation Guideline and explore ideas how to establish them as public terms. This study is also expected to lead towards further research on the standard translation of terms used in major cultural areas.

This research consists of five areas: 1) theoretical discussions on the acceptance of the translation of public terms, 2) review and analysis of the Standard Translation Guideline, 3) fact-finding survey on the acceptance of the Standard Translation Guideline, result analysis and recommendations for improvement, 4) suggestions on promotional measures and application guides for the Standard Translation Guideline, and 5) further research plan for the translation of major cultural terms into English, Chinese and Japanese, aligned with the national administrative plan.

To enhance effectiveness and efficiency in theoretical discussions and overall process in this research, seven preceding studies were selected and examined by each language of English, Chinese and Japanese.

Regarding the Standard Translation Guideline for 3,747 Korean dishes into English, Chinese and Japanese released by NIKL, this research focused its analysis on their appropriateness, acceptability, consistency,

and adequacy in word-formation. Research findings pointed to a lack of consistency in translation into those languages as a major issue. Enhancing consistency in the translation of the name of places prefixed to the name of dishes was found to be one of the areas for improvement. Furthering consistency is also needed for the translation of ingredients, recipes and word-formation. Some expressions that native speakers of those languages cannot easily understand need to be modified.

A fact-finding survey was conducted on the acceptance of the Standard Translation Guideline, and measures for improvement were proposed based on the analysis of research findings. A preliminary survey was carried out online on native English, Chinese and Japanese speakers to explore research methods suitable for this research. A quantitative survey of 900 respondents in total, 300 for each of those languages, was conducted using a structured questionnaire during September 6-15, working with a market research firm. The respondents were asked to rate the adequacy of the translation of Korean dishes in terms of "meaning" ("I can understand what the food is by its name") and "expression" ("The name is naturally expressed in English, Japanese or Chinese") after seeing the name of the dishes and their photos.

Native English speakers (from US, UK and Australia) displayed a relatively high acceptance for literal and semantic translation (positive responses in the range between 65% and 80%), while rating very low to transliteration (meaning-19.0%, expression-21.6%). Chinese respondents showed the highest acceptance level among those three language speakers, with their positive responses in the range of 80% both for meaning and expression. Japanese speakers rated the highest on replacing with a correspondence (meaning-85.8%, expression-85.0%), followed by literal translation (66.9%, 67.7%), semantic translation

(54.6%, 60.2%), combinatory translation (52.6%, 55.3%), and transliteration (39.3%, 38.6%). While transliteration into Japanese accounted for a higher percentage among various methods of translation compared to English and Chinese translation, the findings revealed a relative low acceptance for transliteration among Japanese respondents.

An in-depth survey was carried out on 10 participants by each language of English, Chinese and Japanese to better understand how native speakers of those languages view the translations and explore measures for improvement. These 10 participants were divided into two groups (six in total) for focused group interview, one for those who stayed in Korea for less than a year and the other for those who stayed in Korea for one year or longer. They presented diverse opinions and suggestions throughout the interview, which substantially helped develop measures for improvement.

Foreign tourists to Korea must have a high interest in Korean culture and food with a low level of adaptability to Korean culture. Therefore, a proper translation strategy could be literal or semantic translation that focuses on the delivering of meaning, thereby helping tourists infer ingredients and contents from the translation. When translation is designed to promote Korean cuisine in overseas markets, semantic and literal translation can be a primary strategy while adopting transliteration with a brief description for representative Korean dishes. This would also serve as a strategy to promote Korean language and culture.

목 차

1. 서론	1
1.1. 연구 목적	1
1.2. 연구 필요성	1
1.3. 연구 범위	3
1.4. 연구 방법	4
1.4.1. 이론적 논의	5
1.4.2. 번역안 검토	5
1.4.3. 실태 조사 및 개선 방안 제안	7
2. 공공용어 번역(영·중·일) 수용성 연구를 위한 이론적 논의	12
2.1. 영어 선행 연구	12
2.1.1. 그래메니디스(Grammenidis, S.) (2008)	12
2.1.2. 푸게(Pouget, C. F.) (1999)	14
2.1.3. 샹(XIANG, C.) (2016)	15
2.1.4. 크로닌(Cronin, M.) (2015)	17
2.1.5. 가파리안(Ghafarian, M.), 카피푸르(Kafipour, R.) & 수리(Soori, A.) (2016)	18
2.1.6. 즈위키(Zwicky, A. D.) & 즈위키(Zwicky, A. M.) (1980)	19
2.1.7. 부덴(Buden, B.), 노워트니(Nowotny, S.), 사이먼(Simon, S.), 베리(Bery, A.) & 크로닌(Cronin, M.) (2009)	20
2.2. 중국어 선행 연구	21
2.2.1. 김진아 (2010a)	21
2.2.2. 김진아 (2010b)	24
2.2.3. 양첸옌(杨群艳) (2008)	26
2.2.4. 양류칭(杨柳青) (2014)	28
2.2.5. 리민(李敏) (2012)	29
2.2.6. 후홍원(胡红云) (2008)	31
2.2.7. 왕잉잉(王瑛瑛) (2009)	33
2.3. 일본어 선행 연구	34
2.3.1. 유종근 (2003)	34

2.3.2. 유종근 (2004)	37
2.3.3. 이연정 (2006)	38
2.3.4. 이은조 (2017)	40
2.3.5. 채경희 · 이시쓰카 레이코(石塚令子)(2009)	43
2.3.6. 한탁철 (2011)	45
2.3.7. 국립국어원(2014)	47
2.3.8. 주현철 (2014)	50
3. 외국어 메뉴판 표제어 번역안 검토	53
3.1. 영어 번역안 검토	53
3.1.1. 일관성의 문제	53
3.1.2. 수용성의 문제	55
3.1.3. 번역 오류	58
3.1.4. 결론	58
3.2. 중국어 번역안 검토	59
3.2.1. 적절성의 문제	59
3.2.2. 수용성의 문제	60
3.2.3. 번역 오류	62
3.2.4. 결론	63
3.3. 일본어 번역안 검토	63
3.3.1. 일관성의 문제	63
3.3.2. 조어의 문제	65
3.3.3. 의미의 불일치	67
3.3.4. 기타	68
3.3.5. 결론	68
4. 주요 한식명 표준 번역안 수용성 실태 조사 진행 및 분석	69
4.1. 연구 방법	69
4.1.1. 번역안 검토 및 조사 대상 어휘 선정	69
4.1.2. 실태 조사	77
4.2. 본조사 결과 및 분석	91
4.2.1. 영어 번역 전략별 수용성	91

4.2.2 중국어 번역 전략별 수용성	122
4.2.3. 일본어 번역 전략별 수용성	163
5. 주요 한식명 표준 번역안 개선 방안 제안	202
5.1. 심층 조사	202
5.1.1. 심층 조사의 목적 및 방법	202
5.1.2. 심층 조사 결과	204
5.2. 표준 번역안 개선 방안	225
5.2.1. 영어	225
5.2.2. 중국어	226
5.2.3. 일본어	228
6. 주요 한식명 표준 번역안 홍보 방안 및 활용 지침 제안	231
6.1. 주요 한식명 표준 번역안 검색 시스템 구축 및 운영	231
6.2. 한식명 맞춤 번역 전략 수립	232
6.3. 국내외 식당 메뉴판 개선 사업 실시	232
6.4. 음식 축제 등 행사 활용	233
6.5. 외식업 종사자 대상 정보 제공	234
6.6. 현지 원어민 대상 한식명 홍보	235
7. 국정 계획과 국가 실정에 부합하는 주요 문화용어 번역(영어·중국어·일어) 연구 사업에 대한 앞으로의 계획 수립	236
7.1. 기본 연구 방향	236
7.1.1. 목적 지향	236
7.1.2. 독자 지향	236
7.1.3. 공동 연구	237
7.2. 연구 결과 활용 방안	237
7.2.1. 문화용어 번역 데이터베이스 구축 사업	237
7.2.2. 문화용어 전문 번역사 교육 및 활용	238
7.2.3. 문화용어 번역 연구 사업의 세분화 및 홍보	238
7.2.4. 음역 번역 전략의 적극적 홍보	238
7.2.5. 가독성을 고려한 재번역	239
8. 결론	240

표 목차

<표 1-1> 번역 전략 분류 기준	6
<표 1-2> 예비 조사 개요	7
<표 1-3> 본조사 개요	8
<표 1-4> 본조사 대상 어휘 선정 기준	8
<표 1-5> 심층 조사 개요	10
<표 2-1> 번역 전략	12
<표 2-2> 양(2016)의 번역 전략 분류	15
<표 2-3> 한식 메뉴 번역 전략	23
<표 2-4> 양첸옌(杨群艳)의 중국 음식명 번역 전략 분류	27
<표 2-5> 리민(李敏, 2012)의 중국 음식명 번역 전략 분류	30
<표 2-6> 레스토랑 메뉴의 일본어 표기	35
<표 2-7> 한식명의 일본어 번역 전략	41
<표 2-8> 한식명의 일본어 번역 기준	42
<표 2-9> ‘비빔밥’의 표준 번역안 예시	44
<표 2-10> 문화용어의 번역 유형별 개수와 비중	48
<표 3-1> 지명 포함 한식명 번역 사례	53
<표 3-2> 한식명 조어 번역 사례	55
<표 3-3> 문화적으로 어색한 번역 사례 1	55
<표 3-4> 문화적으로 어색한 번역 사례 2	56
<표 3-5> 문화적으로 어색한 번역 사례 3	56
<표 3-6> 혐오감을 주는 번역 사례	58
<표 3-7> 원재료 관련 번역 사례 1	59
<표 3-8> 원재료 관련 번역 사례 2	60
<표 3-9> 문화적으로 어색한 번역 사례	61
<표 3-10> 조리법과 맞지 않는 번역 사례	62
<표 3-11> 지명 포함 한식명 번역 사례	64
<표 3-12> 표기의 일관성이 결여된 번역 사례 1	65
<표 3-13> 표기의 일관성이 결여된 번역 사례 2	65
<표 3-14> 조어의 문제 번역 사례 1	66

<표 3-15> 조어의 문제 번역 사례 2	66
<표 3-16> 의미가 불일치된 번역 사례	67
<표 3-17> 번역어 제안	68
<표 4-1> 검토 대상 및 분량	69
<표 4-2> 분류 기준	70
<표 4-3> 번역 전략 분류 결과	77
<표 4-4> 예비 조사 개요	78
<표 4-5> 예비 조사 항목 예시	78
<표 4-6> 본조사 설문 대상 구성	82
<표 4-7> 본조사 세부 응답자 구성	82
<표 4-8> 본조사 항목 내용	83
<표 4-9> 본조사 의미 항목 언어별 번역	84
<표 4-10> 본조사 표현 항목 언어별 번역	84
<표 4-11> 본조사 대상 어휘 선정기준	84
<표 4-12> 언어별 본조사 대상 어휘	85
<표 4-13> 조사 대상자별 음역 어휘 의미 수용성	95
<표 4-14> 조사 대상자별 음역 어휘 표현 수용성	95
<표 4-15> 조사 대상자별 직역 어휘 의미 수용성 (상위 어휘)	99
<표 4-16> 조사 대상자별 직역 어휘 표현 수용성 (상위 어휘)	100
<표 4-17> 조사 대상자별 직역 어휘 의미 수용성 (하위 어휘)	101
<표 4-18> 조사 대상자별 직역 어휘 표현 수용성 (하위 어휘)	102
<표 4-19> 조사 대상자별 의미역 어휘 의미 수용성 (상위 어휘)	105
<표 4-20> 조사 대상자별 의미역 어휘 표현 수용성 (상위 어휘)	106
<표 4-21> 조사 대상자별 의미역 어휘 의미 수용성 (하위 어휘)	107
<표 4-22> 조사 대상자별 의미역 어휘 표현 수용성 (하위 어휘)	108
<표 4-23> 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 의미 수용성	111
<표 4-24> 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 표현 수용성	112
<표 4-25> 언어권별 번역 음식명 수용도_김밥	114
<표 4-26> 언어권별 번역 음식명 수용도_불고기	115
<표 4-27> 언어권별 번역 음식명 수용도_비빔밥	116

<표 4-28> 언어권별 번역 음식명 수용도_삼계탕	117
<표 4-29> 언어권별 번역 음식명 수용도_다식	118
<표 4-30> 언어권별 번역 음식명 수용도_빈대떡	119
<표 4-31> 언어권별 번역 음식명 수용도_더덕구이	119
<표 4-32> 언어권별 번역 음식명 수용도_회덮밥	120
<표 4-33> 언어권별 번역 음식명 수용도_곰탕	121
<표 4-34> 언어권별 번역 음식명 수용도_쌈밥	122
<표 4-35> 조사 대상자별 직역 어휘 의미 수용성 (상위 어휘) - 성/연령별	127
<표 4-36> 조사 대상자별 직역 어휘 의미 수용성 (상위 어휘) - 국가/관심도별	127
<표 4-37> 조사 대상자별 직역 어휘 표현 수용성 (상위 어휘) - 성/연령별	128
<표 4-38> 조사 대상자별 직역 어휘 표현 수용성 (상위 어휘) - 국가/관심도별	129
<표 4-39> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 의미 수용성 (하위 어휘) - 성/연령별	130
<표 4-40> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 의미 수용성 (하위 어휘) - 국가/관심도별	130
<표 4-41> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 표현 수용성 (하위 어휘) - 성/연령별	131
<표 4-42> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 표현 수용성 (하위 어휘) - 국가/관심도별	132
<표 4-43> 조사 대상자별 대응역 어휘 의미 수용성- 성/연령별	136
<표 4-44> 조사 대상자별 대응역 어휘 의미 수용성 - 국가/관심도	136
<표 4-45> 조사 대상자별 개별 대응역 어휘 표현 수용성 - 성/연령별	137
<표 4-46> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 표현 수용성 - 국가/관심도별	138
<표 4-47> 조사 대상자별 의미역 어휘 의미 수용성 - 성/연령별	141
<표 4-48> 조사 대상자별 의미역 어휘 의미 수용성 - 국가/관심도별	143
<표 4-49> 조사 대상자별 개별 의미역 어휘 표현 수용성 - 성/연령별	144

<표 4-50> 조사 대상자별 개별 의미역 어휘 표현 수용성 - 국가/관심도별	145
<표 4-51> 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 의미 수용성 - 성/연령별	149
<표 4-52> 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 의미 수용성 - 국가/관심도별	150
<표 4-53> 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 표현 수용성 - 성/연령별	151
<표 4-54> 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 표현 수용성 - 국가/관심도별	151
<표 4-55> 언어권별 번역 음식명 수용성_해파리냉채	153
<표 4-56> 언어권별 번역 음식명 수용성_떡볶이	154
<표 4-57> 언어권별 번역 음식명 수용성_호박죽	155
<표 4-58> 언어권별 번역 음식명 수용성_곰탕	156
<표 4-59> 언어권별 번역 음식명 수용성_콩나물국	157
<표 4-60> 언어권별 번역 음식명 수용성_경단	158
<표 4-61> 언어권별 번역 음식명 수용성_보쌈	159
<표 4-62> 언어권별 번역 음식명 수용성_유과	160
<표 4-63> 언어권별 번역 음식명 수용성_다식	161
<표 4-64> 언어권별 번역 음식명 수용성_도토리묵	162
<표 4-65> 조사 대상자별 음역 어휘 의미 수용성	168
<표 4-66> 조사 대상자별 음역 어휘 표현 수용성	169
<표 4-67> 조사 대상자별 직역 어휘 의미 수용성 (상위 어휘)	174
<표 4-68> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 표현 수용성 (상위 어휘)	174
<표 4-69> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 의미 수용성 (하위 어휘)	175
<표 4-70> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 표현 수용성 (하위 어휘)	175
<표 4-71> 조사 대상자별 개별 대응역 어휘 의미 수용성	179
<표 4-72> 조사 대상자별 개별 음역 어휘 표현 수용성	179
<표 4-73> 조사 대상자별 개별 의미역 어휘 의미 수용성	184
<표 4-74> 조사 대상자별 개별 의미역 어휘 표현 수용성	184
<표 4-75> 조사 대상자별 개별 혼합형 번역 전략 어휘 의미 수용성 (상위 어	

회)	189
<표 4-76> 조사 대상자별 개별 혼합형 번역 전략 어휘 표현 수용성 (상위 어 회)	189
<표 4-77> 조사 대상자별 개별 혼합형 번역 전략 어휘 의미 수용성 (하위 어 회)	190
<표 4-78> 조사 대상자별 개별 혼합형 번역 전략 어휘 표현 수용성 (하위 어 회)	191
<표 4-79> 언어권별 번역 음식명 수용성_감자탕	192
<표 4-80> 언어권별 번역 음식명 수용성_칼국수	193
<표 4-81> 언어권별 번역 음식명 수용성_수정과	194
<표 4-82> 언어권별 번역 음식명 수용성_간장게장	195
<표 4-83> 언어권별 번역 음식명 수용성_김밥	195
<표 4-84> 언어권별 번역 음식명 수용성_초당순두부	197
<표 4-85> 언어권별 번역 음식명 수용성_떡국	198
<표 4-86> 언어권별 번역 음식명 수용성_가래떡	199
<표 4-87> 언어권별 번역 음식명 수용성_보쌈	200
<표 4-88> 언어권별 번역 음식명 수용성_빈대떡	201
<표 5-1> 심층 조사 개요	203
<표 5-2> 심층 조사 공통 문항	204
<표 5-3> 영어 심층 조사 대상 어휘 항목	205
<표 5-4> 영어 심층 조사 결과	206
<표 5-5> 영어 심층 조사 참여자의 대안 번역	208
<표 5-6> 중국어 심층 조사 대상 어휘	211
<표 5-7> 중국어 선정 어휘에 대한 면접자 의견	212
<표 5-8> 중국어 대안 번역안 및 기타 의견	215
<표 5-9> 일본어 심층 조사 대상 어휘 항목	217
<표 5-10> 일본어 개별 음식명 번역어의 의미 및 표현에 대한 수용성 답변	220
<표 5-11> 동일 번역 전략의 수용성 상위어와 하위어 분류	222
<표 5-12> 수용성 정도에 따른 음식명 번역어 분류	224

그림 목차

<그림 1-1> 연구 대상 및 범위	4
<그림 1-2> 연구 과정	5
<그림 4-1> 본조사 개요	81
<그림 4-2> 영어권 번역 전략별 수용성	91
<그림 4-3> 조사 대상자별 영어권 음역 어휘 의미 수용성	92
<그림 4-4> 조사 대상자별 영어권 음역 어휘 표현 수용성	93
<그림 4-5> 영어권 개별 음역 번역메뉴 수용성	94
<그림 4-6> 조사 대상자별 영어권 직역 어휘 의미 수용성	96
<그림 4-7> 조사 대상자별 영어권 직역 어휘 표현 수용성	97
<그림 4-8> 의미 및 표현 수용성 상위 직역 어휘	98
<그림 4-9> 의미 및 표현 수용성 하위 직역 어휘	99
<그림 4-10> 조사 대상자별 영어권 의미역 어휘 의미 수용성	103
<그림 4-11> 조사 대상자별 영어권 의미역 어휘 표현 수용성	103
<그림 4-12> 의미 및 표현 수용성 상위 의미역 어휘	104
<그림 4-13> 의미 및 표현 수용성 하위 의미역 어휘	105
<그림 4-14> 조사 대상자별 영어권 혼합형 번역 전략 어휘 수용성	109
<그림 4-15> 조사 대상자별 영어권 혼합형 번역 전략 어휘 수용성	109
<그림 4-16> 영어권 개별 혼합형 번역 메뉴 수용성	111
<그림 4-17> 언어권별 번역 음식명 수용도_김밥	113
<그림 4-18> 언어권별 번역 음식명 수용도_불고기	114
<그림 4-19> 언어권별 번역 음식명 수용도_비빔밥	115
<그림 4-20> 언어권별 번역 음식명 수용도_삼계탕	116
<그림 4-21> 언어권별 번역 음식명 수용도_다식	117
<그림 4-22> 언어권별 번역 음식명 수용도_빈대떡	118
<그림 4-23> 언어권별 번역 음식명 수용도_더덕구이	119
<그림 4-24> 언어권별 번역 음식명 수용도_회덮밥	120
<그림 4-25> 언어권별 번역 음식명 수용도_곰탕	121
<그림 4-26> 언어권별 번역 음식명 수용도_쌈밥	122
<그림 4-27> 중국어권 번역 전략별 수용성	123

<그림 4-28> 조사 대상자별 중국어 직역 어휘 수용성	124
<그림 4-29> 조사 대상자별 중국어권 직역 어휘 수용성	125
<그림 4-30> 의미 및 표현 수용성 상위 직역 어휘	126
<그림 4-31> 의미 및 표현 수용성 하위 직역 어휘	126
<그림 4-32> 조사 대상자별 중국어권 대응역 어휘 의미 수용성	133
<그림 4-33> 조사 대상자별 중국어권 대응역 어휘 표현 수용성	134
<그림 4-34> 의미 수용성 상위 대응역 어휘	135
<그림 4-35> 조사 대상자별 중국어권 의미역 어휘 의미 수용성	139
<그림 4-36> 조사 대상자별 중국어권 의미역 어휘 표현 수용성	140
<그림 4-37> 의미 및 표현 수용성 상위 의미역 어휘	140
<그림 4-38> 의미 및 표현 수용성 하위 의미역 어휘	141
<그림 4-39> 조사 대상자별 중국어권 혼합형 번역 전략 의미 수용성	146
<그림 4-40> 조사 대상자별 중국어권 혼합형 번역 전략 표현 수용성	147
<그림 4-41> 혼합형 번역 전략 어휘 수용성	148
<그림 4-42> 언어권별 번역 음식명 수용성_해파리냉채	153
<그림 4-43> 언어권별 번역 음식명 수용성_떡볶이	154
<그림 4-44> 언어권별 번역 음식명 수용성_호박죽	155
<그림 4-45> 언어권별 번역 음식명 수용성_곰탕	156
<그림 4-46> 언어권별 번역 음식명 수용성_콩나물국	157
<그림 4-47> 언어권별 번역 음식명 수용성_경단	158
<그림 4-48> 언어권별 번역 음식명 수용성_보쌈	159
<그림 4-49> 언어권별 번역 음식명 수용성_유과	160
<그림 4-50> 언어권별 번역 음식명 수용성_다식	161
<그림 4-51> 언어권별 번역 음식명 수용성_도토리묵	162
<그림 4-52> 일본어권 번역 전략별 수용성	163
<그림 4-53> 조사 대상자별 일본어 음역 어휘 의미 수용성	164
<그림 4-54> 조사 대상자별 일본어 음역 어휘 표현 수용성	164
<그림 4-55> 의미 및 표현 수용성 상위 음역 어휘	167
<그림 4-56> 의미 및 표현 수용성 하위 음역 어휘	167
<그림 4-57> 조사 대상자별 일본어 직역 어휘 의미 수용성	170

<그림 4-58> 조사 대상자별 일본어 직역 어휘 표현 수용성	170
<그림 4-59> 의미 및 표현 수용성 상위 직역 어휘	172
<그림 4-60> 의미 및 표현 수용성 하위 직역 어휘	173
<그림 4-61> 조사 대상자별 일본어 대응역 어휘 의미 수용성	177
<그림 4-62> 조사 대상자별 일본어 대응역 어휘 표현 수용성	177
<그림 4-63> 개별 대응역 어휘 수용성	178
<그림 4-64> 조사 대상자별 일본어 의미역 어휘 의미 수용성	180
<그림 4-65> 조사 대상자별 일본어 의미역 어휘 표현 수용성	181
<그림 4-66> 일본어 개별 의미역 어휘 수용성	183
<그림 4-67> 조사 대상자별 일본어 혼합형 번역 전략 의미 수용성	185
<그림 4-68> 조사 대상자별 일본어권 혼합형 번역 전략 표현 수용성	186
<그림 4-69> 의미 및 표현 수용성 상위 혼합형 번역 전략 어휘	187
<그림 4-70> 의미 및 표현 수용성 하위 혼합형 번역 전략 어휘	188
<그림 4-71> 언어권별 번역 음식명 수용성_감자탕	192
<그림 4-72> 언어권별 번역 음식명 수용성_칼국수	193
<그림 4-73> 언어권별 번역 음식명 수용성_수정과	194
<그림 4-74> 언어권별 번역 음식명 수용성_간장게장	195
<그림 4-75> 언어권별 번역 음식명 수용성_김밥	196
<그림 4-76> 언어권별 번역 음식명 수용성_초당순두부	197
<그림 4-77> 언어권별 번역 음식명 수용성_떡국	198
<그림 4-78> 언어권별 번역 음식명 수용성_가래떡	199
<그림 4-79> 언어권별 번역 음식명 수용성_보쌈	200
<그림 4-80> 언어권별 번역 음식명 수용성_빈대떡	201

1. 서론

1.1. 연구 목적

본 연구는 2018년 평창 동계올림픽을 맞아 강원도 음식명을 포함한 주요 한식명의 공공용어로서의 표준 번역안을 알리기 위한 목표 하에 진행되었다. 이러한 목표 달성을 위해 국립국어원 및 공공 기관에서 선정한 주요 한식명의 영어·중국어·일본어 표준 번역안(이하 ‘영·중·일 표준 번역안’)을 검토하고 원어민들의 이해 및 수용 가능성을 파악한 후, 이 결과를 반영한 표준 번역안을 표준 번역으로 공공 부문에 알리고 공공용어로 활용할 수 있는 방안을 모색하는 것이 연구의 주요 목적이다. 나아가 주요 문화 분야에서 사용되는 용어의 표준 번역안에 대해 앞으로의 연구 계획을 수립하였다.

1.2. 연구 필요성

한국을 방문하는 외국인은 최근 5년 동안 지속적인 증가세를 보이고 있다. 한국 문화관광연구원의 입국관광통계에 따르면, 한국에 입국한 외국인 수는 2012년 약 1100만 명에서 2016년 약 1700만 명을 넘어섰다. 한국 문화관광연구원이 방한한 외국인을 대상으로 실시한 설문조사 ‘외래관광객 실태 조사’에 따르면, 한국여행을 선택하는 이유로 2015년에는 ‘자연풍경(44.8%)’에 이어 ‘맛집 탐방(42.8%)’이 두 번째를 차지했으며, 2016년에는 ‘맛집 탐방(44.5%)’이 첫 번째로 올라섰다. 이는 우리나라의 음식 문화에 대한 외국인들의 관심이 높아졌다는 것을 방증하는 결과이다. 이처럼 우리나라를 찾는 외국인들의 다양한 방문 목적 중에는 우리나라 현지 음식을 체험하고 즐기는 것이 중요한 부분을 차지한다. 외국인들이 우리나라 음식을 불편함 없이 원하는 대로 즐기기 위해서는 식당에서 음식을 주문할 때 외국어로 번역된 메뉴를 쉽게 이해하여 원하는 음식을 적절하게 주문할 수 있어야 한다. 이를 통해 우리의 먹거리를 다양하게 체험하고 즐길 기회를 제공해야 한다.

2017년 4월 19일 자 '외국인이 이걸 읽고 주문하라고?'라는 표제의 중앙일

보 기사에 따르면, 황계 시외버스 터미널 인근 식당들의 영어 메뉴를 살펴본 결과, ‘Tteokbokki’, ‘Sundae’처럼 한글 발음을 그대로를 로마자로 표기하거나 같은 음식임에도 식당별로 로마자 표기가 제각각인 경우가 있는 것으로 나타났다. 단적인 사례이기는 하지만, 이처럼 외국인들이 발음하기도, 이해하기도 어렵게 음식명이 번역 표기되어 있으면 음식을 주문하는 데 상당한 불편을 겪을 것이다. 또한, 그들이 먹은 음식이 어떤 재료로, 어떻게 만들어졌는지에 대한 이해가 결여된 채, 외국인 방문객에게 우리 음식에 대한 반쪽짜리 경험밖에 제공하지 못하게 될 것이다. 이와 더불어 음식명 번역 표기가 통일되어 있지 않다면, 외국인들은 특정 음식을 다른 곳에서 다시 주문하고 싶어도 동일한 음식으로 인식하지 못하고 혼란을 겪을 수 있다.

우리나라는 2018년 평창 동계올림픽이라는 대규모 국제 행사의 개최를 앞두고 있다. 이를 계기로 수많은 외국인이 우리나라를 방문할 것으로 예상된다. 국제 행사는 단기간에 개최국의 문화를 외국인에게 알릴 수 있는 효과적인 홍보 수단이자 귀중한 기회이다. 평창 동계올림픽은 한국을 찾은 외국인들이 한국의 음식 문화를 현지에서 직접 경험하는 시간이 되고, 그들에게 우리의 먹거리를 알릴 수 있는 홍보 무대가 될 것이다. 그러나 외국인 방문객들이 번역된 한식명을 이해하지 못하고, 이로 인해 우리 음식을 충분하고도 긍정적으로 경험하지 못한다면, 한국의 음식 문화를 널리 알릴 수 있는 절호의 기회를 활용하지 못하는 국가적 홍보 기회의 손실을 초래할 수 있다. 또한, 맛집 탐방이 외국인들의 방문 목적 중 우위를 차지하는 가운데 외국인들이 한국 방문 목적을 달성할 수 있도록 돕고, 나아가 재방문율을 높이기 위해서는 음식명의 올바른 번역 표기가 매우 중요하다고 할 수 있겠다.

이에 본 연구를 통하여 주요 한식명의 영·중·일 표준 번역안에 대한 원어민들의 수용성 여부를 검토·조사하고, 그 결과를 토대로 표준번역이 마련되어 공공용어로 활용되고 정착할 수 있도록 홍보할 필요가 있다. 이는 단기적으로는 외국인들이 평창 동계올림픽 기간 중 겪을 수 있는 불편을 해소하며, 우리 음식에 대한 이해를 돕고 한식과 관련한 긍정적인 경험을 늘리며, 중장기적으로는 우리나라의 음식 문화를 세계에 바로 알려 한식의 이미지를 제고하는 기반 마련에 도움이 될 것이다.

1.3. 연구 범위

본 연구의 범위는 주요 한식명의 영·중·일 표준 번역안과 관련하여 1) 공공 용어 번역 수용성 연구를 위한 이론적 논의, 2) 국립국어원 및 공공 기관의 주요 한식명 표준 번역안 검토 및 내용 분석, 3) 주요 한식명의 표준 번역안 수용성 실태 조사, 결과 분석 및 개선 방안 제안, 4) 주요 한식명 표준 번역안 홍보 방안 및 활용 지침 제안, 5) 국정 계획과 국가 실정에 부합하는 주요 문화용어 번역(영어·중국어·일어) 연구 사업에 대한 향후 계획 수립의 다섯 가지로 구성된다.

첫째, 공공용어 번역(영어·중국어·일어) 수용성 연구를 위한 이론적 논의를 위해 학계 및 유관 기관에서 이루어진 공공 용어 번역에 관한 선행 연구를 검토하여 이 분야의 연구 경향 및 성과를 파악하고 연구 목록 자료를 구축한다.

둘째, 국립국어원 및 공공 기관의 주요 한식명 표준 번역안 검토 및 내용 분석을 위해 국립국어원 한식명 480개의 영·중·일 표기 및 번역 지침 통합본의 내용을 검토, 분석한 후, 이를 확대, 수용시킬 방안을 모색한다.

셋째, 국립국어원의 영어·중국어·일본어 3개 언어로 번역된 주요 한식명 표준 번역안 100개를 대상으로 세 언어권별 150명 내외의 원어민에게 설문조사를 실시하여, 표준 번역안이 원어민에게 수용될 수 있는지 실태를 파악한다. 실태 조사의 결과 분석 내용을 토대로 개선 방안을 제안한다.

넷째, 모든 검토 결과를 반영하여 개선된 주요 한식명 표준 번역안을 2018 평창 동계올림픽과 공공 부문의 유관 사업에 활용할 수 있도록 홍보 방안과 활용 지침을 제안한다.

다섯째, 앞으로의 국정 계획과 국가 실정에 맞춰 주요 문화 영역에서 사용되는 문화용어를 대상으로 표준 번역안 연구 사업의 중장기 계획을 수립하고 공공용어 번역 전문가를 교육할 수 있는 계획을 제안한다.

지금까지 기술한 연구 범위와 대상을 정리하면 다음과 같다.

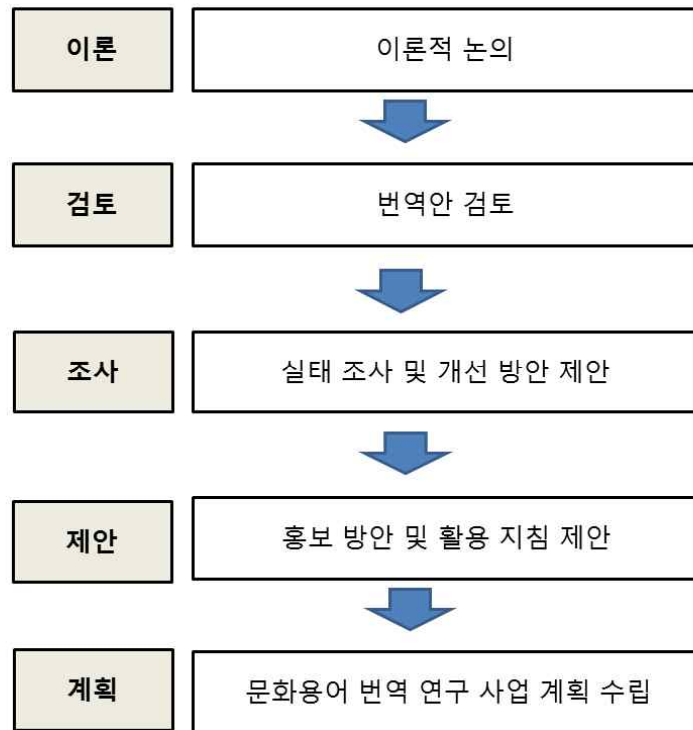
<그림 1-1> 연구 대상 및 범위

연구 대상	연구 범위
공공용어 번역	이론적 논의
주요 한식명 영·중·일 표준 번역안 (국립국어원 한식명 480개, 한국관광공사 음식명 3,747개)	번역안 검토
국립국어원 한식명 480개	실태 조사 및 개선 방안 제안
주요 한식명 영·중·일 표준 번역안	홍보 방안 및 활용 지침 제안
문화용어	번역 연구 사업 계획 수립

1.4. 연구 방법

이 연구는 앞서 제시한 대로 이론적 논의, 번역안 검토, 실태 조사 및 개선 방안 제안, 홍보 방안 및 활용 지침 제안, 문화용어 번역 연구 사업 계획 수립의 단계를 순차적으로 진행했다. 전체 연구의 과정을 그림으로 제시하면 다음과 같다.

<그림 1-2> 연구 과정



1.4.1. 이론적 논의

이론적 논의 단계에서는 공공용어 번역(영어·중국어·일어) 수용성 연구를 위한 이론적 논의를 다루었다. 문헌연구를 통해 국립국어원의 공공용어 번역 표준화 사업의 취지를 고취할 수 있는 학계 경향 및 연구 성과를 검토하고, 학계 및 관련 기관 연구 목록 자료를 구축했다.

1.4.2. 번역안 검토

국립국어원 및 공공 기관의 주요 한식명 표준 번역안 검토 및 내용 분석을 위해 국립국어원 한식명 480개의 영·중·일 표기 및 번역 지침 통합본의 내용을 검토, 분석한 후, 이를 확대, 수용시킬 방안을 모색했다.

번역안에 대한 번역 전략별 분류 기준은 다음과 같다. 이와 같이 기존 번역안을 번역 전략별로 분류한 것은 번역어에 대한 수용도가 전략별로 다르게 나타나는지를 설문조사를 통해 살펴보고, 수용도가 낮은 전략과 수용도가 높은 전략이 두드러지게 나타날 경우 수용도가 높은 전략을 기존의 번역안에 대한 대안으로 제시하기 위함이다.

<표 1-1> 번역 전략 분류 기준¹⁾

번역 전략	정의	예시
1. 음역	소리 나는 대로 표기된 경우	영어: 불고기(Bulgogi) 중국어: 없음 일본어: 된장(テンジャン), 떡국(トックク)
2. 직역	원문 한식명에 표현된 재료명과 조리법에 대응하는 도착어 표현이 있어서 그대로 번역이 된 경우	영어: 갈치구이 (Grilled Cutlassfish) 중국어: 불고기(烤牛肉) 일본어: 고등어구이 (サバの塩焼き)
3. 대응역	해당 언어권에 맛과 모양, 조리법 등이 거의 비슷한 음식이 있고, 해당 언어권에서 실제로 사용되는 음식 이름으로 번역된 경우	영어: 없음 중국어: 인절미(打糕) 일본어: 계란찜(茶碗蒸し)
4. 의미역	이름만으로는 어떤 음식인지 파악하기 어려운 경우, 음식의 기본 의미 중심, 맛, 특징, 형태 등을 제시	영어: 가래떡 (Rice Cake Stick) 중국어: 따로국밥(汤加饭) 일본어: 부각 (海藻・野菜のパリパリ揚げ)
5. 혼합형	음역+직역/ 음역+ 대응역/ 음역+ 의미역/ 직역+대응역/ 직역+의미역 등	영어: 더덕구이 (Grilled Deodeok) 중국어: 콩나물 해장국 (豆芽醒酒汤) 일본어: 선짓국 (ソンスープ)

1.4.3. 실태 조사 및 개선 방안 제안

기존 한식명 번역안에 대한 검토를 바탕으로, 실태 조사 및 개선 방안 제안 단계에서는 주요 한식명의 표준 번역안 수용성 실태를 조사하고, 결과 분석 및 개선 방안을 제안했다. 이와 같은 실태 조사는 1) 예비 조사, 2) 본조사, 3) 심층 조사의 3단계로 나누어 실시했다.

1) 예비 조사

본 설문을 실시하기 전에 응답자들이 설문 문항을 이해하는 데 문제가 없는지 검토하고 적절한 설문 방법을 파악하기 위해 다음과 같이 예비 조사를 실시했다.

<표 1-2> 예비 조사 개요

구분	내용
조사 대상 국가	영어(미국), 중국어(중국 본토), 일본어(일본) 3개 언어권
조사 대상 프로필	-언어권별 19세 이상 성인 남녀(남녀 성비 균등) 50명 -40대를 기준으로 40대 미만/40대 이상의 특정 연령대에 치우치지 않게 분포 -한국 거주 경험이 없는 자
조사 기간	2017년 8월 셋째 주
조사 대상 어휘 수 ²⁾	20개 (불고기, 삼겹살, 삼계탕, 양념치킨, 잡채, 비빔 냉면, 비빔밥, 떡볶이, 빈대떡, 호박죽, 더덕구이, 추어 탕, 초당 순두부, 오미자화채, 곱창전골, 찜밥, 다식, 고기만두, 유과, 콩나물 해장국)

예비 조사 방법으로 대면 조사와 온라인 조사 방식이 제안되었으나, 대면 조

1) 이은조(2016)의 분류 기준을 보완했다.

2) 번역 전략을 우선시하여 분류한 후, 각각의 번역 전략 중에서 음식 종류(국, 탕, 밥 등)를 균등하게 배분하여 조사 대상 한식명을 선정했다.

사의 경우 응답자의 대표성을 담보하기가 어렵고, 설문에 대해 긍정적으로 응답하는 편향이 나타날 여지가 있다는 이유로 온라인 조사만 실시하기로 결정했다. 예비 조사에서는 어떤 식으로 질문을 하고 보기를 제공해야 가장 적절한 응답이 나올 수 있을지 살펴보기 위해 번역어의 적절성을 음식 사진 제시 전과 후로 각각 나누어 물어보기로 했다.

2) 본조사

이상의 예비 조사 결과를 바탕으로 온라인 설문조사에서는 한식 사진과 함께 한식명 표준 번역안이 적절하게 번역되었는지 한식명 100개에 대해 다음과 같이 설문조사를 실시했다.

<표 1-3> 본조사 개요

구분	내용
조사 대상 국가	영어(미국), 중국어(중국 본토 80%+대만 20%), 일본어(일본) 3개 언어권
조사 대상 프로필	-언어권별 19세 이상 성인 남녀(남녀 성비 균등) 300명 -40대를 기준으로 40대 미만/40대 이상의 특정 연령대에 치우치지 않게 분포 -한국 거주 경험이 없는 자
조사 기간	2017년 9월
조사 대상 어휘 수	3개 언어 공통 설문 대상 한식명(55개) + 언어별 설문 대상 한식명(45개) =100개

본조사에 포함된 한식명 선정 기준은 다음과 같다.

<표 1-4> 본조사 대상 어휘 선정 기준

구분	내용
공통 한식명 55개	-한국관광공사 ‘2017 외래관광객 음식 관광 실태 조사’의 인기 음식: 1. 불고기, 2. 삼겹살, 3. 돌솥밥, 4. 치킨, 5. 비

	<p>빔밥</p> <p>- '아름다운 한국 음식 100선' 한국전통 음식연구소(2007)의 '외국인이 좋아하는 음식 베스트12': 1. 비빔밥, 2. 삼계탕, 3. 쇠갈비구이, 4. 김밥, 5. 순두부찌개, 6. 해물파전, 7. 호박죽, 8. 잡채, 9. 배추김치, 10. 냉면, 11. 불고기, 12. 호박떡</p> <p>- 주현철(2014) 논문의 '한국 음식 중 가장 대표적인 음식이라고 생각하는 음식에 대한 조사 결과': 김치, 떡볶이, 한과, 빈대떡, 김, 제육볶음, 짬밥</p> <p>- 네이버 '외국인 선호음식'으로 검색된 동영상: 1. 고기(삼겹살, 갈비 등) 2. 비빔밥 3. 치킨 4. 떡볶이 5. 순두부찌개</p> <p>- 나머지는 음식 종류별로 고르게 선택</p>
언어별 한식명 45개	<p>- 언어별로 번역된 한식명의 번역 전략(음역, 직역, 대응역, 의미역, 혼합형)이 비율적으로 골고루 들어갈 수 있도록 함</p> <p>- '주현철(2015) 세대별 한국 음식 기호도' 논문의 분류 기준을 바탕으로 다음과 같이 음식을 6가지 종류로 분류하고, 번역 전략별로 선정한 어휘가 6가지 종류의 분포에서도 가능한 한 편중되지 않도록 선정함</p> <p>① 밥, 죽, 면</p> <p>② 국, 탕, 찌개, 전골</p> <p>③ 찜, 조림, 볶음, 구이, 전, 튀김, 나물, 무침, 적, 꼬치</p> <p>④ 회, 김치, 장, 장아찌, 젓갈</p> <p>⑤ 떡, 한과, 음청류</p> <p>⑥ 상차림, 만두, 기타</p>

본조사 대상 어휘 100개를 두 개의 그룹(A그룹: 공통 어휘 28개 + 22개 = 50개, B그룹: 공통 어휘 27개 + 23개 = 50개)으로 나누어 조사했다.

3) 심층 조사

온라인 설문조사 결과 수용성이 낮은 어휘를 중심으로 다음과 같이 심층 조사를 실시했다.

<표 1-5> 심층 조사 개요

구분	내용
조사 대상 국가	영어(미국, 영국, 캐나다)·중국어(중국 본토)·일본어(일본) 3개 언어권
조사 대상 프로필	- 언어별 10명(1년 이상 거주자 5명 + 1년 미만 거주자 5명) - 한국외대 한국어문화교육원에 협조 요청하여 대상자들의 성별, 연령, 한국 거주 기간 등을 보고 가능한 범위 내에서 결정. 단, 영어 조사 대상자 중 5명은 한국 거주 기간이 1년 이상 조건을 맞추기 위해 외부에서 확보.
설문 기간	2017년 10월 넷째 주 ~11월 둘째 주

심층 조사는 그룹 면접(FGI, Focused Group Interview) 형식으로 진행되었으며, 연구 내용 및 조사 목적에 대한 간단한 설명 후 전사를 위한 조사 내용 녹음에 대한 양해를 구한 후, 준비해 간 조사 대상 어휘에 대해 질문했다. 면접대상자들은 조사 대상 어휘에 대해 각각 ‘의미’와 ‘표현’을 평가했고, 각 어휘에 대해 자유롭게 대안을 제시했다.

4) 홍보 방안 및 활용 지침 제안

홍보 방안 및 활용 지침 제안 단계에서는 2018년 평창 동계올림픽에 대비하여 메뉴판 개선 사업, 한류 문화 소개 등 공공 부문에서 추진하는 사업에서 주요 한식명 표준 번역안이 적극적으로 활용될 수 있도록 홍보 방안 및 활용 지침을 제안했다.

5) 문화용어 번역 연구 사업 계획 수립

문화용어 번역 연구 사업 계획 수립 단계에서는 주요 문화용어 번역 연구 사업이 국정 계획과 국가 실정에 부합하도록 추후 계획을 수립했다. 즉, 주요 한식명 표준 번역안에 대한 본 연구를 바탕으로 분야별 문화용어 표준 번역안 연구 사업의 중장기 계획을 수립하고, 공공용어 분야 번역 전문가 교육에 대한

계획도 수립 및 제안했다.

2. 공공용어 번역(영·중·일) 수용성 연구를 위한 이론적 논의

본 연구 과업에 대한 효과적인 이론적 논의와 과업 수행의 효율을 제고하기 위해 영·중·일 언어권별로 관련 선행 연구를 각 7편씩 선정하여 아래와 같이 정리하였다.

2.1. 영어 선행 연구

2.1.1. 그래메니디스(Grammenidis, S.) (2008). Mediating culinary culture: the case of Greek restaurant menus. *Across Language and Culture*, 9(2), 219-233.

1) 주요 내용

그래메니디스(2008)는 그리스 레스토랑 메뉴 번역의 품질을 검토하고, 평가 결과 드러나는 문제를 원칙, 이론, 실습의 측면에서 조명했다. 그래메니디스(2008)는 2년간 그리스의 다양한 지역에 위치한 레스토랑 300개로부터 메뉴판을 수집해 총 3000개의 메뉴를 분석했다. 그리스어 메뉴는 독일어, 프랑스어, 이탈리아어, 러시아어 등 다양한 언어로 번역되었다.

등가어가 없는 경우 문화적 다양성을 해결하기 위해 사용된 번역 전략은 다음과 같다.

<표 2-1> 번역 전략

전략	ST	TT
음역	Κοκορέτσι	Kokoretsi
상위어 명시화를 추가한 음역	Χαλούμι	Halumi cheese
음역 후 괄호 안에 명시화 설명을 추가	Στιφάδο	Stifado (stew veal or rabbit with onions)
명시화	Απάκια	Smoked pork meat

상위어	Ανθότυρο	White cheese
문화적 대체어	Γραβιέρα	Gruyere
부분 번역	Αρνί κλέφτικο	Lamb kleftiko
생략	Τηγανιά	Ø

분석 결과 전체 메뉴의 약 85%는 언어적 차원에서만 번역이 이루어졌으며, 이로 인해 레스토랑 고객들은 메뉴를 이해하기 어려웠던 것으로 드러났다. 즉, 언어적 차원에서만 번역이 이루어질 경우 레스토랑 메뉴라는 텍스트가 가진 의사소통적 기능이라는 번역의 목적이 달성되지 못하는 것이다.

그래메니디스(2008)는 레스토랑 메뉴라는 텍스트의 기능과 레스토랑 이용 고객에 대한 충성도를 모두 만족시키는 번역 전략으로 음역 후 괄호 안에 명시화 설명을 추가하는 전략을 제시하고 있다. 그 예는 ‘Mousakas(Layers of Ground Beef, Potatoes and Egg plant topped with Bechamel)’와 같다. 물론 이와 같은 메뉴를 이해하는 데 많은 노력이 필요하기 때문에 독자들이 피로해 할 수 있다는 단점이 있기는 하지만, 외국의 메뉴를 시도해 보기 위해 메뉴의 이미지를 추측해 보고 현지 레스토랑 매니저와 대화를 나누는 등의 행위가 오히려 즐거운 여가 활동의 일부로 여겨질 수 있다는 것이다.

분석 결과 3000개의 메뉴 번역 중 대부분은 기능적 등가를 이루거나 만족스러운 결과를 내놓지 못했다. 그러나 이러한 결함은 번역자의 능력 부족 때문으로 드러났다. 번역을 단순한 언어 치환이라고 보는 시각 때문에 비전문가에게 번역을 맡기게 되고, 이로 인해 소비자의 불만이 생기게 된다는 것이다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

그래메니디스(2008)는 그리스 레스토랑 메뉴가 각종 외국어로 어떻게 번역되었는지를 분석하고, 그 번역 전략을 분류했다는 점에서 본 연구와 공통점이 있다. 그래메니디스(2008)에서 제시한 메뉴의 번역 전략은 본 연구의 다섯 가지 번역 전략보다 더 상세하게 분류되어 있는데, 설문조사 결과 수용성이 낮은 번역 전략에 대한 대안으로 그래메니디스(2008)가 제안한 ‘음역 후 괄호 안에 설명을 추가하는 방식’을 제안할 수도 있을 것이다. 예비 조사 결과 음역에 대한 수용성이 특히 낮게 나타났는데, 한국어 음식명을 널리 알리기 위해 음역

전략을 고수하는 것을 선호할 경우, 타협점으로 음식명의 음역 뒤에 음식에 대한 설명을 괄호 처리하는 것을 생각해볼 수 있을 것이다. 이러한 대안이 효율적인지 심층 조사를 통해 그 수용성을 살펴볼 수 있을 것이다.

2.1.2. 푸게(Pouget, C. F.) (1999). Are menu Translations Getting Worse? Problems from Empirical Analysis of Restaurant Menus in English in the Tarragona Area. *Quaderns: revista de traducció*, 4, 127-134.

1) 주요 내용

푸게(1999)는 카탈루냐어 또는 스페인어 메뉴를 영어로 번역한 사례를 통시적으로 분석했다. 타라고나 지역의 1013개 메뉴를 분석한 결과 1970~1980년대의 번역과 1990년대에 번역이 언어적·문화적 기능에 있어 확연한 차이를 보였다. 이처럼 번역에 차이가 나타나는 가장 중요한 원인으로는 1970~1980년대에는 메뉴 번역을 전문 번역사가 한 반면, 1990년대에는 비전문 번역사가 번역했기 때문이다. 1970~1980년대에는 영어를 아는 사람이 많지 않아 전문가에게 메뉴 번역을 의뢰한 반면, 1990년대에는 영어가 보편화하여 굳이 전문가의 손을 빌리지 않고 비전문가가 번역했기 때문에 전보다 오히려 번역 품질이 떨어졌다는 것이다.

또한, 1991년 카탈루냐 정부에서 메뉴 번역 관련 공식적인 정책과 예시를 담은 서적을 발간·배포했는데, 조사 결과 이러한 정책서가 실제 레스토랑 운영자들에 의해 활용되지 않은 것으로 드러났다. 상당한 노력을 들여 발표한 공식적인 번역 정책이 실제 산업에는 거의 영향을 미치지 못한 것이다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

푸게(1999)는 메뉴 번역에 대한 품질 평가를 언어적·문화적 측면에서 실시했다는 점에서 본 연구와 관련성을 가진다. 예비 조사 결과 음식명에 대한 수용성은 번역 전략에 따라서도 달라지지만, 메뉴 자체가 가지는 문화적인 거리와 낯선 정도에 따라서도 달라지는 것으로 드러났다. 심층면접 조사를 통해 음식

명에 대한 수용성이 언어적 요인과 문화적 요인에 따라 각각 어떻게 다르게 나타나는지 알아볼 필요가 있을 것으로 보인다. 같은 번역 전략을 사용했는데도 낯선 메뉴에 대해 수용성이 낮을 경우, 이와 같은 문화적 간극을 다른 번역 전략으로 보완할 수 있는지도 추가적으로 연구가 필요할 것이다.

또한 푸게(1999)가 본 연구에 시사하는 바는 국가적인 차원에서 이루어진 정책 결정이나 제안이 실제 산업에 적용되도록 권장할 뿐만 아니라, 실제 활용도가 얼마나 되는지 지속적인 검토가 이루어져야 한다는 것이다. 막대한 비용과 인력을 투입해 공식적인 한식명 번역 정책이 수립되었다 하더라도, 이와 같은 정책이 실제 식당에서 활용되지 않으면 아무 소용이 없기 때문이다. 1991년 카탈루냐 정부가 발간한 메뉴 번역 권고안이 실제로 식당에서 활용되지 않았으며, 오히려 메뉴 번역의 품질이 권고안 발표 전보다 더 나빠졌다는 것은, 정책 결정만큼이나 정책의 시행이 중요하다는 점을 보여준다. 본 연구를 통해 기존 한식명 번역에 대한 수용성을 조사하고, 수용성이 떨어지는 번역에 대한 대안을 제시할 경우, 이와 같은 결과물이 반드시 산업에 적용되어 충분히 효과를 발휘할 수 있도록 지속적인 관리와 지원이 절실하다.

2.1.3. 상(XIANG, C.) (2016). On Translation Strategies of Chinese Culture-Loaded Words. *Canadian Social Science*, 12(6), 69-74.

1) 주요 내용

상(2016)은 중국 문화소의 번역 전략을 다음과 같이 분류하고 있다.

<표 2-2> 상(2016)의 번역 전략 분류

분류	번역 전략	예시
이국화 (foreignization)	음역	功夫 (kungfu)
	음역+설명	“食在滨州”-(Binzhou Daily, 2000) “West or east, Binzhou food is best”-(Binzhou Daily, 2000) Endnote: Modern Binzhou, in Shandong Province.
	직역	“鸿渐给酒摆布得失掉自制力道：反正你会摆‘空城计.’”-《围城》(钱钟书, 1991) “Under the influence of alcohol,

		Hung-chien has lost his self-control, as he blurted out; anyway, you could always pull the 'mpty-town bluff"(Wang, 2004).
	직역+설명	“不料这秃儿却拿着一支黄漆的棍子—就是阿Q所谓哭丧棒—大踏步走了过来。”——《阿Q正传》(Lu,1995) “To Ah Q' surprise, “aldy”start moving directly toward him, a yellow-lacquered cane-what Ah Q called a wailing stick in his hand”(Xu, 2007). Note: The “ailing stick”(kusang bang) had been traditionally carried by filial sons in funeral processions.
자국화 (domestication)	의역	“十冬腊月没盖的,冻得整宿直哆嗦。”——《暴风骤雨》(Zhou, 1954) “In winter he had no bedding and woke up several times during the night shivering” (Xu, 1955, p.34)
	대체	“如今, 要革掉这个王八犊子的狗命, 他是称心快意的。”——《暴风骤雨》(Zhou, 1954) “Now the work team had come to deal with this enemy of his, this son of a bitch! He felt elated.” (Xu, 1955, p.34)

문화소는 특정 문화의 독특한 특징을 보여주는 단어나 구문으로, 이러한 문화소의 번역은 문학 작품 번역이나 다른 문화 간 소통에서 매우 중요한 역할을 한다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

상(2016)의 연구는 음식명의 번역을 다루고 있지는 않지만, 문화소 번역의 보편적인 전략을 잘 분류해서 보여주고 있다. 음식이야말로 한 문화를 대표하는 아이템이므로 대표적인 문화소라고 할 수 있다. 한식명에 대한 수용성을 조사하는 본 연구에서, 음식명이라는 문화소를 이국화와 자국화라는 큰 틀로 분류하고 각각의 전략에 따라 수용성이 어떻게 다르게 나타나는지를 살펴보는 것이 필요하다. 조사 결과 이국화 또는 자국화 전략에 따라 수용성이 각기 다르게 나타날 경우, 기존의 전략을 유지할 것인지, 수용성을 높이기 위해 전략을 수정할 것인지 결정해야 할 것이다. 낯설지만 고유한 한국의 문화를 널리 알리기 위한 이국화 전략과 고유성은 떨어지지만, 외국인들이 쉽게 이해할 수

있는 자국화 전략 중 어떤 전략이 더 효율적인지 본 연구의 조사를 통해 살펴 보도록 하겠다.

2.1.4. 크로닌(Cronin, M.) (2015). The moveable feast: translation, ecology and food. *The Translator*, 21(3), 244-256

1) 주요 내용

음식은 생존을 위한 필수 요건인 만큼이나 상황(context)의 산물이다. 음식을 규정하는 데 경제(농업과 교역), 기술(쓰기, 농업 기법, 수송 수단 등) 등이 복합적으로 작용하여 새로운 음식 문화가 특정 지역에서 등장하게 된다. 더 나아가, 음식은 단순히 요리하고 먹는 대상이 아니라, 하나의 ‘언어’의 기능을 가지고 전파력이 있다고 주장한다(Roden, 2011). 따라서 번역도 경제, 기술과 함께 음식 문화를 규정하는 데 중요한 역할을 담당한다.

기계 번역, 컴퓨터 지원 번역, 번역 소프트웨어 등 첨단 에이아이(AI) 기술의 등장으로 번역의 쇠퇴 내지는 소멸을 우려하는 이들의 걱정이 음식명 번역에서 반대의 현상을 보여줌으로써 불식시킬 수 있다는 입장이다. 음식명에는 문화적 요소, 해석, 이해가 너무나 뿌리 깊어 효율성을 자랑하는 기술 기반 번역으로 해결할 수 없다. 즉, 음식이 부수적으로 전달하는 지역 사회, 문화, 상황, 시간, 종교, 민간 신앙, 미적 상징성 등의 다면적 의미를 정확하게 전달하려면 ‘느린 번역(slow translation)’이 될 수밖에 없고, 기술 기반 번역이 해결 불가능하다.

본 연구는 기계 번역의 옮기는 행위를 목적지 지향적인 ‘수송(transport)’에 비유하고, 번역물이 나오기까지의 과정을 중시하며 옮기는 행위를 ‘나그네 길 가기(wayfaring)’에 비유하며, 음식 번역은 나그네의 도보 여행과 같다고 주장한다. 따라서 원재료(음식)를 그대로 옮길 수 없을 때는 대체물의 이유, 내용을 설명해야 한다고 주장하였다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

문화 번역 영역에 속하는 음식명 번역의 특성과 영향력을 설명할 때 언급할 것이다. 음식명 번역은 단순히 이름 번역에만 국한할 것이 아니라 음식에 관련된 문화적 요소를 부가적으로 설명해 주는 전략을 권장하고 있어서, 다양한 음식명 번역 전략 설명에도 적용할 수 있다.

2.1.5. 가파리안(Ghafarian, M.), 카피푸르(Kafipour, R.) & 수리(Soori, A.) (2016). Domestication and Foreignisation Strategies in Restaurant Menu Translation. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 24(4), 1417 - 1429.

1) 주요 내용

이국화와 자국화를 2대 문화 번역 전략(Venuti, 1995)으로 규정하고, 40개 식당 메뉴의 번역 전략을 조사, 분석한 결과를 보고했다. 페르시아어에서 영어로 번역한 음식명들을 분석한 결과, 이국화 전략(80%)이 가장 널리 채용된 것으로 파악하였다. 그뿐만 아니라 이국화 전략을 취한 번역에서 부적절한 번역 품질이 더 많이 발견되었다고 보고하였다. 그러나 전반적으로 적절한 번역이 더 많은 점을 고려할 때 특정 전략보다는 번역자의 능력이 번역 품질에 결정적인 역할을 한다고 결론지었다. 흥미로운 점은, 이러한 번역 품질 연구가 번역 교육뿐만 아니라 관광 산업 교육생에게도 유의미하다고 해석한 점이다.

세계 관광 기구(World Tourism Organisation)의 보고서에 따르면, 이란의 경우 국내 여행객이 해외 여행객에 비해 10배가 많다고 파악되었는데, 이렇게 해외 여행객 수가 적은 이유 중 하나로 식당 메뉴의 번역이 부적절하여 문화적 차이를 극복하는 데 도움이 되지 않는 것을 지적하였다(Nobakht & Piruz, 2008). 즉, 음식명 번역이 관광업에도 영향을 미치는 것으로 분석하였다.

또한, 본 연구는 메뉴가 특정 독자를 대상으로 특정 목적을 수행한다는 점을 강조하였다. 즉, 식당을 찾는 고객에게 먹을 수 있는 음식에 대한 정보를 제공할 뿐만 아니라, 식당의 이미지와 해당 국가의 문화에 대한 정보도 제공한다는 것이다(Jurate, 2006). 특히, 독자가 다른 문화권 출신으로서 문화적 갭을 겪는다면, 이 문제는 더욱 조심스럽게 다루어야 한다(Al Tanero, 2005). 주목할

점은 크로닌(Cronin)의 논문과 달리, 이 논문에서는 메뉴 번역에 있어서 자국화를 강조하였다는 부분이다.

메뉴 번역에 스코포스이론을 적용하여 번역 목적을 정보적, 미적, 상업적, 문화적 기능 수행으로 규정하고, 가장 적절한 번역 전략으로서 ‘번안’을 제안하였다(Yung, 2008, pp. 24-26). 이에 반해 음식명에 외국어를 사용하는 것을 ‘구식’으로 주장하기도 하였다(Hatim, 1988, pp. 18-25). 태국에서의 음식 번역 전략을 소개하기도 하였는데(Vorajaroensri, 2002), 그 비중은 문화적 치환(39.5%), 직역(25.9%), 차용어와 설명문(17.5%) 순이다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

음식명 번역 전략을 논할 때 참고할 수 있다. 몇몇 연구자들의 음식명 번역 전략 연구 결과를 언급한 것이 유용하다. 특히, 관광 산업과의 연계성을 부각시켜 음식명 번역의 중요성을 강조할 수 있다.

2.1.6. 즈위키(Zwicky, A. D.) & 즈위키(Zwicky, A. M.) (1980). America's National Dish: The Style of Restaurant Menus. *American Speech*, 55(2), 83-92.

1) 주요 내용

메뉴 텍스트 특성은 크게 간결성(brevity: 형식)과 광고성(목적)으로 요약할 수 있다. 텍스트는 목적이 사라져도 형식은 그대로 지속되는 경향을 보인다. 예를 들어, 식당 방문객에게 정보를 제공한다는 목적이 사라지고 메뉴를 책에 출간한다고 해도 메뉴의 기본 특성인 간결성은 그대로 유지된다. 그러나 주 강점이 정보 제공이 아니라 광고, 선전이 될 경우 간결성 원칙이 축소된다. 이러한 동기 변화에 따라 텍스트 기술이 달라진다.

메뉴 텍스트의 또 다른 특성은 어격의 유표성(marked registers)이다. 유표적 어격에 일상적 대화 스타일을 쓸 수 있으나, 그 반대로 유표적 어격을 일상 대화에 쓸 수는 없다. 메뉴 텍스트의 형식적 특징은 음식명을 리스트 형식으로

제시한다는 것이다. 보통 음식 이름과 가격 등 최소 정보만 신기도 하지만 대부분 음식 설명을 추가한다. 정보 제공 목적으로 설명을 추가하지만 간단한 음식도 표현을 멋스럽게 하여 고객의 흥미 자극을 시도하기도 한다. 또 하나의 특징은 과거 분사(요리 동사)로 수식한다는 것이다. 공간적 제약에도 불구하고 정보 전달 기능이 없는 형용사를 사용하여 고객의 감정적 측면에 호소한다. 통상적으로 맛을 표현하는 형용사는 잘 쓰지 않으나 ‘달다’는 표현을 예외적으로 많이 쓰는데 실제 단맛이 없는 음식에도 쓴다. 맛보다는 느낌을 표현하는 형용사를 사용한다. 또 다른 특징은 불어를 사용한다는 것이다. 프랑스 요리의 인기 때문에 프랑스 음식과 전혀 관계없어도 불어를 음식명 표기에 종종 사용한다. 이는 고객들에게 주는 인상 효과에 초점을 둔 것이다. 불어 이외의 언어로 표기된 메뉴에는 항상 번역을 병기하고, 고객들이 알 만한 것들도 번역한다. 식당/메뉴 전문가들은 외국어 표기에 번역을 병기하는 것을 추천했다. 번역을 직역했을 경우 미미한 효과(less illuminating)가 발생할 수 있다. 원 음식명을 번역(원 음식명-역방향 번역 전략)으로 제시하였다가 그 음식명이 사전에 등재될 정도로 보편화한 예가 매우 흥미롭다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

메뉴 텍스트를 언어학적 관점에서 분석한 논문으로, 메뉴에서 음식명을 기재하는 것에 관해 유용한 정보를 제공한다. 특히 음식명 번역과 관련해 메뉴나 식당 자문 전문가들의 의견을 번역 전략 논의에 연계시켜 볼 수 있다.

2.1.7. 부덴(Buden, B.), 노워트니(Nowotny, S.), 사이먼(Simon, S.), 베리(Bery, A.) & 크로닌(Cronin, M.) (2009). Cultural translation: An introduction to the problem and responses. *Translation Studies*, 2(2), 196-219.

1) 주요 내용

번역이란 어원적으로 한 지점에서 다른 지점에서의 이동, 한 상태에서 다른

상태로의 변화를 의미함으로써, 번역의 행위가 단순히 언어의 단어적 차원에만 영향을 끼치는 데 그치지 않고 그와 관련된 사람들과 기타 속성들에도 여파를 미친다. 이러한 번역의 속성을 문화적 번역이라고 규정하고, 번역이 언어뿐만 아니라 사회, 정치적 함의를 가진다고 주장하였다.

번역의 역사에 있어서 독일 낭만주의 시대에는 언어와 문화가 국가의 정수라고 보았기 때문에 번역의 궁극적인 목적이 국가 건설로 파악하고, 번역가는 사회적, 정치적, 궁극적으로는 국가 건설의 임무를 진다고 보았다.

문화 연구 분야에서는 ‘옮긴다’는 번역의 기본적인 개념을 언어적 차원을 뛰어넘어 지식 창조, 인구 이동 등의 현상들을 분석, 이해하는 데 적용하여 과거 제국주의 시대에서부터 현대 영어권 국가들의 패권주의에 이르기까지 다양한 사회적, 정치적 현상을 해석하였다. 그러나 위의 번역 행위에서는 ‘번역가’에 초점을 맞추고 ‘독자’는 수동적 존재로 치부하는 경향이 있다. ‘독자’도 나름대로 ‘번역가’임을 명심하고, 그 ‘독자’들이 문화적 번역에 대해 반항적 태도를 보일 가능성도 염두에 두어야 할 것이다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

본 논문은 번역 실제보다는 이론에 비중을 둔 논문으로서, 번역 전략에 대한 실질적인 도움말을 얻기보다는 음식명 번역이 속한 문화 번역의 틀을 역사적, 사회적, 정치적 틀 속에서 조망한다는 점이 유용하다. 특히, 독자를 또 다른 ‘번역가’로 보는 시점이 매우 흥미롭다. 이를 본 연구 과업에서 수행한 독자 수용성 조사와 심층 면담 조사의 당위성 언급 부분에서 활용할 수 있다.

2.2. 중국어 선행 연구

2.2.1. 김진아 (2010a). 한식 메뉴를 중역하는 데에 있어서의 번역 전략. 중국어문학논집, 61, 233-249

1) 주요 내용

김진아(2010)는 5,000년의 역사와 문화를 담고 있는 한식은 우리 고유의 문화 콘텐츠이며, 한식문화를 통해 외국인들에게 우리 전통문화의 특색을 알릴 수 있다고 한다. 번역 시 이러한 사실을 인지하고, ‘한식 메뉴 안에 녹아 있는 우리의 전통문화를 어떻게 바르게 알릴 수 있을까?’라는 고민에서 출발, 한식 메뉴를 올바르게 정확하게 번역해야 할 필요가 있다. 본 논문에서는 우리 고유의 전통문화가 담긴 한식 메뉴(2009년 한국관광공사가 발행한 음식 메뉴 1626여 종으로 이루어진 자료를 토대로 분석)를 중국어로 번역함에 있어 음식 메뉴 텍스트의 유형과 기능, 그리고 그에 따른 번역 목적을 살핀 후, 한식 메뉴의 기본적인 특징을 파악하고, 그 특징을 기초로 그 특징에 부합되는 번역 방법들은 어떠한 것들이 있는가를 찾고자 하였다. 언어는 변이적(Variability), 협상적(Negotiability), 순응적(Adaptability)이기 때문에 언어 선택은 환경과 부합되어야 하고 언어 사용의 예상했던 목적과 효과를 실현시킬 수 있다. 따라서 번역자는 텍스트 번역을 위해 필수적 차별화의 정도를 지닌 다음 텍스트 생성 과정에서부터 커뮤니케이션을 위해서 수신인을 의식하고 대비해야 하며, 역어문화권의 언어 상황과 사회-문화적 배경이 번역의 중요한 요인으로 작용할 수 있다고 저자는 주장한다. 음식 메뉴 텍스트는 ‘정보 텍스트(information text)’에 속하는 것이므로, 이 텍스트의 주요 목적은 음식 메뉴를 재료, 조리 방법, 맛, 기타 등의 관점에서 접근하여 구성 규칙을 알아보고 그에 따른 번역 방법을 분석하였다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

한식 메뉴의 중국어로의 번역 전략은 크게 직역과 의역으로 나눌 수 있다. 문화적인 요소가 가미 되지 않은 단어들로 구성된 출발어 한식 메뉴를 도착어로 번역하였을 때 출발어 독자와 도착어 독자의 기존 지식의 차이가 없고, 원천 언어(Source Text, ST)와 목표 언어(Target Text, TT)가 등가를 이룬다면 직역의 번역 전략이 효과적이다. 한식 메뉴 중에는 사실적인 정보를 담은 메뉴들이 많다. 우선 이러한 텍스트의 주된 목적은 정보를 제공하고 ‘진실성’을 강조하는 데 있다. 따라서 번역자는 번역의 전략으로 가능한 TT에서 음식의 주재료, 부재료, 조리 방법 등 자세한 정보를 제공할 필요가 있다. 이는 또 (1)

한식 메뉴의 정보와 중식 메뉴의 구조가 동일한 것과 (2) 한식 메뉴와 중식 메뉴의 구조가 동일하지 않은 것으로 나누어 볼 수 있다.

한식 메뉴 중 어떤 메뉴들은 출발어 독자와 도착어 독자의 기존 지식 및 지식 구조에 있어 연결 부분이 사실상 없기 때문에 문화적 격차 해소의 필요성이 매우 커, 직역 방식의 전략은 부적합하고 의역의 번역 전략 방식이 효과적일 수 있다. 이는 어떤 한 문화의 내용이 다른 문화의 언어로 번역이 될 경우 도착어 독자는 자신의 문화적 맥락 내에서 의미를 해석하려 할 것이며, 기존의 문화적 맥락과 상이할 것이기 때문이다. 사회적 문화적 배경에 대한 격차가 큰 것들은 번역사가 다양하고 적극적인 번역 전략을 세워 이 격차의 간극을 부연 설명을 통해 메워야 한다.

<표 2-3> 한식 메뉴 번역 전략

한식 메뉴 번역 전략	직역 문화적 요소 비포함)	한식 메뉴와 중식 메뉴의 구조가 동일한 것	부재료+주재료
			* 묵은지 두부---酸泡菜豆腐
			* 유부우동-----豆皮乌冬面
			주재료+형태
			* 미역국-----海带汤
			* 버섯전골-----蘑菇火锅
			도구+주재료
			* 쟁반냉면-----大盘冷面
			* 철판불고기---铁板烤肉
			주재료+부재료+형태
			* 불낙비빔밥-----烤肉章鱼拌饭
			* 김치제육덮밥---泡菜猪肉盖饭
		한식 메뉴와 중식 메뉴의 구조가 동일하지 않은 것	주재료+조리 방법
			* 가자미구이-----烤比目鱼
			* 갈치조림-----红烧带鱼
			주재료+부재료+조리 방법
			* 소고기야채볶음-----鲜蔬炒牛肉
			* 고추돼지고기 볶음-----辣椒炒猪肉
			주재료+소스+조리 방법
			* 소고기짜장볶음-----炸酱炒牛肉丝
			* 장어고추장구이-----辣椒酱烤鳗鱼
			지명(인명)+ 주재료/형태/ 조리 방법
			* 춘천막국수-----春川荞麦面
			* 전주비빔밥-----全州拌饭
	의역		직역+의역

	(문화적 요소 포함)		* 궁중잡채-----宮廷式炒面絲 * 돌미나리나박김치----水芹羅波泡菜
			직역+해석 * 식혜-----食醯(韓式甜茶) * 구절판----九折坂(九菜包餅)
			의역 * 누름적-----煎什錦串 * 순댓국-----韓式香腸火鍋

한식 메뉴의 중국어로의 번역에 있어서 번역자는 언어 간 단순 비교의 문제가 아닌 사회 문제로서의 의식을 가지고 문화의 산물인 중국어의 정신세계가 번역어의 언어기호로 올바르게 재생되도록 만들기 위해 고민과 노력을 기울여야 한다. 또한, 원어 문화의 기능과 동일한 역어 문화의 기능을 찾고 역어 텍스트의 기능과 번역의 일방향성은 물론이고 수신인의 역할을 강조해야 한다는 점을 인식해야 한다.

2.2.2. 김진아 (2010b). 스코포스이론으로 분석한 음식 메뉴의 문제점과 그에 따른 번역 전략. 중국학보, 62, 155-172

1) 주요 내용

김진아 (2010)는 2009년 한국관광공사 발행 『음식점을 찾는 외국인관광객을 위한 음식 메뉴 및接客문화에 수록된 음식 메뉴』를 스코포스 이론을 통해 번역기능을 살피고 중국어로 번역에 있어서의 그 문제점과 번역 전략을 분석하여 번역자의 번역 전략에 가이드라인을 제시하는 것을 목표로 하고 있다. 스코포스 이론에 의하면 원문 텍스트와 목적어 텍스트 두 가지 독립된 가치가 서로 다른 텍스트이며, 번역의 목적을 결정하는 가장 중요한 요소 중 한 가지는 최종 수신자이다. 최종 수신자는 문화 특유의 세계 지식, 기대 소통적 니즈를 가지고 있는 목표 텍스트의 의도된 수신자 또는 독자이다. 모든 번역은 의도된 독자를 대상으로 하고, 번역한다는 것은 목표 상황에서 목표로 하는 목적을 위해 목표 최종 수신자를 대상으로 목표 배경 속에서 텍스트를 생산하는 것을 의미한다. 번역자는 ST의 독자와 TT 독자 간의 정보격차를 줄여주는 정보 조정자이며, ST에서 주어진 정보를 TT 독자의 이해도를 높이기 위해 또는 효율

적으로 독자에게 전하는 전달자이다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

본 연구 과업은 한식명 중역에 있어서 문제점과 그에 따른 번역 전략 연구에 목적을 두고 있다. 이와 관련해 김진아(2010)의 연구는 다음과 같은 전략을 제시하였으며, 이는 본 연구 과업의 한식명 번역 전략 수립에 참고 자료로 활용할 수 있다.

첫째, 외래어 메뉴의 한국어 번역 전략을 살펴본 결과, 음역, 직역과 음역 혹은 음역과 직역으로 이루어졌다. 이를 다시 중국어로의 번역을 살펴보면 여러 가지 번역 방식을 취하였다. 예를 들면 ‘까르보나라스파게티(奶油培根意大利面)’나 ‘기스면(鸡丝面)’처럼 재료만 부각시킨 것, ‘비후까스(炸猪排)’나 ‘깐풍우육(干烹牛肉)’처럼 조리법과 재료를 함께 표현한 것, 재료와 부재료를 함께 적용한 ‘닭고기 케슈넛츠(腰果鸡丁)’나 ‘유니자장면(肉尼酱面)’, 음역과 재료를 조합한 ‘티라미스케익(提拉米苏蛋糕)’, ‘덴뿌라우동(甜妇罗乌冬面套餐)’, 음역과 재료를 조합한 ‘유린기(溜淋鸡)’, ‘가상해삼(家常海参)’ 등이 있다. 이 외에도 재료와 조리 기구의 조합명인 ‘김치나베정식(泡菜锅套餐)’, 조리 형태를 표현한 ‘산라탕(酸辣汤)’, 재료와 형태를 합친 ‘치킨피자(鸡肉批萨)’, ‘아스파라거스롤(芦笋寿司卷)’등도 있다. 3)

둘째, 텍스트 기능과 수용자를 중시한 번역 전략이 있는데, 예를 들어, 한식의 조리 방식인 ‘찜’은 중국어로 ‘炖’、‘蒸’、‘清蒸’、‘焖’、‘清烹’ 등 다양하게 표현된다. 찜이라도 음식의 조리 기능에 따라 다른 번역 전략을 취해야 한다. 그 구체적인 사례로 ‘갈비찜(炖排骨)’, ‘가재찜(清蒸龙虾焖肉)’, ‘고기야채찜(蔬菜)’, ‘낙지찜(辣味炖章鱼)’ 등을 들 수 있다.

셋째, 커뮤니케이션을 중시한 번역 전략이다. 우리 사회문화 속에서 갈빗살, 삼겹살, 안창살 등의 메뉴를 보면 단지 재료만의 정보를 제공하고 있지만, 식객의 머릿속에는 재료+조리법을 함께 떠올린다. 번역자는 특정한 화용적 환경에 처해 있는 원문 텍스트에 대한 자세한 분석을 못 해 번역을 한다면 텍스트

3) 해당 논문을 그대로 인용한 부분으로, 일부 국어 표기법에 오류가 있는 부분도 그대로 수록하였다. 예시 중 ‘비후까스’는 ‘비프커틀릿’, ‘케슈넛츠’는 ‘캐슈너트’, ‘티라미스케익’은 ‘티라미수 케이크’가 올바른 표기이다.

의 이해와 가독성이 떨어진다. 따라서 아래와 같은 수정이 필요하다.

- (1) 갈빗살 ‘排骨’-----> 烤+排骨
- (2) 문어 ‘章鱼’-----> 烤+章鱼
- (3) 생목살 ‘鲜猪颈肉’----> 烤+鲜猪颈肉

넷째, 문화소를 포함한 한식 메뉴에 대한 번역 전략은 다음 두 가지로 나누어 볼 수 있다.

- (1) 직역+해석: ‘탕평채(汤平菜)’, ‘신선로(神仙炉)’
- (2) 의역: ‘빈대떡(绿豆煎饼)’, ‘부대찌개(韩式乱炖)’

2.2.3. 양첸옌(杨群艳) (2008). 交际翻译理论与中国菜名翻译. 武汉船舶职业技术学院学报. 1

1) 주요 내용

양첸옌(2008)은 뉴마크(Peter Newmark)의 텍스트 유형과 국제 번역 이론을 기초로 중국 요리 명칭의 번역 전략을 분석하였다. 뉴마크는 의사소통적 번역(communicative translation)은 대상 언어권 독자가 번역문을 읽을 때 원문 독자와 유사한 반응을 보이도록 하기 위해 노력하고, 의미론적 번역(semantic translation)은 번역 대상 언어의 의미와 문법 구조가 허용하는 범위 내에서 가능한 정확하게 원문의 의미를 재현하려 한다고 정의한 바 있다. 이러한 관점에서 여러 종류의 담화를 분류하여 그에 적절한 번역 방법을 제시했는데, 문학 작품 및 기타 권위적 담화는 표현류, 과학 보고서나 교과서 등은 정보류, 정치 연설, 홍보, 상업 광고, 통속 문학 등은 선동류 등으로 분류했다. 양첸옌은 뉴마크의 이와 같은 분류에 따라 요리 명칭은 담화 기능적으로 정보, 선동류에 해당하며, 번역된 요리 명칭은 요리의 재료, 조리법 또는 가공법을 전달하면서 원문의 문화를 홍보하고 설득하는 기능을 한다고 보았다. 양첸옌은 요리 명칭이 요리에 대한 정보를 제공하고 문화적 특성을 함유하고 있음은 물론, 심미적 감흥과 식욕을 유발하는 역할을 하므로, 이를 고려하여 아래 표와 같이 정보 전달, 문화적 기능, 심미적 기능의 세 가지로 나누어 요리 명칭의 중영 번역 전략을 분석하였다.

<표 2-4> 양첸옌(杨群艳)의 중국 음식명 번역 전략 분류

분류	번역 방법	예시	비고
정보 전달	직역	清蒸桂鱼: Steamed Mandarin Fish 糖醋鸡块: Chicken in sweet and sour sauce	인명, 지명, 귀금속 명칭, 사자성어 등 조리법이나 재료와 관련 없는 단어가 들어간 요리에는 적용 불가 예) 金玉满堂: 사실상 새우와 계란이 들어간 탕류이나 직역할 경우 'Hall full of Gold and jades'가 됨.
문화적 기능	주석 달기	全家福: Happy Family- A combination of shrimps, pork, beef, chicken, lobster and mixed vegetables with brown sauce	문화적 배경을 담고 있는 요리 명칭의 경우, 이를 알지 못하는 외국인을 위해 주석을 첨가하는 방법 적용 가능
심미적 가치	주석 달기	七星拌月: Seven Stars & a Moon(Roast pork & scallops blended with vegetables, topped with breaded chicken & deep fried jumbo shrimp) 蝶恋花: Butterflies Falling Love with Flowers(Butterflies shaped Eels, Carrot and Other Vegetables)	음식의 색, 향, 맛, 형태 등을 형상화한 요리 명의 경우에도 조리법 및 재료를 설명으로 추가하는 방식 적용 가능

위와 같은 유형을 파악한 후, 양첸옌은 중국 음식명의 영어 번역을 직역, 직

역과 주석의 조합, 의역과 주석의 조합으로 나누어 제시했다. 우선, 직역은 조리법 및 재료명으로 구성된 음식명에 주로 적용되었으며, 직역과 주석의 조합은 역사적 배경을 가진 음식명으로 ‘麻婆豆腐(Ma Po Bean- curd- a name after its inventor, a pock- marked woman in Szechwan province(ground pork with bean curd in chili sauce))’를 예로 들었다. 마지막으로 의역과 주석의 조합은 중국어 음식 문화적 특색이 농후하여 목표 언어 문화권에서 찾아보기 힘든 요리에 적용된다고 하였으며, (1) 원료, with, 조리법, (2) 조리법, 원료, (3) 비유적 표현을 제거하고 직접 설명 등 세 가지 유형이 있다고 설명하였다. 그 예로 (1) ‘鱼香肉丝(Shredded Pork with Garlic Sauce)’, (2) ‘古老肉(Sweet & Sour Pork)’, (3) ‘蚂蚁上树(Vermicelli with Spicy Minced Pork)’가 있다. 이밖에 목표 언어권에 해당 음식이 없어 주석을 사용할 경우 그 길이가 지나치게 길어진다면, 음역도 한 가지 방법이라고 제안하며 ‘豆腐(toufu)’, ‘粽子(zongzi)’ 등을 예로 들었다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

양천연(2008)은 번역의 의사소통적 기능을 중시하며, 중국 음식명의 영어 번역 시 목표 언어권에서 이를 어떻게 받아들일 것인가에 주목했다. 그가 분류 정리한 중-영 음식명 번역 전략과 예시를 보면, 본래 문화적 혹은 역사적 배경이 반영된 음식명의 경우, 이를 과감히 버리고 조리법과 재료명으로 대체하는 경우도 있고, 주석을 활용하는 경우도 많았다. 결국, 수용성의 관점에서 음식명 번역을 고찰한 연구로, 본 연구 과업의 목적과도 일부 일치한다고 볼 수 있어 수용성 조사 결과에 따라 새로운 한식명 번역 방안을 제안할 때에 참고 자료가 될 수 있을 것으로 생각된다. 또한, 양천연(2008)의 제안처럼, 주석이나 의역 등 방법으로도 그 의미를 충분히 전달하기 어려운 한국 고유의 음식명에는 음역을 적용하는 방안도 고려해 볼 수 있을 것이다.

2.2.4. 양류칭(杨柳青) (2014). 基于翻译目的论的晋菜英译策略. 太原大学学报, 15(1), 82-85

1) 주요 내용

양류칭(2014)은 목표 언어 독자의 수용성에 입각하여 산시(山西) 음식명의 영어 번역 전략을 분석하였다. 그는 우선 산시 요리의 명명 유형을 재료 및 조리법이 포함된 ‘실질적 명명 방식’과 문화적 배경, 전설 등을 차용한 ‘의미적 명명 방식’ 두 가지로 분류하였다. 전자의 예로는 ‘过油肉’, ‘台蘑炖豆腐’ 등이 있으며, 후자는 ‘晋商四小碗’, ‘吉祥五宝’ 등이 있다. 양류칭(2014)은 스코프스이론(Skopos theory)과 뉴마크의 텍스트 분류를 바탕으로 ‘실질적 명명 방식’과 ‘의미적 명명 방식’의 두 가지 유형에 대한 번역 전략을 정리 제시하였다. ‘실질적 명명 방식’ 음식명에는 주로 직역이 적용되는데, (1) 주재료, with/in, 부재료의 조합, (2) 조리법, (절기 법)주재료(with/in 및 부재료)의 조합, (3) 맛, (조리법), 주재료(with/in 및 부재료)의 조합, (4) 지명 또는 인명, (조리법), 주재료의 조합 등 4가지로 정리했다. 이와 달리 ‘의미적 명명 방식’에는 (1) 직역과 주석, (2) 음역과 주석, (3) 의역, (4) 의역과 주석의 4가지 전략이 있다고 했다.

양류칭(2014)은 음식명 번역의 목적은 요리 정보를 전달하여 식욕을 유발하는 동시에 음식이 내포하고 있는 문화적 함의를 전달하는 데 그 목적이 있다고 기술하며, 산시 음식명의 영어 번역 전략을 분석하여 통일되고 보다 규범화된 산시 음식명 영어 번역안 수립이 필요하다고 당부했다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

본 연구 과업의 제일 과제는 기존의 한식명 외국어 번역안이 목표 언어권에서 어떻게 수용되는지 파악하고, 한식명 번역안의 개선 방안을 모색하는 데 있다. 이러한 관점에서, 현재 사용되고 있는 중국 요리의 영어 번역을 분석하여 유형별로 분류한 양류칭(2014)의 연구가 유익한 자료가 될 수 있을 것이다. 특히, 산시 요리 명칭을 재료와 조리법 위주인 ‘실질적 명명 방식’과 역사성어나 역사적 이야기가 배경이 된 ‘의미적 명명 방식’의 두 종류로 분류하여 번역 전략을 분류한 점은, 향후 한식명 번역 개선안 수립에도 고려할 만한 부분이다.

2.2.5. 리민(李敏) (2012). 直译和意译在中文菜名翻译中的应用. 哈尔滨职业技术

1) 주요 내용

리민(2012)은 중국 음식명의 번역 전략 파악에 앞서, 중국 요리와 서방 요리의 차이를 먼저 분석하고, 그에 따른 번역 전략을 분류하여 제시했다. 중국과 서양 음식의 차이에 대한 리민(2012)의 비교를 다음 표와 같이 나타내 볼 수 있다.

<표 2-5> 리민(李敏, 2012)의 중국 음식명 번역 전략 분류

	중국 요리	서방 요리
재료 선별	요리는 ‘맛으로 먹는 것’이기 때문에 재료 선택의 폭이 다양함.	요리는 배고픔을 해결하기 위해서 먹는 것이라는 개념. 고열량 재료가 많이 사용됨.
조리 방식	끓이기, 걸쭉하게 끓이기, 찜 들이기, 삶기, 굽기, 볶기, 절이기, 찌기, 훈제, 장절임 등 매우 다양함	비교적 간단
요리 명칭	이름에 예술성을 부여하는 경우가 많고, 4글자 자리를 선호. 또한, 발음과 글자의 조합도 고려함.	직접적이고 일목요연함. 실질적인 명칭이 많으며, 요리 재료가 드러나도록 만들어짐

위와 같은 차이에 입각하여 중국 명칭의 영어 번역에 사용되는 전략을 직역, 의역의 크게 두 가지로 나누고, 직역을 다시 주재료형, 식감형, 명칭형, 조리 도구형으로, 의역법은 전설형, 형상형으로 세분하였다. 우선, 직역의 주재료형 예로는 ‘西红柿炒鸡蛋(stirfried egg and tomato)’, 식감형은 ‘脆皮鸡(crispy chicken)’, 명칭형은 ‘东坡肉(braised dong po pork)’, 조리 도구형은 ‘八珍火锅(eight delicacies hot pot)’ 등이 있다. 한편, 의역 중 전설형은 음식명과 관련된 역사적 일화나 설화 등이 있는 경우를 말하며, 대표적인 예로 ‘叫花鸡(roast whole chicken wrapped in mud(jiao hua jia, named so because it is a begger who first cooked it this way quite accidentally))’가 있다.

영어 번역에서 주재료와 조리법은 물론, 요리에 대한 유래를 간략하게 소개하여 이해를 돕고 있다. 형상형으로는 ‘龍虎鬪(the dragon flighting with the tiger-stewed snake and wild cat)’, ‘獅子頭(Lion’s head- braised meatballs in brown sauce)’ 등이 있다. 전설형과 마찬가지로 주석을 활용하였다. 리민(2012)은 중국 요리 명칭을 정확히 이해하고, 그에 따라 적절하게 직역과 의역을 활용해야 한다고 했다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

리민(2012)은 번역 전략 제시에 앞서 중국 요리와 서방 요리의 차이를 비교하였다. 이는 본 연구 과업에서 수행 목표 중 하나인 한식명 표준 번역안 제안 시에도 필요한 절차이다. 한식과 목표 언어권의 요리 차이를 파악함으로써 목표 언어권 독자 수용성이 높은 번역안을 수립하는 데 유용하게 작용할 것으로 생각된다. 또한, 리민(2012)이 연구에 제시한 것과 같이 음식명을 유형별로 분류하고 직역, 의역, 혹은 주석 활용 등 적절한 방안을 제시하는 시각도 참고할 만하다.

2.2.6. 후홍원(胡红云) (2008). 中国菜名翻译研究综述. 扬州大学烹饪学报. 3

1) 주요 내용

후홍원(2008)은 중국 요리 명칭 번역이 중국 음식 문화 전파에 긍정적인 역할을 한다고 하며, 중국 요리 명칭의 번역 역사와 현황, 중국 음식명의 특징 및 기능, 번역 원칙과 방법 등을 정리 기술하고, 그에 대한 자신의 견해와 개선 방안을 제안했다. 중국에서 요리 명칭 번역과 관련해 발표된 연구의 시작은 류정샹(刘增羽, 1990)이 <중국번역(中國翻譯)>에 게재한 논문 <중국 요리 명칭의 영어 번역 심사 결정의 필요성>이었다. 그 뒤로 몇 편의 연구 논문들이 발표되었으나 그 수가 많지 않고 체계적이지 않다고 후홍원(2008)은 지적했다. 그는 중국 요리 명칭 번역 관련 연구에서 다음의 세 가지 문제점이 있다고 지적했다. 첫째, 중국 요리 명칭 번역 원칙에 대한 연구 부족. 둘째, 중국 요리

명칭에 대한 번역의 타깃성 부족. 셋째, 역사적 일화나 문화적 함의가 담긴 요리 명칭에 대한 번역 연구가 전무하고 참고로 삼을 만한 규범 부재가 그것이다. 후홍원(2008)은 중국 요리 명칭의 상당수에 역사(典故), 비유, 과장 및 상징 등이 담겨 있어 자칫 번역 과정에서 목표 언어 독자의 오해를 유발할 수 있다고 했다. 또한, 현재 중국 음식 명칭 번역상의 혼란은 번역자의 함량 미달, 지역 간 음식 문화 차이, 규범화된 번역 방안의 부재 등에 그 원인이 있다고 했다. 후홍원(2008)은 《중국 요리 사전》과 《옥스퍼드 영-중 사전》에 정의된 ‘메뉴’의 정의를 기준으로, 요리 명칭은 고객이 음식을 주문할 때 편리하도록 간결하고 정확해야 한다고 언급했다. 그는 요리 명칭 번역은 실용적 특성이 강한 번역으로 가장 큰 목적이 정보 전달이라고 했고, 이에 대한 번역 방법을 직역, 직역과 해설, 의역, 차용, 음역과 해설, 임기응변법(원재료, 지명, Style의 조합) 등 6가지로 제시했다. 후홍원(2008)은 중국 요리 명칭 번역의 특성과 선행 연구를 바탕으로, 다음 세 가지를 제안했다. (1) 음식 명칭 번역에 대한 인식 강화이다. 음식 명칭 번역을 통해 국가와 지역의 문화 수준을 제고할 수 있다. 규범화된 음식 명칭 번역 유무는 해당 도시의 국제화 정도를 측정하는 척도이다. (2) 음식 명칭 번역에 대한 이론적 연구 강화이다. 이론적 연구가 있어야 높은 수준의 번역을 기대할 수 있다. (3) 중국 음식 명칭의 영어 번역 규범 강화이다. 지역별로 음식 명칭 번역이 천차만별이다. 이를 정리하고 통합할 수 있는 규범이 필요하다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

후홍원(2008)이 기술한 중국 음식 명칭 번역의 현황과 연구 실적, 그리고 향후 과제는 한국의 상황과 몹시 유사하다. 본 연구 과업이 2018 평창 동계올림픽을 앞두고 한식명 번역안의 규범화 필요성을 인지하여 시작된 것과 마찬가지로 중국도 베이징 올림픽을 앞둔 시점에서 베이징시를 대상으로 영어 공공 번역 규범화와 관련된 발표회를 갖는 등 중국 음식 명칭 번역에 대한 사회적 관심을 모은 바 있다. 후홍원(2008)은 그럼에도 여전히 중국 음식 명칭의 영어 번역에 문제점이 많음을 지적하고 있는데, 이는 본 연구 과업 수행에도 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 또한, 향후 한식명 표준 번역안에 대한 제언에도

후홍원(2008)의 제안을 참고할 수 있을 것으로 생각된다.

2.2.7. 왕잉잉(王瑛瑛) (2009). 异化与归化策略在中国菜名翻译中的应用. 商洛学院学报, 23(3), 54-58

1) 주요 내용

왕잉잉(2009)은 중국 요리 명칭 번역이 체계화되지 못하고 혼란스러워 말도 안 되는 우스운 번역이 난무했고, 2008년 올림픽을 앞두고 중국 정부가 이를 해결하기 위한 표준 작성 작업을 진행했다고 했다. 2006년 3월부터 베이징 시 외무반과 관광국 등 관련 부처가 중국 요리 명칭 규범화 프로젝트를 실시하여 2007년 8월 <중국어 메뉴의 영어 번역법> 논의문을 발표하고, 2,753개에 달하는 요리 및 음료 명칭의 영어 번역을 규정하여 보급하였다. 이 논의문은 중국 요리 명칭의 번역 표준을 다음 5가지로 분류했다. (1) 주재료로 시작되는 음식명은 주재료 사이에 접속사를 사용해 표시한다. 예를 들어, ‘白灵菇扣鸭掌 (Mushrooms with Duck Feet)’ 등이 있다. (2) 조리법으로 시작되는 음식 명칭은 해당하는 동사에 주재료를 덧붙여 번역한다. 예를 들어, ‘地瓜烧肉 (Stewed Diced Pork and Sweet Potatoes)’ 등이 있다. (3) 식감으로 시작되는 음식 명칭은 요리의 형태나 식감 및 주재료를 소개하는 방식으로 번역한다. 예를 들어, ‘脆皮乳猪(Crispy Suckling Pigs)’ 등이 있다. (4) 인명 또는 지명이 붙은 요리 명칭은 병음으로 명칭을 표기하고 주재료를 덧붙이는 방식을 적용한다. 예를 들어, ‘杭州凤鸡(Pickled Goose, Hangzhou Style)’ 등이 있다. (5) 기존에 보편화된 번역 명칭이 있는 경우, 그대로 사용한다. 예를 들어, ‘云吞(Wonton)’이 이에 해당한다. 왕잉잉(2009)은 정부의 이와 같은 노력으로 음식 명칭 번역에 어느 정도 발전을 가져오긴 하였으나, 중국 역사 일화 등이 적용된 음식명의 경우 여전히 난제로 남아있다고 평했다. 그는 이국화와 자국화 전략으로 나누어 중국 음식 명칭 번역을 분류하여 이국화 전략과 자국화 전략이 적용될 수 있는 상황을 각각 3가지와 2가지로 정리했다. 우선 이국화 전략을 취할 수 있는 경우로 첫째, 중국적 색채나 역사적 특성이 강한 ‘太极明虾 (Taiji Big Prawns)’와 같은 단어가 있으며 둘째, 영어에 상응하는 단어가 없

는 ‘肉夹馍(Rou Jiamo)’ 등이 있다. 셋째, 인명, 지명 등이 포함된 이름으로, 예를 들어, ‘东坡肉(Braised Dongpo Pork)’ 등을 정리했다. 자국어 전략 사용은 첫째, 중국과 서방의 언어적 배경과 문화 차이로 인해 오해를 불러올 수 있는 어휘로 ‘夫妻肺片(The Special Features Mixs Cow Internal Organs)’ 등이 있고, 둘째, 영어 문화권의 금기와 관련되어 식욕을 감퇴시킬 수 있는 부적절한 어휘, 예를 들어 ‘狗不理(Gobelieve)’ 등을 제안하였다. 그러나 王瑛瑛(2009)은 이국어와 자국어 전략을 적용하는 경우가 반드시 절대적인 것은 아니며, 상황에 따라 적절히 사용해야 한다고 덧붙였다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

본 연구 과업의 목표 중 하나인 공공 번역안 제안과 관련하여, 왕잉잉(2009)의 제안을 참고할 만하다. 특히, 음식 명칭을 유형별로 나누고 그에 맞는 번역 방안을 제안한 점은, 체계화되고 통일된 번역안을 수립하는 데 기준으로 고려해볼 만하다. 중국 요리 명칭과 마찬가지로 한국 음식 명칭도 조리법 및 원재료 표기에 국한되지 않기 때문에 왕잉잉(2009)의 연구와 논문에 언급된 베이징시의 방안 또한 좋은 참고 자료가 될 것이다.

2.3. 일본어 선행 연구

2.3.1. 유종근 (2003). 레스토랑 메뉴의 일본어 표기 유형에 관한 연구-한식당을 중심으로, 일본어교육, 23, 73-92

1) 주요 내용

유종근(2003)은 한국의 호텔 레스토랑 메뉴의 일본어 표기법을 유형별로 분류하고 메뉴가 갖는 역할을 가장 효과적으로 수행할 수 있는 유형을 제시하는 것을 목적으로 하는 논문이다. 메뉴 표기의 문제점을 살펴보면 한국 고유 음식을 외국어로 표기하는 데 뚜렷한 기준이 제시되지 못하여 동일한 음식에 대해 통일되지 못한 표기법을 메뉴 작성자의 주관적 관점에서 사용하기도 하고, 잘

못된 표기법으로 인해 음식 내용을 짐작하기 어려운 경우도 있다. 이러한 문제 의식에서 출발한 유종근(2003)의 연구 대상은 국내에서 한식당을 운영하는 주 요 관광호텔 중, 총 10개 호텔의 443개 메뉴를 수집, 정리한 것이다. 저자가 전문가 집단(한국일본어 교육학회)의 자문을 얻어 레스토랑 메뉴의 일본어 표 기를 아래와 같이 3가지 유형, 6가지 세부 유형으로 분류하였다.

<표 2-6> 레스토랑 메뉴의 일본어 표기

유형	세부 유형	정의	빈도		비율(%)	
직역형	한자 직역형	한자로 표현 가능한 한국 메뉴를 한자로 표현한 유형	24	34 6	5.4	78. 1
	일본어 직역형	한국 메뉴를 일본식으로 표현한 유형. 특히 재료 등을 그대로 직역 해 표현한 유형	22 6		51	
	한글/ 일본어 직역형	메뉴 가운데 일부는 한글 발음을 그대로 사용하고 나머지는 일본어로 표현한 유형. 요리법 등 음식 내용 의 일부를 알 수 있는 유형	96		21. 7	
설명형	설명형	음식명은 없으며 한국메뉴에 대해 설명 식으로 표현한 유형	62	78	14	17. 6
	부연 설명형	한글발음식 혹은 일본어식 메뉴명을 적고 그 메뉴에 관해 부연설명을 한 유형	16		3.6	
원어 표기형	한글 발음형	한국 메뉴를 발음 나는 대로 표기한 유형	19	19	4.3	4.3
합계			44 3	44 3	10 0	10 0

표기 유형의 분류 및 분석 결과, 직역형, 설명형, 원어 표기형의 순서로 일 본어 표기가 이루어졌음을 알 수 있었다.

유형별 표기 사례를 보면 한자 직역형의 경우, ‘한정식(韓定食)’, ‘한식차(韓 式茶)’, ‘구절판(九節板)’ 등이 있었으며, 일본어(和語) 직역형으로는 ‘게장찌개 (かに寄せ鍋)’, ‘연두부샐러드(豆腐のサラダ)’, ‘생선구이정식(焼魚定食)’ 등이

있었고, 한국어를 직역한 사례로는 ‘갈비구이정식(カルビ焼肉定食)’, ‘김치전골(キムチ鍋)’, ‘도가니탕(ドガニタン定食)’ 등이 있었다. 설명형의 사례로는 ‘가자미무침회(とうがらしみそと酢付のかれい)’, ‘빈대떡(やえなりのお好み焼き)’, ‘기본찬(3種類のおかず)’ 등이 있었고, 부연 설명형의 사례로는 ‘버섯잡채(キノコのチャプチェ(韓国風キノコと春雨の炒めもの))’, ‘수제비(スジェビ(小麦粉のお団子))’, ‘식혜(シケ(韓国米ジュース))’ 등이 있었다. 마지막으로 한글 발음형의 사례로는 ‘곰탕(コムタン)’, ‘김치(キムチ)’, ‘매운탕(メウンタン)’ 등이 있었다.

메뉴의 일본어 표기 분석 결과, 첫째, 메뉴 표기에 일정한 기준이 없다. 동일한 메뉴에 대해 다양하게 표현할 뿐만 아니라 다른 의미로 전달될 수 있는 표기법도 발견되었다. 둘째, 일본어가 가능한 호텔 종사원이나 레스토랑을 이용하는 일본인 고객 또는 통역 가이드, 레스토랑 종사원이 일본어 표기를 한 후, 일본인 고객이나 일본어 통역 가이드에게 교정을 받는 등 비전문가에 의해 메뉴가 작성되고 있었다. 이러한 결과를 토대로 일본어 표기에 일정한 기준을 마련하고 기준 준수에 대한 행정 지도와 다각적인 홍보 활동이 필요하다고 주장하고 있다. 또한, 메뉴 표기를 전문가에게 의뢰할 수 있는 방법을 마련해야 한다는 대안을 내놓고 있다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

유종근(2003)은 한식명의 외국어 번역 표현과 표기법이 통일되지 않아 혼란을 일으키거나 외국인들이 이해할 수 없는 메뉴 표현과 표기로 잘못 기재되어 있는 경우가 다반사인 상황에서 일본어 메뉴 표기의 유형을 분류하여 메뉴 표기의 문제점을 제시했다는 점에서 본 연구 과업과 문제 의식을 함께 한다. 유종근(2003)에서 제시한 메뉴 표기의 사례는 한식 레스토랑 메뉴 표기의 공통적인 문제점을 파악하는 데 도움이 된다. 또한, 한식명의 영·중·일 표준 번역안을 검토하기 위한 첫 단계로 연구 대상인 영·중·일 표준 번역안 480개 어휘의 번역 기준을 파악할 필요가 있는데, 각각의 번역 전략을 분류하기 위해 유종근(2003)에서 제시한 일본어 번역 표기의 유형 분류를 유용하게 참고할 수 있을 것이다.

2.3.2. 유종근 (2004). 일본인 관광객의 호텔 레스토랑 메뉴선택에 관한 연구, *일본어교육*, 30, 335-350

1) 주요 내용

유종근(2004)은 호텔 레스토랑에서 사용하고 있는 메뉴의 일본어 표기가 일본인 관광객의 메뉴 선택에 미치는 영향 요인을 밝혀 향후 호텔 레스토랑의 메뉴 개발 및 마케팅 전략 수립의 근거를 제시하는 것을 목적으로 한다.

연구를 위한 조사 대상으로는 일본 오사카 지역에 거주하는 일본인 194명이다. 조사 내용으로는 첫째, 저자의 선행 연구(2003) 자료 중 빈도가 높은 김치, 비빔밥, 갈비, 나물, 불고기, 냉면, 인삼차, 삼계탕 등 22종의 메뉴를 선정하여 인지도를 조사했으며, 둘째, 일본인 관광객이 호텔 레스토랑에서 음식을 주문할 때의 행태에 대해 ‘알고 있는 요리를 주문’, ‘모르는 음식이지만 경험을 위해 먹어본 적 없는 음식을 주문’, ‘종사원의 추천 음식을 주문’의 세 가지 유형으로 나누어 조사했다. 이와 함께 메뉴 선택에 영향을 미치는 지각 요인을 조사했는데, 지각 요인은 새로운 경험에 대한 기대감, 이국적 맛에 대한 호기심과 같은 ‘기대 요인’과 입에 맞지 않아 먹지 못할 수 있다는 걱정, 예상과 다른 음식일 수 있다는 우려와 같은 ‘위험 요인’으로 나누어 조사했다.

조사 결과 첫째, ‘サムゲタン(삼계탕)’, ‘グジョルパン(구절판)’, ‘スジョウンガ(수정과)’⁴⁾ 등과 같은 한국어 발음을 소리 나는 대로 표기한 메뉴가 ‘蔘鷄湯(삼계탕)’, ‘九折坂(구절판)’, ‘水正果(수정과)’ 등과 같은 한자 직역형 메뉴보다 인지도가 높은 것으로 나타났다. 이는 일본과 한국이 동일한 한자 문화권이지만 일본의 한자는 일본식 약자를 사용하므로 한국의 한자를 읽기 어렵거나 한자를 일본식으로 발음하여 읽을 경우 음식의 본래 내용을 파악하지 못하기 때문인 것으로 분석했다. 또한, 한국과 일본은 다양한 문화 교류를 통해 한국식 발음의 음식명에 익숙해졌다는 요인도 작용했을 것으로 판단했다.

둘째, 일본인 관광객이 호텔 레스토랑에서 메뉴를 선택할 때 주문 유형 및 지각 요인과 관련하여 새로운 경험을 위한 메뉴 선택 의사가 있음이 나타났다.

4) 해당 논문을 그대로 인용한 부분으로, 가나문자표기법에 오류가 있는 부분도 그대로 수록하였다. 예시 중 ‘구절판’의 올바른 표기는 ‘クジョルパン’이며, ‘수정과’의 올바른 표기는 ‘スジョングァ’이다.

만, 관광객이 지각하는 위험 요인이 메뉴 선택에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 경우 관광객이 지각하는 위험 요인이 종사원의 추천 과정을 통해 제거되었을 때 메뉴 선택에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

연구 결과를 토대로 저자는 일방적으로 일본인 관광객의 기준에 맞추어 한자로 표기하는 한자 직역정보보다는 우리 문화의 이미지를 전달할 수 있는 한국어 발음을 소리 나는 대로 표기한 메뉴의 인지도가 높다는 결과를 토대로 향후 마케팅 전략 수립을 해야 하며, 또한 일본인 관광객의 메뉴 선택 시 기대 요인에만 중점을 두기보다는 관광객이 지각하는 위험 요인을 제거하는 노력도 중요하다는 점을 인식해야 한다고 주장했다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

본 연구 과업은 2018년 평창 동계올림픽을 맞아 강원도 음식명을 포함한 주요 한식명의 공공용어 표준 번역안을 알리고, 방한 외국인들에게 우리나라의 음식 문화를 바로 알리는 사업의 일환으로 주요 한식명의 표준 번역안 마련을 주요 목적으로 삼고 있다.

이를 위한 첫 번째 단계로 표준 번역안의 원어민 수용성 조사를 실시하고 두 번째 단계로 표준 번역안을 공공 부문의 메뉴판 개선 사업, 한류 문화 소개 등에 활용하여 홍보할 필요가 있다.

이러한 측면에서 첫째, 원어민 수용성 조사 결과를 토대로 표기 기준을 검토하는 단계에서 유종근(2004)에서 분석한 일본인에게 인지도가 높게 나타난 표기에 대한 연구 결과는 유용한 시사점을 제공한다. 둘째, 두 번째 단계의 메뉴판 개선 사업과 관련하여 참고할 만한 결과를 제시한다. 구체적으로 일본인을 비롯한 외국인이 메뉴를 통해 음식을 주문할 때 어떠한 기대 요인을 갖고 있으며, 어떠한 위험 요인을 느끼는지 유종근(2004)을 통해 파악할 수 있다. 이러한 결과를 반영하여 기대 요인을 높이고 위험 요인을 제거하는 방향으로 향후 메뉴판 개선 사업에 유종근(2004)의 결과를 활용할 수 있는 여지가 있을 것으로 판단된다.

2.3.3. 이연정 (2006). 한류가 한국 음식에 대한 인식과 태도에 미치는 영향-방

1) 주요 내용

이연정(2006)은 2006년 당시 한류 열풍과 더불어 한류가 한국 음식에 대한 인식과 태도에 미치는 영향을 파악하여 한국 음식의 개선 방안 모색과 효과적인 발전 방안을 제시하고, 나아가 한국 음식의 세계화를 위한 세부적인 마케팅 수립에 도움이 되도록 하는 것을 목적으로 하는 논문이다. 한국관광공사(2002)에 따르면 일본인 방문객이 방한했을 때의 활동 중 ‘식도락’은 ‘쇼핑’, ‘관광’ 다음으로 관심을 갖는 문화 활동이다. 이연정(2006)은 한국을 방문한 관광객들에게 우리의 식생활 문화를 전달, 이해시키고 친숙함을 갖게 하기 위해 한국 고유의 전통 음식들을 관광 상품화하려는 노력이 필요하다는 문제 의식에서 출발했다.

연구 대상은 인천공항, 대구공항에 입국한 일본 관광객과 경주 지역 특급 호텔을 방문한 일본 관광객을 대상으로 하였으며, 총 500부의 설문지를 배포, 이 중 유효한 375부의 설문지를 사용하여 분석했다.

조사 내용은 첫째, 한류 접촉 실태를 파악하기 위한 질문, 둘째, 한국 전통 음식에 대한 인식 파악을 목적으로 한 질문, 셋째, 한국 음식의 섭취 빈도에 관한 질문, 넷째, 한류가 한국 음식에 대한 인식에 미치는 영향을 알아보기 위한 질문, 다섯째, 한국 음식 체험에 영향을 미치는 한류 변수를 파악하기 위한 질문으로 구성됐다.

조사 결과 첫째, 한류 접촉 실태와 관련해서는 한국 연예인, 한국 드라마 시청, 한국 영화 관람, 한국 음악 CD 등의 보유, 한국 서적, 한국 만화를 읽어본 경험의 순서로 나타났다. 둘째, 한국 전통 음식에 대한 인식도에 관해서는 ‘한국 음식은 조리 과정이 복잡하나 정성이 들어간다’, ‘한국 음식은 곡류 및 야채 위주로 웰빙 식품이다’ 등의 순서로 높은 인식 점수를 보였다. 셋째, 한국 음식의 섭취 빈도에 관해서는 비빔밥, 갈비구이, 배추김치, 불고기, 깍두기, 떡볶이, 잡채, 갈비탕, 파전, 나물 등의 순으로 높은 섭취 빈도를 보였다. 반면 송편, 인절미, 식혜, 수정과, 동치미 등의 순으로 낮은 섭취 빈도를 보였다. 넷째, 한류가 한국 음식에 대한 인식에 미치는 영향을 분석한 결과, 읽어본 한국

서적의 수가 한국 음식에 대한 긍정적 인식에 가장 큰 영향력을 미치는 것으로 나타났으며, 그다음으로는 접해본 한국 만화의 수, 한국 영화 편수, 한국 드라마 편수 등의 순이었다. 다섯째, 한국 음식 체험에 영향을 미치는 한류 변수를 분석한 결과, 한국 서적 수, 한국 영화 편수, 한국 드라마 편수, 한국 만화 수 등의 순서로 나타났다. 여섯째, 한류가 한국 음식의 섭취 빈도에 미치는 영향을 분석한 결과, 한국 음식의 섭취 빈도에 영향을 미치는 한류 변수는 한국 드라마 시청 편수, 한국 영화 관람 편수, 읽어본 서적 수의 순서로 영향력이 큰 것으로 나타났으며, ‘대장금’ 등의 드라마가 일본에서 방영되면서 일본인들의 한국 음식 섭취 빈도가 많이 높아진 것을 알 수 있었다.

이상의 연구를 통해 한국 전통 음식에 대한 긍정적 인식을 높이고 세계화를 추진해 나가기 위해서는 한국 서적과 한국 만화, 한국 영화, 드라마 등의 접촉을 늘리는 다각적인 노력과 함께 다양한 장르에서 전략적으로 한류를 적극적으로 이용해야 할 필요성이 있으며, 특히 한국 음식의 섭취 빈도와 홍보 효율을 높이기 위해서는 드라마를 통해 한국 음식의 우수성을 보여줄 수 있는 전략적 드라마 제작, 홍보가 매우 중요하다는 결론을 내렸다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

이연정(2006)은 한류가 한국 음식에 대한 인식과 태도에 미치는 영향을 일본인 관광객들을 대상으로 조사한 연구로서 향후 한국 음식을 세계인들에게 어떻게 효과적으로 알릴 것인지 홍보 방향과 방법을 제시하는 데 시사점을 준다. 한식명의 표준 번역안 마련을 시발점으로 표준 번역안을 도구 삼아 한식의 대외 홍보를 위하여 한국의 문화콘텐츠를 이용하여 세계인들에게 한식명을 각인시키는 방안을 마련할 수 있을 것이다.

또한 한국 음식의 섭취 빈도에 관한 조사 내용은 일본인 관광객이 익숙한 한식이 무엇인지를 파악하여 번역어 표현 수용성 연구 결과를 분석하고, 필요할 경우 개선안을 제시할 때에도 유용한 참고가 될 것으로 사료된다. 특히 한국 음식명의 음역 표기와 관련된 부분은 좋은 참고 자료가 될 것이다.

2.3.4. 이은조 (2017). 한식명의 일본어 표기 및 번역 방안 고찰-『한식 메뉴 외

국어 표기 길라잡이』를 중심으로. 日本學報』, 11, 17-32

1) 주요 내용

이은조(2017)는 문화체육관광부, 국립국어원, 농림축산식품부, 한식재단⁵⁾, 한국관광공사가 한식명의 번역어를 통일하기 위해 2014년 발간한 안내서 『한식 메뉴 외국어 표기 길라잡이』(이후 『한식 메뉴 길라잡이』로 지칭함) 주요 한식명 200개에 대한 번역어를 중심으로 기본 번역 기준을 제시하는 데 목적이 있다. 한식은 한국의 음식 문화를 대표하는 상품이라 할 수 있는데 이를 알리기 위해서는 번역부터 제대로 이루어져야 한다. 그러나 한식명 번역의 실상은 첫째, 오역이 많고, 둘째, 같은 한식명을 서로 다르게 번역하는 문제점을 안고 있다. 이은조(2017)은 이러한 문제 의식에서 출발하였으며, 연구 대상은 정부기관이 주관하고 일본어 전문가 위원회가 참여하여 만들어 신뢰성이 높다고 판단되는 『한식 메뉴 길라잡이』에 포함된 한식명의 일본어 번역어이다. 연구 방법은 『한식 메뉴 길라잡이』에서 제시한 분류에 따라 각각의 분류에서 나타난 번역어의 형태 및 단어의 구조를 도식화하고, 도식화한 번역어를 중심으로 기준으로 삼을 수 있는 요소를 추출하여 번역 기준을 분류하였다. 그리고 그 기준을 토대로 번역 기준을 제시하였다.

번역 유형은 선행 연구에서 제시된 번역 방법론과 저자의 유형 분류를 토대로 아래와 같이 3가지 유형, 세부적으로는 5가지 유형으로 분류되었다.

<표 2-7> 한식명의 일본어 번역 전략

번역유형		정의	예시	
			한국어	일본어
음역		원어의 음을 살려 그대로 표기하는 방법	김치	キムチ
의역 (의미 중심)	대응역	대응어로 바꾸는 방법	계란찜	茶碗蒸し
	의미역	의미 등을 살려 우리말로 조어하는 방법	신선로	宮中鍋

5) 안내서가 발간된 2014년 시점에는 기관명이 ‘한식재단’이었으나, 2017년 11월 ‘한식진흥원’으로 명칭을 변경하였다. 이후에는 변경된 명칭 ‘한식진흥원’을 사용하기로 한다.

번역)	한자역	한국 한자어를 의미가 통하는 일본식 한자로 표기하는 방법	약과	菓菓
	혼역	음역과 의역을 함께 사용하여 조어하는 방법	불고기 덮밥	プルゴギ 井

한식명 및 번역어를 분석한 결과 번역어 200개 중, 번역 유형을 불문하고 공통적으로 다수 나타나는 번역 양상은 ‘アワビ粥(전복죽)’처럼 재료와 조리법이 함께 쓰인 형태였으며, 그 비율은 62%를 차지했다. 분석 결과를 토대로 제시된 번역 기준은 다음과 같다.

<표 2-8> 한식명의 일본어 번역 기준

구분		내용
기본 번역 기준		한식명의 번역은 재료와 조리법을 살려서 번역하는 것을 원칙으로 한다.
음역 번역 기준		한식명이 한국어 발음 그대로 일본에 널리 알려진 경우 또는 한국의 대표성을 갖는 음식의 경우에는 음역한다.
의역 번역 기준	대응역	일본 음식과 재료와 조리법, 맛과 모양이 거의 비슷한 경우에는 대응어로 번역한다. 단, 한국의 대표성을 갖는 음식은 제외한다.
	의미역	한식명을 재료와 조리법을 살려서 번역하기 어려운 경우에는 음식의 의미 및 특징을 살려 번역한다.
	한자역	한자어로 이루어진 한식명의 한자를 일본식 한자로 표기했을 때 일본에서 의미가 통할 경우 한자역한다.

이와 같이 기본 번역 기준을 제시하여 적용하면 향후 번역하는 사람이 그 지침을 참고하여 한식명에 대한 일관된 번역을 할 수 있으므로 개별적으로 이루어지는 번역이라도 같은 번역어가 나올 가능성이 높아질 수 있다는 기대효과가 있다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

이은조(2017)는 연구 과업의 핵심인 한식명 표준 번역안 검토와 수용성 조사를 위해 번역안의 유형 분류 및 번역 전략 분류의 기준을 마련하는 데 매우 유용한 분석 결과와 시사점을 제시한다. 첫째, 공공 부문에서 작성한 한식명 번역어의 번역 유형과 번역 전략을 파악할 수 있다. 둘째, 본 연구 과업을 위해 원어민을 대상으로 수용성 조사를 실시할 때, 이은조(2017)에서 제시한 번역 전략 및 번역 기준은 조사 대상 어휘를 선정하기 위해 필요한 번역어 분류 기준 마련에 도움이 된다. 셋째, 원어민 대상 수용성 조사 결과를 분석할 때에도 원어민들에게 수용성이 높은 번역 기준과 번역 전략을 유형별로 정리하는데 효과적인 지침을 제시해 줄 수 있을 것이다.

2.3.5. 채경희·이시쓰카 레이코(石塚令子)(2009). 한식 메뉴 일본어 표기 및 번역의 표준화에 대한 연구. 일본어학연구, 25, 249-274

1) 주요 내용

채경희·이시쓰카 레이코(2009)는 농수산물유통공사 한식세계화사업팀의 ‘한식 세계화 사업’(2009년 5월)의 일환으로 추진된 한식 메뉴 외국어 표준화 계획(안) 중 일본어 표기 및 번역의 표준화안을 제시한 논문이다. 논문의 저자들은 일본어권 전문가 회의의 책임연구원과 연구원으로 각각 참여한 경험을 바탕으로 회의에서 논의된 일본어 표기 및 번역의 표준화안을 제시하고, 일본어 메뉴 표기 및 내용 번역 시의 현황 및 문제점에 대해 고찰하고 있다. 채경희·이시쓰카 레이코(2009)는 한식에 대한 일본어 번역의 표준화안을 예문과 함께 상당히 구체적으로 제시하고 있다. 우리가 주목할 부분은 대상 한식에 대해 우선 음역(가타카나 표기) 번역을 한 후, 일본어 의미역 내지는 대응역 및 대상 음식의 재료 및 조리법에 대한 설명을 병기하는 방식을 제안하고 있다는 점이다. 특히, ‘ビビンバ’처럼 일본어의 외래어로 한식명에 대해서도 한국어 발음을 그대로 살리는 표기법(ビビンパッ)⁶⁾을 우선시하고 있다는 점에서 한국어 발신

6) 해당 논문을 그대로 인용한 부분으로, 국어의 가나문자표기법에 따른 올바른 표기는 ‘ビビンパプ’이다.

적인 측면이 강하다고 할 수 있다. 이 논문에서는 비빔밥에 대한 기존의 번역이 ‘ビビンバ(한국관광공사)’, ‘ビビンパッ(ソウルナビ)’, ‘ビビンバ/ビビムパプ/ビピンパプ/ピビンパッ(ユリアうめーや!)’, ‘ピビムパプ(地球の歩き方)’ 등 번역 표기 방식에 있어서 일정하지 않다고 지적하고 있다. 그리고 이러한 문제점을 해결하기 위해 음식의 한글명은 가타카나로 한국어 발음을 살려 표기한 후 일본 문화의 수용성을 고려해 대응역 또는 의미역을 병기해 주고, 음식의 재료 및 조리 방식을 간결하게 추가 설명하는 번역 방식을 표준안으로 제안하고 있다. 비빔밥을 예로 표준화 안을 정리하면 아래 표와 같다.

<표 2-9> ‘비빔밥’의 표준 번역안 예시

비빔밥(ピビムパッ) (한글명/ 가타카나)

(混ぜご飯) (일본어 명칭)

ご飯の上になじんきのこ、牛肉や卵などをのせた料理。コチュジャンを入れ、よく混ぜてから食べる。*コチュジャン：唐辛子みそ(메뉴 설명)

상술한 바와 같이 이 논문에서 번역 표준안으로 제시하는 한글명에 대한 가타카나 표기는 한글명의 발음을 최대한 살려주고 있고, 이는 한국 음식의 명칭을 널리 알리고자 하는 요리전문가의 강한 의지가 반영된 결과임을 부연 설명하고 있다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

채경희·이시쓰카 레이코(2009)가 정리하고 있는 한식 메뉴 외국어 표준화안은 국가 공공 기관(농수산물유통공사)의 ‘한식 세계화 사업’을 바탕으로 하는 만큼, 연구의 공신력과 타당성이 크다고 할 수 있다. 특히, 본 연구의 조사 목적인 ‘한식 메뉴 표기에 대한 원어민 수용성’ 측면에서도, 그리고 번역 표준안 마련을 위해서도 일본인 원어민들과 함께 일본어 표준화 작업을 진행한 채경희·이시쓰카 레이코(2009)는 참고할 만한 부분이 많다고 할 수 있다. 다만,

이 논문에서 제시하고 있는 외국어 표준화 안이 124개 항목에 불과하다는 점과 모든 음식명에 대해 음역을 하고 일본어 대응역 또는 의미역을 병기하고 음식의 재료 및 조리 방식에 대한 설명을 추가하는 등의 확실적인 번역 방식을 사용하고 있다는 점에서 현실적인 보급에는 다소 무리가 있을 것으로 보인다⁷⁾. 다시 말해, 자칫 표준안 마련을 위한 표준안으로 끝날 수도 있다는 점이 우려된다. 본 논문에서는 현재 현실적으로 이루어지고 있는 한식 메뉴 번역에 대한 수용성을 고찰하고 번역 표준안을 마련해야 하기 때문에, 확실적인 번역 전략보다는 다양한 번역 전략 상태에서 수용성에 접근하는 것이 본 연구 목적 달성에 더 효과적일 것으로 여겨진다.

2.3.6. 한탁철 (2011). 韓國의 飲食名에 보이는 日本語 가타카나 表記에 대한 一考察 - 음식명 외국어 표기안내(부산광역시 발행)를 중심으로. 동아시아일본학회, 40, 669-687

1) 주요 내용

한탁철(2011)은 「음식명 외국어 표기안내(NAMES of KOREAN DISHES in ENGLISH, JAPANESE and CHINESE)」(2005년, 부산광역시 발행)에 수록된 약 1,500 종류의 음식명에 대한 일본어 가타카나 표기를 분석하여, 음식명의 일본어 가타카나 표기에 나타나는 실태를 파악한 후 합리적인 개선 방안을 제시하는 것을 연구 목적으로 한다. 우리가 한탁철(2011)에서 주목해야 할 부분은 이 논문에서 예로 들고 있는 음식명 일본어 표기가 채경희·石塚令子(2009)가 제안한 한식 메뉴 외국어 표준화안 번역 방식과 거의 일치⁸⁾한다는 점이다. 즉 아래 예와 같이 ‘한글 음식명에 대한 음역 번역(가타카나 표기)’에

7) 다음에 살펴볼 이론인 한탁철(2011)에서 예로 보여주고 있는 ‘NAMES of KOREAN DISHES in ENGLISH, JAPANESE and CHINESE’ (부산광역시 발행, 2005)에서는 채경희·石塚令子(2009)가 제시하는 번역과 거의 동일한 번역 전략(음식 한글명에 대한 음역+일본어 대응역 또는 의미역)을 채택하고 있어 현실적인 번역 방식과 거리가 있다고 단정하기는 어렵다. 다만, 채경희·石塚令子(2009)가 제안한 표준안에는 ‘음식의 재료 및 조리 방식에 대한 설명’까지 추가되기 때문에 한 메뉴에 대한 번역이 장황하게 길어질 수 있는 문제점이 현실적인 보급에 장애로 작용할 것으로 판단된다.

8) 앞서 살펴본 채경희·이시쓰카 레이코(2009)의 한식 메뉴 외국어 표준화 안은 한글음식명에 대한 ‘음역’+‘일본어 대응역’ 및 ‘의미역’ 외에 ‘음식에 대한 재료 및 조리법에 대한 설명’을 추가 병기해주고 있다.

‘일본어 대응역’ 또는 ‘의미역’을 괄호 안에 병기해주고 있다.

갈빗살구이 ‘カルビサルグイ (骨なしカルビ焼き)’

가마솥밥 ‘ガマソッバップ (釜飯)⁹⁾

김치전골 ‘キムチジョンゴル (キムチ鍋)’

이 논문에서 구체적인 문제점으로 지적하고 있는 가타카나 표기의 예를 일부 소개하자면 다음과 같다.

(1) ‘ㅍ’의 가타카나 표기

‘ㅍ’표기도 ‘ㅅ’표기와 같이 어두와 어중 모두 일본어의 ‘サ行’으로 표기하고 있다. 따라서 한국어의 ‘ㅍ’과 ‘ㅅ’에 대해서는 가타카나 표기로 변별되지 않는다.

쌈밥정식 ‘サンバップジョンシツク (野菜包みご飯定食)’

쫄야채전 ‘スック ヤチェジョン (コモギ野菜チジミ)’

쇠고기안심 양상추쌈 ‘ソゴギアンシムヤンサンチュサム(牛ヒレのレタス包み)’

(2) ‘ㅈ’의 가타카나 표기

어두의 ‘ㅈ’ 표기에는 ‘ジャ’, ‘ザ’, ‘チャ’가 사용되고 있다. 어두와 어중의 음 환경에 대한 차이는 보이지 않고 ‘자, 장, 정, 전, 제’ 등은 어두와 어중 모두 일본어의 ‘ジャ行’으로 표기하고 있으나, ‘조’의 경우는 어두에서는 ‘ゾ’의 표기를 사용하고 어중에서는 ‘ジョ’의 표기를 사용하고 있다. ‘チャジャザ行’의 자음은 한국어의 ‘ㅈ’과 유사음의 범주에 들어 일본어 발음에서도 많은 오류를 범하는 자음으로 일본어의 한국어 표기에서도 혼동된 표기법이 나타나고 있다.

자연산송이 ‘ジャヨンサンソンイグイ (天然松茸焼き)’

전골 ‘ジョンゴル (プルユギとうどんの寄せ鍋)’

제육보쌈 ‘ジェユックボサム (味付け豚肉の野菜包み)’

조개순두부 ‘ゾゲスントゥブ (貝と絹ごし豆腐の辛鍋)’

상술한 예와 같은 문제점을 개선하기 위해 한탁철(2011)이 제안한 가타카나 표기법을 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 한국어의 평음 ‘ㄱ’, ‘ㄷ’, ‘ㅂ’을 가타카나로 표기할 경우 청음과 탁음의 혼용이 많이 나타나는데 어두 환경에서는 청음 표기, 어중이나 유성음 환경

9) 해당 논문을 그대로 인용한 부분으로, 국어의 가나문자표기법에 따른 올바른 표기는 ‘カマソッパプ’이다.

에서는 탁음 표기로 통일하는 쪽이 합리적이다.

둘째, ‘ㄱ’, ‘ㄷ’, ‘ㅌ’의 가타카나 표기는 청음 표기와 축음(ッ)이 삽입되는 표기를 혼용하고 있으나 음가가 일본어의 청음과 유사함으로 통일성을 기하여 청음으로 표기하는 것이 타당하다.

셋째, 종성의 가타카나 표기는 한국어의 연구개폐쇄음과 경구개폐쇄음의 대표 표기인 ‘ㄱ’, ‘ㄷ’에는 축음(ッ), 경구개비음과 연구개비음의 대표 표기인 ‘ㄴ’, ‘ㅇ’에는 발음(撥音 ‘ン’), 양순폐쇄음의 대표 표기인 ‘ㅂ’에는 ‘ッブ’, ‘ㄹ’에는 ‘ル’를 사용하여 표기하여 다른 표기와 혼용되고 있는 예는 나타나지 않지만, 단지 ‘ㄹ’과 같은 표기가 ‘ッ’과 ‘ック’와 같이 혼용되는 예가 나타난다. 이러한 표기는 음가와 표기의 통일성을 고려할 때 ‘ダッ’와 같이 축음을 사용하는 표기법이 타당하다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

한탁철(2011)은 본 연구가 설문 대상으로 삼는 한식 메뉴의 음역 표기방식(가타카나 표기 방식)이 원어민들의 수용성에 어느 정도 영향을 미칠 수 있는 변수임을 시사하고 있다. 따라서 본 연구에서는 조사 대상이 되는 음역 부분의 가타카나 표기 방식을 한탁철(2011)과 비교·검토하면서 면밀하게 진행할 필요가 있다.

2.3.7. 국립국어원(2014, 이화여자대학교 산학협력단 수행), 문화용어 번역 실태 조사 및 번역 방안 연구

1) 주요 내용

국립국어원(2014) 보고서는 ‘문화용어 번역 실태 조사 및 번역 방안 연구’라는 제목으로 번역의 실태를 파악하고, 이를 통해 도출된 문제점을 바탕으로 바람직한 번역 방안을 제시하기 위한 목적으로 수행된 보고서이다. 국립국어원이 발주하고 이화여대 통역번역대학원이 연구 용역을 맡았다는 점에서, 그리고 문화용어에 대한 한·중·일 3개 언어 번역을 중심으로 연구가 진행됐다는 점에

서 본 연구와의 유사점이 크다. 특히 문화용어 안에 한식명이 포함된 만큼, 한식명에 대한 번역 실태 조사 결과는 본 연구에 시사하는 바가 클 것으로 기대된다. 이 문화용어 보고서는 상술한 바와 같이 한·중·일 3개 언어 번역에 대한 각각의 번역 실태 조사 및 번역 방안을 보여주고 있는데, 여기서는 일본어 번역에 대한 실태 조사 및 번역 방안 제안을 중심으로 선행 연구 범위를 좁혀서 살펴보도록 하겠다.

이 보고서에서는 문화용어의 일본어 번역 실태 조사를 하기 위해 총 9개 공공 기관 및 민간 시설의 누리집에 게시된 콘텐츠 중 일본어로 번역된 병렬 텍스트가 존재하는 한국어 콘텐츠를 대상으로 자료를 수집했다. 용어의 출현 빈도 및 기관별 분포, 국립국어원 누리집과 <우리 문화 길라잡이>(2002, 학교재)에 소개된 문화 기초 용어를 정량적 기준으로 삼아 문화용어를 일차적으로 선별하였다. 이러한 1차 정량 기준을 통해 도출된 문화용어를 바탕으로 이차적으로는 정성적 기준을 적용해 세부 분류 체계를 마련하였다. 상기 정량 및 정성 기준을 적용한 결과 총 616개의 문화용어에 대한 번역어를 선별한 후 번역양상을 혼재와 통일로 나누어 분석하고 있다. 분석 결과, 한 가지 번역 유형으로 문화용어의 정보를 정확하게 전달하거나 번역에 충분한 문화적 함의를 담아내는 데 문제가 있는 경우 기관별로 번역 방식을 달리하는 것으로 나타났다. 또한, 일본이 보편적으로 공유하는 문물과 관련된 용어는 한자역과 대응역이 두드러졌는데, 이들 번역 방식 중 의미를 정확하게 전달하지 못한 경우가 상당수 드러났다. 이러한 분석 결과는 한식명 번역에 대한 수용성 실태 조사를 하는 본 연구에 시사하는 함의가 클 것으로 보인다.

이 보고서에서는 문화용어의 일본어 번역 유형을 한자역, 의역, 음역, 혼역으로 분류하고, 이 중 의역의 하위 유형으로 대응역과 설명식 의미역을 두고 있다. 그리고 문화용어 번역의 실태를 파악하기 위해 번역어를 기준으로 번역 유형에 대한 양적 분석을 실시했다. 그 결과, 아래의 표와 같이 의역 19.15% (대응역 12.99%, 설명식 의미역 6.16%), 음역 13.96%, 혼역 12.99%로 나타났다.

<표 2-10> 문화용어의 번역 유형별 개수와 비중

번역 유형 구분	번역어의 개수	비중(혼재 포함)
----------	---------	-----------

의역	한자역	332	53.90%
	대응역	80	12.99%
	설명식 의미역	38	6.16%
	음역	86	13.96%
	혼역	80	12.99%
	계	616	100%

문화용어 중 음식의 경우 한국과 일본 모두의 생활에 뿌리내린 일반적인 용어에 가까운 경우가 많아 다른 문화용어에 비해 대응역이 상대적으로 많았다 (예: ‘회(刺身)’, ‘밥(ご飯)’, ‘반찬(おかず)’, ‘간장(醬油)’ 등).

이 보고서에서는 문화용어 번역 방안에 대해 다음과 같이 제안하면서 보고를 마치고 있다. 우선 한자역의 번역 대상은 한자어로, 한자역을 통해 문화적 고유성과 의미 전달에 문제가 없는 경우 한자역을 하되 음성적 소통성을 위해 음역을 병기할 것. 대응역은 일반적인 용어에 가까운 성격을 지닌 용어와 우리 문물의 고유성을 강하게 내포한 용어로 나누어 후자의 경우는 설명식 의미역을 음역과 함께 병기할 것. 설명식 의미역은 ‘음역+(설명식 의미역)’의 방식으로 번역할 것. 음역은 의미적 소통성을 갖추기 위해 설명식 의미역을 함께 병기할 것 등이다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

국립국어원(2014) 보고서는 서두에서 설명한 바와 같이 국립국어원이 발주하고 이화여대 통역번역대학원이 연구 용역을 맡았다는 점에서, 그리고 문화용어에 대한 한·중·일 3개 언어 번역을 중심으로 연구가 진행됐다는 점에서 본 연구가 반드시 살펴보아야 할 선행 연구이다. 이 보고서에 대해 본 연구가 특히 주목해야 할 부분은 영중일 3개 언어에 대한 번역 유형 분류가 통일되어 있지 않다는 점이다. 아마도 문화용어 전체를 포괄적으로 다루고 있기 때문에 3개 언어의 번역 유형을 통일하기는 쉽지 않았을 것으로 보인다. 따라서 한식에 대해 3개 언어의 번역 유형을 통일해서 수용성 조사를 진행하는 본 연구 결과가 국립국어원(2014) 보고서와 어떠한 차이점을 보이는지, 그것이 번역의 도착어 문화 수용성과 어떠한 상관관계를 갖는지에 대해서 살펴볼 필요가 있을 것이다.

2.3.8. 주현철 (2014). 세대별 한국 음식 기호도. 경기대학교 대학원 석사학위 논문

1) 주요 내용

주현철(2014)은 식생활 변화에 따라 서로 다른 연령층의 사람들에게서 나타나는 태도나 행위 양식에서의 차이가 무엇에 기인하는지를 알아내기 위해 ‘코호트 분석’을 통해 10대, 20대, 30대, 40대, 50대 세대별로 분류하여 한국 음식의 기호도와 조리 방법에 대한 기호도, 조리 방법에 대한 인식 수준과 미래를 위한 발전 방안을 분석하여 세대별 기호 차이를 분석했다. 그리하여 각 세대의 기호에 맞는 한국 음식의 개발 방향을 알고 한국 음식을 계승, 발전시키고 나아가 한식의 세계화를 위한 발전 방안을 위한 기초적 자료를 제시하였다.

연구의 목적을 달성하기 위해 한국 음식의 기호도 평가 선행 연구를 토대로 농림축산식품부의 주요 한식명 로마자 표기 및 번역 표준 시안을 구성하여 밥류 30종, 죽류 7종, 면류 12종, 국과 탕류 27종, 찌개류 6종, 전골류 9종, 찜류 11종, 조림류 6종, 볶음류 6종, 구이류 18종, 전과 튀김류 13종, 회류 6종, 김치류 11종, 장과 장아찌류 6종, 젓갈류 3종, 기타 반찬류 12종, 떡류 6종, 한과류 3종, 음청류 7종으로 분류하여 총 199종의 한국 음식으로 설정하였고, 선다형과 기술형으로 설문지를 구성하여 서울 및 경기도에 거주하는 350명을 대상으로 설문지를 배부하였으며, 최종적으로 유효한 294부를 토대로 분석하였다.

주현철(2014)의 연구 문제를 중심으로 분석 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 세대별로 199가지의 음식 중에서 한국 음식의 기호도를 분석한 결과 전 세대에서 소갈비구이를 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 멸치젓을 가장 선호하지 않는 것으로 나타났다.

둘째, 세대별로 199가지의 한국 음식을 19종으로 분류하여 기호도를 분석한 결과 전 세대 층에서 찜류, 구이류, 찌개류, 볶음류 순으로 기호도가 높게 나타났다. 젓갈류의 기호도가 가장 낮게 나타났다.

셋째, 세대별로 한국 음식의 조리 방법에 대한 기호도를 분석한 결과 10대

의 한국 음식의 조리 방법에 대한 기호도는 밥(4.13)이 가장 높게 나타났고 젓갈(3.58)이 가장 낮게 나타났으며, 20대의 한국 음식의 조리 방법에 대한 기호도는 구이(4.26)가 가장 높게 나타났고 젓갈(3.25)이 가장 낮게 나타났다. 30대의 한국 음식의 조리 방법에 대한 기호도는 구이(4.20)가 가장 높게 나타났고 한과(3.22)가 가장 낮게 나타났으며, 40대의 한국 음식의 조리 방법에 대한 기호도는 밥(3.94)이 가장 높게 나타났고 젓갈(3.05)이 가장 낮게 나타났다. 50대의 한국 음식의 조리 방법에 대한 기호도는 밥(3.85)이 가장 높게 나타났고 젓갈(2.95)이 가장 낮게 나타났다.

넷째, 한국 음식의 조리 방법에 대한 인지도와 인식에 대해 총 10가지로 분류하여 조사한 결과 모든 세대층에서 ‘한국 음식의 조리 방법은 복잡하다’, ‘한국 음식의 조리 방법은 과학적이다’, ‘한국 음식의 조리 방법은 어렵다’, ‘한국 음식의 조리 방법은 비용이 많이 든다’는 문항에 대부분이 긍정적으로 답했고, ‘한국 음식의 조리 방법은 간편하다’, ‘한국 음식의 조리 방법은 양념 사용이 간단하다’는 문항에 대부분이 부정적으로 답했으며, 세대별로 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다.

다섯째, 한국 음식을 발전시키기 위한 개선 방안으로 전 세대 층에서 ‘조리 방법’에 관련된 의견으로 조리 방법이 복잡하여 조리 방법의 간편화와 계량화, 표준화 등이 필요하다는 의견이 많이 제시되었고, 한국 전통 요리 방법을 유지해야 한다는 의견도 있었다.

여섯째, 한국 음식 중 가장 대표적인 음식이라고 생각하는 음식이 무엇인지에 대해 질문한 결과 전 세대가 ‘김치(51.0%)’를 가장 많이 응답하였고, 10대에서는 떡볶이, 한과, 빈대떡이라고 응답한 의견도 있었으며, 20대에서는 김, 제육볶음, 찜밥이라고 응답한 의견도 있었다.

2) 본 연구 과업과의 관련성

주현철(2014)은 세대별 한국 음식 기호도에 관한 연구로, 본 연구 과업의 주제인 번역과는 직접적인 관련은 없다. 그러나 다음과 같은 점에서 본 연구 과업을 진행하는 데 도움을 받을 수 있을 것으로 사료된다.

첫째, 한국 음식의 분류에 관한 문제이다. 어느 나라나 음식의 종류는 매우

다양해 그것을 어떤 목적에 따라 분류하는 것이 결코 쉬운 것이 아니다. 주현철(2014)과 본 연구 과업의 목적은 다르지만, 주현철(2014)에서 한국 음식을 분류한 결과는 대체로 합리적인 것으로 판단되어 참고할 만한 점이 많을 것이다.

둘째, 수용성 조사를 위한 용어 선정의 문제이다. 본 연구 과업의 핵심은 영어, 중국어, 일본어로 번역된 용어들을 해당 언어 사용자들이 어떻게 받아들일 것인지, 즉 수용성에 대해 설문조사를 실시하는 것인데, 모든 용어에 대해 일일이 다 물어볼 수는 없다. 따라서 일부 용어를 선정하는 작업이 이루어져야 하는데, 주현철(2014)의 결론 부분에서 말한 ‘한국 음식 중 가장 대표적인 음식이라고 생각하는 음식이 무엇인지에 대한 응답한 결과’ 등이 하나의 판단 척도가 될 수 있을 것이다.

3. 외국어 메뉴판 표제어 번역안 검토

한국관광공사는 우리나라의 주요 음식명 총 3,747개에 이르는 방대한 분량에 대해 각각 로마자 표기와 영어, 중국어, 일본어 번역안을 작성하였다. 본 연구의 일환으로 그 내용에 대해 면밀한 검토 작업을 하였으며, 그 결과를 아래에 정리하였다.

3.1. 영어 번역안 검토

한국관광공사 한식명 영어 번역안 총 3,747개에 대해 전반적으로 번역이 적절하게 이루어졌는지, 수용성이 있는지, 번역안에 일관성이 있는지, 조어법이 적절한지 등을 중심으로 검토하였다.

3.1.1. 일관성의 문제

1) 지명 번역의 일관성

특정 지역의 음식을 표기할 때 지명에 대해 일관적으로 음역을 하고 있는데, 일부 음식명에서는 지명을 삭제하는 등, 일관성이 결여되어 있음이 확인되었다.

<표 3-1> 지명 포함 한식명 번역 사례

한국어	영어 번역
안성순두부	Bean Curd
마래장국밥	Blood Cake and Rice Soup
옥산장터국밥	Beef and Rice Soup
충무김밥	<u>Chungmu</u> -style Gimbap

2) 요리 속성의 일관성

‘모듬’, ‘모듬’에 대해서는 원칙적으로 ‘Assorted’로 영역하는데 ‘표고버섯모듬볶음’과 ‘표고버섯볶음’은 둘 다 ‘Stir-fried Shiitake Mushrooms’로 번역하였다. 또한, 국이나 탕을 ‘Soup’으로, 찌개나 전골을 ‘Stew’로 영역하였으나, ‘모듬해물탕’은 ‘Spicy Assorted Seafood Stew’로, ‘모래무지매운탕’은 ‘Spicy Goby Minnow Stew’로 번역하였다. 이는 출발어의 어휘 기준이 아니라, 음식의 속성에 따라 번역한 결과로 짐작되어 원칙은 있는 것으로 판단된다. 다만 여러 ‘~국’ ‘~탕’ ‘~찌개’ ‘~전골’의 번역안을 함께 보았을 때에는 일관성이 없는 것으로 보이므로, 출발어 기준으로 번역할 것인지 혹은 음식의 속성 기준으로 번역할 것인지에 대한 재고가 필요할 것이다.

3) 재료 명칭의 일관성

외국어 메뉴판 표제어 영어 번역안에서는 음식명 앞에 주된 재료 명칭을 일관되게 붙이는 것을 원칙으로 하는 것으로 보인다. 또한, 동일 식재료에 대해 다른 표현으로 번역한 경우도 있었다. 예를 들어, ‘꽃게양념장’에 대해서는 ‘Spicy Marinated Crab’이라고 번역하였고, ‘꽃게장’에 대해서는 ‘Soy Sauce Marinated Blue Crab’이라고 번역하였다.

4) 조어의 일관성

‘전골’, ‘뚝배기’의 경우 ‘Hot Pot’으로 일괄 번역하고 있는데 어떤 음식명은 재료명에 ‘Hot Pot’을 바로 붙이는가 하면 다른 음식명에서는 ‘재료명 + in a Hot Pot’으로 번역하기도 하여 조어의 일관성이 떨어진다.

<표 3-2> 한식명 조어 번역 사례

한국어	영어 번역
김치냄비우동	Kimchi Udon <u>in a Hot Pot</u>
김치냄비전골	Kimchi <u>Hot Pot</u>
낙지해물뚝배기	Octopus and Seafood Stew <u>in a Hot Pot</u>

3.1.2. 수용성의 문제

1) 문화적으로 어색한 표현

‘세트’, ‘세트 메뉴’라는 한국 표현을 영어로 그대로 ‘Set’, ‘Set Menu’라고 옮기면 영어권에서는 이해하기 어려운 표현이 된다. 한국에서 ‘세트’로 불리는 메뉴를 영어에서는 ‘Combination meal’, ‘Combo meal’ 또는 ‘Combo’라 부른다. 전체적으로 ‘Set’, ‘Set Menu’로 영역된 명칭을 바르게 수정할 필요가 있어 보인다.

<표 3-3> 문화적으로 어색한 번역 사례 1

한국어	영어 번역
초밥세트	Sushi Set
치킨볼세트	Set Menu with Chicken Ball
포테이토피자콜라세트	Potato Pizza and Coke Set

또한 ‘백반’, ‘백반정식’을 일관되게 ‘Korean Set Menu’로 번역하고 있는데 영어권에서 이해하기 어려운 표현이다. 본래 백반이란 요일별로 밑반찬이 바뀌

는 가정식 한상차림이므로 ‘Homecooked meals with 주요리’ 형태로 번역하면 적당할 것이다.

<표 3-4> 문화적으로 어색한 번역 사례 2

한국어	영어 번역
가리비찜백반	Korean Set Menu with Steamed Scallops
불고기백반	Korean Set Menu with Bulgogi
서산어리굴젓백반	Korean Set Menu with Salted Oysters

‘LA 갈비’, ‘LA 갈비찜’과 같은 음식 명칭의 경우 ‘LA-style Beef Ribs’, ‘LA-style Braised Short Ribs’로 영역하고 있는데 영미권 화자들에게 LA-style의 갈비라는 직역이 선뜻 와 닿지 않는다. 이 명칭은 한국식이 아닌 미국식 갈비 손질법으로 재료가 손질되었음을 뜻하는 것이므로 ‘Cross-cut style Short Rib’으로 번역하는 것이 훨씬 이해하기 쉬울 것이다.

<표 3-5> 문화적으로 어색한 번역 사례 3

한국어	영어 번역
LA갈비구이	LA-style Grilled Beef Ribs
LA갈비찜	LA-style Braised Short Ribs

2) 조리법과 맞지 않는 표현

우리나라의 ‘국’, ‘탕’은 같은 표현인데 ‘국’은 순우리말이고 ‘탕’은 한자어이다. 따라서 장국, 탕국은 동일하게 번역되는 것이 옳을 것이다. 한국의 국, 탕, 장국, 탕국은 찌개나 전골에 비해 국물이 맑은 것이 특징이다. 본 번역에서는 맑은 국, 장국을 Clear Soup으로 잘 번역하고 있다. 다만 일부 유사 메뉴에서 Broth와 Soup을 일관적이지 않게 사용하고 있어 혼돈을 주고 있다. 예를 들

어 ‘장터국밥’은 ‘Beef and Rice Soup’인데 ‘장터국수’는 ‘Noodles in Broth’로 번역하고 있다. 대부분 국밥이 소고기 육수를 사용하고 있음을 감안하면 장터국밥은 ‘Beef Soup with Rice’로, 장터국수는 ‘Beef Soup with Noodle’로 번역하는 것이 그 조리법에도 알맞고 음식명 작성도 일관적이어서 독자의 이해를 도울 수 있을 것으로 보인다.

그 밖에도 조리법과 맞지 않는 일부 표현이 눈에 띄는데 ‘순댓국밥’을 ‘Blood Sausage and Rice Soup’으로 번역한 것이 그 예이다. 번역만 보면 찰죽에 순대가 토핑으로 올라가거나 순대와 찰로 오랜 시간 걸쭉해지도록 끓인 모양이 연상되는데 이는 실제 조리법과 맞지 않는다. 일반적으로 순댓국은 소고기 육수에 순대를 넣어 끓이다 내오기 직전에 밥을 마는 형태이므로 ‘Sausage Soup with Rice’라고 번역하는 것이 그 조리법에 맞을 것이다.

또한 ‘젓갈’은 ‘Salted Seafood’로 번역하고 ‘굴젓’, ‘오징어젓’ 등 재료명이 노출되는 경우 ‘Salted Oyster’, ‘Salted Squid’로 적절히 번역하고 있다. 다만 오해를 불러일으킬 만한 표현들이 간혹 눈에 띄는데 ‘소금구이’를 ‘Grilled Salted Beef’로 번역한 것이 그 예이다. 일견 장기간 염장한 ‘Bacon’, ‘Pancetta’류의 고기를 불에 굽는 것으로 착각을 일으킬 수 있다.

이뿐만 아니라 떡국과 떡볶이, 백설기의 떡이 모두 다른 종류의 떡임에도 불구하고 일관적으로 ‘Rice Cake’을 사용하고 있는데 재고할 필요가 있다. ‘Rice Cake’이라고 하면 쫄깃한 식감보다 딱딱하거나 폭신한 식감이 있는 느낌을 주므로 백설기를 ‘Rice Cake’으로 번역한 것은 적절하다고 하겠으나, 떡국과 떡볶이에 사용된 떡에 대해서는 다른 번역 대안을 고민할 필요가 있어 보인다.

3) 혐오감을 줄 수 있는 표현

문화마다 특색 있는 재료로 조리한 음식이 있기 마련인데, 타 문화권에서 쉽게 수용하기 어렵게 재료에 대해 의구심만 증폭시키는 번역들이 있다. 예를 들어 ‘순대’를 ‘Blood Sausage’로 번역하는 것은 언어적으로는 타당하지만 보는 이에 따라 혐오감을 느낄 수도 있으므로, ‘Haggis’, ‘Black Pudding’ 등으로 번역함으로써 재료에 대한 거부감을 줄일 수 있을 것이다.

특히 한국에서는 동물 내장 요리를 즐겨 먹는데 대표적으로 ‘곱창’과 ‘게장’을 들 수 있다. 이 경우에도 직접 내장을 뜻하는 번역은 거부감을 들게 할 수도 있으므로 음식명은 더욱 식욕을 돋을 수 있는 명칭으로 바꾸는 것을 고려해볼 수 있다. 영어권에서도 곱창 요리들이 있는데 식재료로 곱창을 의미할 때와 동물의 내장 기관을 지칭할 때 각각 ‘Chitterlings’와 ‘Intestine’을 구분하여 사용한다. 따라서 직접적인 내장 기관을 지칭하는 현재의 번역을 바꿀 필요가 있을 것으로 보인다.

<표 3-6> 혐오감을 주는 번역 사례

한국어	영어 번역	대안
곤이내장탕	Spicy Fish Intestines Stew	Fish giblets soup
양곱창구이	Grilled Beef Tripe and Intestines	Grilled Beef Chitterlings

3.1.3. 번역 오류

문법에 어긋나는 단순 오역도 눈에 띈다. ‘볶음밥 볶음’을 ‘Fried Fried Rice’라고 번역한 것이 그 예이다. ‘볶음밥 볶음’은 한국어에서는 조어 가능한 경우이나 이를 있는 그대로 영역하면 문법적으로 비문이 된다. 볶음밥 볶음이란 결국 볶음밥을 의미하므로 ‘Fried Rice’로 번역하면 충분하다.

3.1.4. 결론

재료, 조리법, 지역명 표시 등의 번역 원칙에서 일관성이 부족하며, 특히 조리법에 맞지 않는 번역이 눈에 띄는 뿐만 아니라 타 문화권 화자에게 거부감을 들게 할 수 있는 번역들이 발견되었다. 기본적으로 음식 명칭이므로 보는 이의 식욕을 돋을 수 있도록 문화적 측면을 충분히 고려해서 번역할 필요가 있음에도 불구하고 그대로 직역한(우리말 표현에 너무 충실하게 번역한) 부분은 다소 아쉬운 점이다.

3.2. 중국어 번역안 검토

한국관광공사 한식명 중국어 번역안 총 3,747개에 대해 전반적인 번역의 적절성과 수용성, 번역안 오류 여부 등을 중심으로 검토를 진행하였다.

3.2.1. 적절성의 문제

1) 원재료와 원재료 가공품 구분

원재료와 원재료를 가공한 식재료를 구분 없이 원재료명으로 번역한 사례가 있었다.

<표 3-7> 원재료 관련 번역 사례 1

한국어	중국어 번역
가쓰오부시 계란말이	<u>鲣鱼</u> 鸡蛋卷
가쓰오 오뎡탕	<u>鲣鱼</u> 鱼糕汤

위 <표 3-7>에서 ‘가쓰오부시’는 가다랑어를 가공한 가공품인데, 중국어 번역에서는 원재료명인 ‘가다랑어(鲣鱼)’를 사용했다.

2) 번역안 중복

같은 음식에 다른 번역안을 적용한 사례가 있었다. ‘고추장 삼겹살’에 대한 번역안이 ‘辣椒酱五花肉’와 ‘辣椒酱烤五花肉’ 두 가지이다. ‘고추장 삼겹살’은 ‘구이’ 과정을 거치므로 ‘굽다’라는 표현이 포함된 ‘辣椒酱烤五花肉’로 번역안을 통일하는 것이 수용자인 중국인에게 보다 음식의 조리법과 재료를 쉽게 이해시킬 수 있으리라 판단된다. 음식명이라는 전제가 있을 경우, ‘고추장(辣椒酱)’과 ‘삼겹살(五花肉)’만으로도 대략적인 이해가 가능하겠지만, ‘삼겹살(五花肉)’은 엄밀히 말해 돼지고기 부위의 이름일 뿐이고 중국에서는 일반적으로

조리법을 명기하는 경우가 많기 때문이다.

3) 조리법 명칭의 일관성

국수류 번역에서 ‘面条’와 ‘面’이 혼용되어 사용되는데, 통상적으로 앞에 조리법이나 재료가 들어가고 뒤에 ‘면’이라고 붙이고자 할 경우 ‘面’을 쓰는 것이 자연스럽다. ‘面条’는 면류를 통칭하는 넓은 범위의 어휘이기 때문이다. 면류에 대한 명칭 통일을 고려해야 한다. 청국장도 비슷한 사례이다. 한국 음식점 메뉴판에서 ‘청국장’과 ‘청국장 찌개’는 동일한 의미로 사용되는 경우가 많고, 외국어 메뉴판 번역안에서도 동일하게 ‘찌개/전골’로 분류된 것으로 보아 하나의 번역안으로 통일이 필요하다.

<표 3-8> 원재료 관련 번역 사례 2

한국어	중국어 번역
구포 국수	龟浦面条
국시	面条
매생이 국수	海藻面条
청국장	清麴酱
청국장 정식	清麴酱套餐
청국장 찌개	清麴酱锅

3.2.2. 수용성의 문제

1) 문화적으로 어색한 표현

일반적으로 중국어권에서 ‘~肉’는 조리되지 않은 생고기를 의미한다. 때문에 ‘烤(굽다)’, ‘蒸(찌다)’ 등과 같은 구체적인 조리법이 표시되지 않을 경우 장소

가 음식점인 것을 감안하여 의미를 추측할 수는 있겠으나, 원어민에게 표현이 자연스럽게 받아들여지기 어렵고, 충분한 정보를 주지 못할 가능성이 있다. 특히 고기를 주요리로 취급하는 식당의 메뉴판에서 흔히 사용되는 ‘갈빗살’, ‘꽃등심’, ‘꽃살’ 등의 표현을 중국어로 직역하면 ‘조리된 음식’이라는 이미지보다는 ‘해당 육류의 부위’로 인식될 수 있다. 그 때문에 이러한 메뉴에는 적절한 조리법을 추가해 번역해 주는 방안을 고려할 필요가 있다.

<표 3-9> 문화적으로 어색한 번역 사례

한국어	중국어 번역
꽃등심	牛肋眼肉
꽃살	板腱肉
꿩고기	雉鸡肉

2) 조리법과 맞지 않는 표현

떡류를 중국어로 번역할 때 ‘餅’이나 ‘糕’를 주로 활용하는데, ‘糕’는 찹쌀이나 쌀가루 등을 찌거나 구운 음식을 가리키고, ‘餅’은 곡물 분말로 만든 납작한 원형의 음식으로 소가 들어간 경우가 많다. 외국어 메뉴판 중국어 번역안에서는 떡류를 표현할 때 이 두 글자를 혼용해서 사용하고 있는데, ‘꿀떡’, ‘찹쌀떡’과 같이 소가 들어간 떡류에 ‘糕’를 사용한 사례가 있었다. 특히 ‘찹쌀떡’은 ‘찹쌀(糯米)’과 ‘떡(年糕)’의 조합으로 번역했는데, ‘糕’ 자체에 찹쌀 혹은 쌀가루라는 의미가 포함되므로 이 경우 한국인이 ‘찹쌀떡’을 들었을 때 연상할 수 있는 ‘찹쌀 반죽 안에 팥 앙금이 들어있는 떡’의 이미지를 원어민에게 전달하기 어렵다. ‘찹쌀떡’과 유사한 식품으로 중국어권에 ‘차오빙(草餅)’이 있다. ‘차오빙’은 찹쌀에 설탕 등을 섞어 반죽하고 안에 각종 소를 넣은 대만, 홍콩 등지의 전통 먹거리로 찹쌀떡과 유사하니 이를 차용하여 대응역 하는 방법도 고려할 만하다. 실제로 일본식 찹쌀떡인 ‘모치(餅)’를 중국어로 ‘차오빙(草餅)’이라 표현하기도 한다.

한편, 대응역 방식으로 번역한 메뉴 중 ‘파배기’, ‘찹쌀떡탕’ 등은 중국어권

의 해당 음식과 한국의 것이 형태는 유사하나 조리 방식과 식감 등에 큰 차이가 있으므로 한국을 특징지어 줄 어휘나 조리법 등을 추가하는 방법도 고려할 수 있다.

<표 3-10> 조리법과 맞지 않는 번역 사례

한국어	중국어 번역	대안
찹쌀떡	糯米年糕	红豆草饼
꿀떡	蜜糕	蜜糖饼
찹쌀떡탕	汤圆	红豆汤圆
짜배기	麻花	甜蜜砂糖麻花面包

<표3-10>에서 찹쌀떡 등에 대한 대안을 제시했다. 꿀떡, 찹쌀떡, 찹쌀떡탕 등에는 기존의 중국어 표현에 재료(팥)를 추가하거나 형태가 유사한 중국 음식명을 사용했으며, 짜배기는 설탕과 빵이라는 의미를 추가했다. 전자의 경우 식감, 음식 형태, 재료 등이 한국의 그것과 상당히 유사하다고 판단하여 대응역을 적용하고 구체적 재료를 추가했으며, 짜배기는 형태는 유사하나 식감, 재료 등에 차이가 커 재료(설탕)와 식감 또는 음식 형태(빵)를 표현하는 어휘를 추가하였다. 위 대안은 하나의 제안일뿐 중국 음식의 특성을 고려하여 다양한 방법으로 어휘를 활용, 한식명을 표현할 수 있는 번역안 모색이 필요하다.

3.2.3. 번역 오류

한식명의 한자를 그대로 차용하였는데, 그것이 중국어에서 전혀 다른 의미로 사용되는 사례도 있었다. 예를 들어 ‘구절판’의 번역안인 ‘진구절(真九折)’은 중국어로 ‘진짜 10% 할인’이라는 의미가 있어 음식명으로는 적절하지 못하다. 또한, ‘국수사리’의 번역안으로 제시된 ‘另加面条’도 ‘면을 추가하다’라는 ‘동사+명사’ 구조라 음식명으로는 적절하지 못하다. ‘面条’만 표기하고 괄호 안에 ‘~면에 추가 가능’이라는 설명을 붙이는 방법 등 다른 방법의 모색이 필요하다.

그 외에 ‘쌀강정’을 ‘江米块’로 번역했는데, ‘江米’는 찹쌀의 한 종류이고 ‘块’은 ‘조각, 덩어리’라는 의미만 있기 때문에 조리된 음식이라기보다는 찹쌀 덩어리, 찹쌀 등으로 인식될 수 있다. 중국에 강정과 맛과 모양이 유사한 식품인 ‘米花糖’이 있는데 찹쌀과 설탕을 주재료로 한다. 이를 차용하여 대응역 전략을 취하는 방법도 고려될 만하다.

3.2.4. 결론

외국어 메뉴판 번역안에 대한 검토 결과, 전반적으로 번역의 적절성과 수용성이 부족해 보였다. 특히 중국어권에서 사용하고 있는 음식 종류의 대분류와 소분류 구분이 명확하게 적용되지 않은 경우가 많았고, 오역도 여러 건 발견되었다. 중국어권 음식 표현에 대한 총체적 이해를 바탕으로 번역안을 재정비할 것을 제안한다.

3.3. 일본어 번역안 검토

총 3,747개 한식명의 일본어 번역안에 대해 전반적으로 의미 전달이 잘 되고 번역이 적절하게 이루어졌는지, 원어인 입장에서 보았을 때 수용성이 있는지, 번역안에 일관성이 있는지, 조어법이 적절한지, 누락이나 불필요한 첨가가 없는지 등을 중심으로 검토하였다.

3.3.1. 일관성의 문제

1) 지명 번역의 일관성

어떤 지역의 특정 음식이 널리 알려져 있고 그 지역에서 요리하는 방법으로 음식을 만들 때, 음식명의 첫머리에 지명이 표시되는 경우가 있다. 그 지명을 외국어로 어떻게 번역(한자, 가타카나 중 어느 것을 채택할지 표기의 문제 포함)할 것인가, 혹은 생략할 것인가 하는 것은 매우 어려운 문제라 할 수 있다. 그 어려움을 감안하더라도 지명에 대한 일본어 번역에 일관성이 없어 보임

로 이 점에 대한 수정 내지는 보완이 요구된다.

<표 3-11> 지명 포함 한식명 번역 사례

한국어	일본어 번역	번역 방식
곤지암소머리국밥	昆池岩式牛頭肉クッパ	지명만 표기
광동식두부찜	広東風豆腐の蒸し物	지명 + 風
남원추어탕	南原式どじょうスープ	지명 + 式
부산어묵잡채볼	釜山式春雨入りボール天	지명 + 式
안동간고등어정식	塩サバ定食	지명 생략
개성만두국	餃子スープ	지명 생략
안동국시	安東式素麺	지명 + 式
언양미나리회무침	彦陽セリと刺身の和え物	지명만 표기
언양불고기덮밥	彦陽式プルゴギ丼	지명 + 式

표에서 보는 바와 같이 지명의 번역 방식에는 ‘생략’, ‘지명만 표기’, ‘지명 + 式’, ‘지명 + 風’으로 네 가지 방식이 있었는데, 그렇게 된 타당한 사유가 있는지 쉽게 수궁이 가지 않는다. 하나의 방식(그것이 어렵다면 두 가지 방식)으로 통일하여 지명 번역의 일관성을 높일 필요가 있을 것이다.

2) 표기의 일관성

일본어로 글을 쓸 때 히라가나와 가타카나, 한자 크게 세 종류의 문자를 사용하는데, 일부 단어는 그 중 어느 문자를 쓰는 것이 가장 적절한지 판단이 어려울 때가 많다. 한식명의 일본어 번역에서도 이와 관련된 문제점이 있음을 확인하였다.

<표 3-12> 표기의 일관성이 결여된 번역 사례 1

한국어	일본어 번역	번역(표기) 방식
-----	--------	-----------

김초밥	<u>のり</u> 巻き	히라가나
참치김초밥	マグロの <u>海苔</u> 巻き	한자
보해복분자	宝海覆盆子酒(木 <u>いちご</u> 酒)	히라가나
복분자	覆盆子酒 (木 <u>イチゴ</u> 酒)	가타카나
새우철판볶음밥	鉄板 <u>エビ</u> チャーハン	가타카나
새우철판칠리소스	鉄板 <u>海老</u> チリソース	한자
미역국	<u>ワカメ</u> スープ	가타카나
쇠고기미역국	牛肉入り <u>わかめ</u> スープ	히라가나
황태미역국	干しスケトウダラ入り <u>ワカメ</u> スープ	가타카나

표에서 밑줄 친 부분은 같은 식재료를 뜻하는 단어들이는데, 표기에 사용한 문자가 각기 달라 일관성이 결여되었다.

또한 문자의 통일과는 좀 성격이 다르지만, 아래와 같이 식재료 표현 속 '의' 표기에 일관성이 없는 경우도 발견되었다.

<표 3-13> 표기의 일관성이 결여된 번역 사례 2

등뼈찜	<u>豚</u> の背骨の蒸し物
통뼈감자탕	<u>豚</u> 背骨のカムジャタン

3.3.2. 조어의 문제

한 나라의 음식은 오랜 역사와 전통을 이어온 것이며, 그 나라 특유의 식재료나 요리법 등이 농후하게 반영되어 음식명이 만들어진다. 그러한 표현들을 외국어로 번역한다는 것은 여러 번역 작업 중에서도 고도의 난이도라 할 수 있으나, 도착어의 조어법에 있어 되도록 일관성을 갖게 하는 것이 중요한 점이라 사료된다.

<표 3-14> 조어의 문제 번역 사례 1

한국어	일본어 번역	번역 방식
게살제비집수프	燕の巣とカニ肉のスープ	'の'가 들어감
고들빼기김치	イヌヤクシ草のキムチ	'の'가 들어감
꽃게된장찌개	ワタリガニテンジャンチゲ	'の'가 안 들어감
살치살	牛の肋骨の上の肉	'の'가 들어감(3개)
삼겹살정식	サムギョプサル定食	'の'가 안 들어감
삼겹살찜	サムギョプサルの蒸し物	'の'가 들어감

번역어의 후부에 일본어 조사 'の'가 들어간 경우와 안 들어간 경우로 나누어진다. 이 점에 대해서는 쉽게 통일할 수 있는 것은 아니어서, ‘サムギョプサル定食/サムギョプサルの蒸し物’는 적절한 번역이라 할 수 있다. 다만, ‘イヌヤクシ草のキムチ’와 같은 경우까지 ‘の’를 삽입하게 되면, 표현이 간결하지 않아 음식명으로서 다소 부적절해 보이기 때문에, 음식명의 길이나 단어 조합에 따라 되도록 간결한 번역을 할 필요가 있다.

또한 ‘김치항아리수제비’를 ‘キムチすいとん(甕盛り)’이라 번역한 경우처럼 괄호 속에 부연 설명을 하는 방식이 여러 군데에서 발견되었는데, 음식명의 성격상 그 방식이 불가피하거나 적절한 괄호 처리도 많이 있었다. 그러나 일부 음식명은 단어 순서를 바꾸어 ‘甕盛りキムチすいとん’처럼 번역하여, 더욱 간결하면서도 자연스러운 표현이 가능한 경우도 있다.

또한 요리법과 관련된 표현으로 ‘볶음’에 해당하는 번역어로 ‘~炒め’라는 표현을 반복해서 사용하고 있다.

<표 3-15> 조어의 문제 번역 사례 2

한국어	일본어 번역
가상해삼	ナマコと野菜の炒め
감자닭볶음	じゃがいもと鶏肉の炒め
고추쇠고기볶음	唐辛子と牛肉の炒め

이들 표현을 명확하게 오류라 단정할 수는 없으나, 일반적으로 ‘炒め’가 단독 명사로 사용되는 경우는 많지 않다. 조어법상 한층 적절한 표현으로 ‘~の炒め物’라 하거나, 혹은 명사와 ‘炒め’를 직접 연결하는 방안을 제안한다. 이를테면 ‘고추쇠고기볶음’은 ‘고추’와 ‘쇠고기’가 동등하게 중요한 식재료로 사용되었다고 해석하기보다는 ‘쇠고기를 고추를 사용’해서 볶은 요리라 보는 것이 타당할 것이다. 그렇다면 일본어 번역어로 ‘牛肉の唐辛子炒め’처럼 번역하는 것이 의미 전달도 더욱 정확하고 음식명다운 간결한 표현이 될 수 있다.

3.3.3. 의미의 불일치

음식명 중 일부 요소가 누락(혹은 생략)되거나 잉여적으로 추가되어 원래 한국어가 뜻하는 바와 일본어 번역어의 의미가 일치하지 않는 경우가 간혹 발견되었다.

<표 3-16> 의미가 불일치된 번역 사례

한국어	일본어 번역
능금이순살돈가스	トンカツ
한방갈비탕	韓方入りカルビタン
한방닭곰탕	韓方入り鶏肉のコムタン

첫 번째 음식명 중 ‘능금이’를 생략하는 것은 충분히 있을 수 있는 번역 전략이라 하겠으나, ‘순살’ 부분까지 생략하면 한국어로 말하고자 하는 바를 제대로 전달하지 못하는 결과가 될 것이다.

‘한방’은 요리의 방식을 뜻하는 것이며 식재료가 아니다. 위와 같이 ‘韓方入り’라 표현하면 마치 식재료를 뜻하는 것처럼 들리므로 적절한 번역어라 할 수 없다.

3.3.4. 기타

이상에서 서술한 내용 외에, 보다 적절할 것으로 생각되는 번역어를 몇 가지 제안하도록 하겠다.

<표 3-17> 번역어 제안

한국어	일본어 번역	새 번역어 제안
장어덮밥	ウナギ丼	うな丼/ウナ丼
고구마순된장무침	さつまいもの芽と テンジャンの和え物	さつまいもの芽の テンジャン和え

첫째, 실제로 일본에서 사용되고 있는 음식 표현 중에서 되도록 일반적으로 더욱 많이 사용되고 있는 표현을 채택한다는 것이다. ‘ウナギ丼’과 ‘ウナ丼’ 둘 다 사용되고 있으나, ‘ウナ丼’이 간결하면서도 더욱 친숙한 표현이라 할 수 있다. 또한, ‘ウナ丼’과 ‘うな丼’ 중 어느 것을 택할지에 대해서도 심사숙고한 후에 결정할 필요가 있다.

‘둘째, 음식명으로서 더욱 적절하게, 되도록 간결하게 표현할 것을 제안하고자 한다. 가령 ‘고구마순된장무침’은 다소 긴 음식명인데, ‘さつまいもの芽とテンジャンの和え物’와 같이 하면 간결성이 떨어지며, 뭔가 음식에 대한 설명을 하는 것처럼 보인다. 조금 더 간결하게 ‘さつまいもの芽のテンジャン和え’와 같이 표현하면 보다 음식명답게 보일 것이다.

3.3.5. 결론

‘외국어메뉴판 표제어목록_일본어’의 내용은 원래 그 작업 범위가 방대한 데다, 음식명이라는 문화소는 애초에 번역의 난도가 매우 높은 작업이다. 그러한 점을 감안하면 전반적으로 무난하게 번역이 이루어져 있어, 일본인들이 어떠한 음식명인지 이해하는 데 도움을 줄 수 있을 것이다. 다만 일관성 결여의 문제, 조어의 문제, 의미 불일치의 문제 등이 발견되었으므로 그러한 점에 대해서는 면밀한 재검토와 수정, 보완이 필요할 것으로 판단된다.

4. 주요 한식명 표준 번역안 수용성 실태 조사 진행 및 분석

4.1. 연구 방법

4장에서는 순차적으로 진행한 번역안 검토, 실태 조사 및 개선 방안 제안, 홍보 방안 및 활용 지침 제안, 문화용어 번역 연구 사업 계획 수립의 단계를 자세하게 설명토록 하겠다.

4.1.1. 번역안 검토 및 조사 대상 어휘 선정

1) 번역안 검토

번역안 검토 단계에서는 다음과 같이 언어별로 국립국어원의 주요 한식명 표준 번역안을 검토하고 번역 전략별로 분류했다.

<표 4-1> 검토 대상 및 분량

해당 기관	검토대상	분량	언어
국립국어원	주요 한식명	480개	영어, 중국어, 일본어

2) 번역 전략 분류

조사 결과에 대한 분석을 위하여 한식명의 번역 전략을 분류하였으며, 번역 전략별 분류 기준은 다음과 같다. 이처럼 기존 번역안을 번역 전략별로 분류한 이유는 번역어에 대한 수용성이 전략별로 다르게 나타나는지를 설문조사를 통해 살펴보고, 수용성이 낮은 전략과 수용성이 높은 전략이 두드러지게 나타날 경우 수용성이 높은 전략을 기존의 번역안에 대한 대안으로 제시하기 위함이다.

<표 4-2> 분류 기준¹⁰⁾

번역 전략	정의	예시
1. 음역	소리 나는 대로 표기된 경우	영어: 불고기(Bulgogi) 중국어: 없음 일본어: 된장(テンジャン), 떡국(トックク)
2. 직역	원문 한식명에 표현된 재료명과 조리법에 대응하는 도착어 표현이 있어서 그대로 번역이 된 경우	영어: 갈치구이(Grilled Cutlassfish) 중국어: 불고기(烤牛肉) 일본어: 고등어구이(サバの塩焼き)
3. 대응역	해당 언어권에 맛과 모양, 조리법 등이 거의 비슷한 음식이 있고, 해당 언어권에서 실제로 사용되는 음식 이름으로 번역된 경우	영어: 없음 중국어: 인절미(打糕) 일본어: 계란찜(茶碗蒸し)
4. 의미역	이름만으로는 어떤 음식인지 파악하기 어려운 경우, 음식의 기본 의미 중심, 맛, 특징, 형태 등을 제시	영어: 가래떡 (Rice Cake Stick) 중국어: 따로국밥(汤加饭) 일본어: 부각(海藻・野菜のパリパリ揚げ)
5. 혼합형	위에서 제시한 번역 전략이 함께 사용된 경우. 음역+직역/ 음역+ 대응역/ 음역+ 의미역/ 직역+대응역/ 직역+의미역 등	영어: 더덕구이(Grilled Deodeok) 중국어: 콩나물해장국(豆芽醒酒汤) 일본어: 선짓국(ソンジスープ)

언어별 번역 전략 분류 기준에 대해 세부적으로 설명하면 다음과 같다.

(1) 영어

첫 번째 번역 전략은 음역(transliteration)이다. 음역은 원문을 소리 나는 대로 표기하는 번역 전략이다. 음역을 통해 특정 메뉴를 지속적으로 홍보할 경우 해당 용어가 하나의 브랜드처럼 인지될 수 있는 장점이 있다. 태국 음식인

10) 이은조(2016)의 분류 기준을 보완함.

‘뚝얌꿉(Tom Yam Kung)’, 헝가리 음식인 ‘굴라쉬(Goulash)’ 등 별도로 설명을 하지 않아도 이미 널리 알려져 있어 음역만으로도 식당 메뉴판에 쓰일 수 있는 경우가 이에 해당한다. 그러나 인지도가 낮은 메뉴를 음역할 경우 사진이나 설명이 충분히 제공되지 않으면 수용자가 해당 메뉴가 어떤 음식인지 알 수 없어 메뉴 선택으로 이어지지 않을 수 있다는 단점도 있다. 480개 한식 메뉴 중 음역된 메뉴는 총 8개(1.7%)로, ‘불고기(Bulgogi)’, ‘비빔밥(Bibimbap)’, ‘김치(Kimchi)’, ‘김밥(Gimbap)’ 등이 있었다. 불고기, 비빔밥, 김치 등 일부 메뉴는 이미 해외에서도 상당한 인지도를 가지고 있어 음역 전략이 자연스러울 수 있다. 그러나 김밥 등의 메뉴는 대표성을 띠는 한식으로 지정해 전략적으로 음역을 선택한 것으로 보인다. 이처럼 인지도가 아직 낮은 메뉴의 번역 전략을 음역으로 선택할 경우에는 메뉴 자체가 많은 사람들에게 알려질 수 있도록 다양한 홍보 활동이 동반되어야 할 것으로 예상된다.

두 번째 번역 전략은 직역(literal translation)이다. 직역은 원문 한식명에 표현된 재료명과 조리법에 대응하는 도착어 표현이 있어서 그대로 번역이 된 경우를 의미한다. 480개 한식 메뉴 중 직역된 메뉴는 총 196개(40.8%)로, ‘갈치구이(Grilled Cutlassfish)’ 등의 구이류, ‘낙지볶음(Stir-fried Octopus)’ 등의 볶음류, ‘장어탕(Eel Soup)’ 등의 탕류, ‘가지나물(Eggplant Salad)’ 등의 나물류가 대표적이다. 구이(grilled), 볶음(stir-fried), 탕(soup), 나물(salad) 등의 조리법에 음식 재료를 직역해서 결합한 형태이다. 언뜻 보기에는 가장 단순하면서도 이해하기 쉬운 번역 전략으로 보이지만, 생선구이를 제외하면 볶음(stir-fried), 탕(soup), 나물(salad) 등의 조리법이 해당 메뉴를 충분히 설명할 수 있을지가 의문이다. 위에서 예를 들었던 ‘낙지볶음(Stir-fried Octopus)’의 경우 한국인은 고추장으로 양념이 된 매운 음식이라는 것을 경험을 통해 알 수 있지만, 해당 메뉴를 접해본 적 없는 외국인의 경우 ‘stir-fried’라는 설명만 보고 메뉴를 선택했다가 예상과 다른 맛에 당황할 가능성이 있다. 특히 매운맛에 익숙하지 않은 외국인의 경우 음식이 매운지 여부가 메뉴 선택에 있어 중요한 요소이기 때문에 ‘spicy’와 같은 설명을 메뉴에 추가하는 것이 외국인의 이해를 도울 수 있을 것으로 판단된다.

세 번째 번역 전략은 대응역(equivalent translation)으로, 해당 언어권에 맛과 모양, 조리법 등이 거의 비슷한 음식이 있고, 해당 언어권에서 실제로 사

용되는 음식 이름으로 번역된 경우를 뜻한다. 영어 번역의 경우에는 480개 메뉴 중 완벽히 대응을 이루는 경우가 없었다. 일부 직역된 메뉴 중 ‘감자전(Potato Pancake)’, ‘계란말이(Rolled Omelet)’, ‘고기만두(Meat Dumpling)’ 등 ‘pancake’, ‘omelet’, ‘dumpling’이 포함된 메뉴를 대응역으로 보아야 하지 않느냐는 반론이 제기되었다. 그러나 위의 논리에 따르면 탕이나 국을 직역할 때 쓰인 용어인 ‘soup’이나 ‘stew’ 등이 포함된 메뉴를 모두 대응역으로 분류하게 되므로 완벽히 대응하는 메뉴의 경우만 대응역으로 분류해야 한다고 결론 내렸다. 일본어 번역이나 중국어 번역의 경우 480개 메뉴 중 대응역이 각각 22개와 19개로 분류되었는데, 이는 가까운 문화적 거리로 인해 예로부터 동일한 음식을 공유했기 때문에 완벽히 일치하는 메뉴가 있어서인 것으로 분석된다. 영어 번역의 경우 영미권과 한국 간의 문화적 거리가 아시아 국가와는 확연히 다르기 때문에 완벽히 일치하는 음식이 없어 대응역이 사용되지 않은 것이다.¹¹⁾

네 번째 번역 전략은 의미역(meaning translation)이다. 의미역은 이름만으로는 어떤 음식인지 파악하기 어려운 경우, 음식의 맛, 특징, 형태 등을 제시한 경우를 말한다. 480개 한식 메뉴 중 의미역된 메뉴는 총 233개(48.5%)로 가장 많은 비중을 차지했다. 의미역의 예시로는 ‘닭개장(Spicy Chicken Soup)’, ‘떡국(Sliced Rice Cake Soup)’, ‘마늘종무침(Spicy Garlic Stem Salad)’ 등이다. ‘떡’을 번역하면 ‘Rice Cake’이고, ‘국’은 ‘Soup’인데, 가래떡을 썰어서 끓였다는 뜻으로 ‘Sliced’라는 설명을 추가한 것이다. ‘마늘종’ 역시 ‘Garlic Stem’으로 번역되고 ‘무침’은 ‘Salad’로 번역할 수 있는데, 고추장을 넣어 매운맛을 냈다는 것을 설명하기 위해 ‘Spicy’라는 표현을 덧붙였다. 이처럼 기본적인 재료명이나 조리법 외에 음식에 대한 설명을 풀어서 추가한 경우가 의미역으로 분류된다.

그런데 국수 종류의 경우 ‘잔치국수(Banquet Noodles)’, ‘쟁반국수(Jumbo Sized Buckwheat Noodles)’, ‘칼국수(Noodle Soup)’ 등 번역 전략은 모두 의미역으로 분류되기는 하나, 어떻게 의미를 설명했는지는 모두 다르다. ‘쟁반국수(Jumbo Sized Buckwheat Noodles)’와 ‘칼국수(Noodle Soup)’는 음식

11) 닭곰탕의 경우 ‘Chicken Soup’으로 번역되었는데, ‘Chicken Soup’이 영미권에서 흔히 먹는 한식명이기는 하나, 외국인이 떠올리는 ‘Chicken Soup’의 이미지와 한국 음식 ‘닭곰탕’의 이미지가 일치하지 않기 때문에 ‘닭곰탕(Chicken Soup)’은 대응역이 아닌 의미역으로 분류되었다.

재료(예: 메밀-Buckwheat)나 조리법(예: 뜨거운 국물-Soup)에 대한 설명을 추가했다. 반면, ‘잔치국수(Banquet Noodles)’의 경우 ‘잔치(Banquet) 때 먹는 국수’라는 의미로 음식의 유래나 음식을 먹는 상황을 번역으로 풀어냈다. 그런데 과연 외국인 입장에서 이러한 번역이 무슨 음식인지 파악하는 데 도움이 될지는 의문이다. ‘잔치국수(Banquet Noodles)’와 비슷한 예로 ‘탕국(Ancestral Ritual Soup)’이 있다. 한국인의 경우에는 탕국이 제사에 올리는 국으로, ‘무와 소고기가 들어간 맑은국’이라는 점을 경험을 바탕으로 짐작할 수 있으나, 외국인의 경우에는 일단 ‘제사(Ancestral Ritual)’가 무엇인지 모르는 경우가 더 많고, ‘제사(Ancestral Ritual)’가 무엇인지 안다 하더라도, ‘Ancestral Ritual Soup’에 어떤 재료가 들어가는지 전혀 짐작할 수가 없다. 음식에 대한 설명을 추가하는 의미역이라 하더라도, 음식 재료나 조리법을 설명하는 경우가 아니면 음식에 대한 이해를 도울 수 없다는 것을 알 수 있다.

다섯 번째 번역 전략은 혼합형 번역 전략으로 음역과 직역이 함께 쓰인 경우, 음역과 의미역이 함께 쓰인 경우를 말한다. 480개 한식 메뉴 중 음역된 메뉴는 총 43개(9.0%)이다. 음역과 직역이 함께 쓰인 혼합형 번역 전략의 예로는 ‘더덕구이(Grilled Deodeok)’가 있다. 조리법인 ‘구이’는 ‘Grilled’로 직역하고 음식 재료인 ‘더덕’은 ‘Deodeok’으로 음역한 것이다. 음역과 의미역이 함께 쓰인 혼합형 번역 전략의 예로는 ‘뚝배기불고기(Hot Pot Bulgogi)’가 있다. 조리법에 해당하는 ‘뚝배기’는 ‘Hot Pot’으로 의미역하고, 음식 재료인 ‘불고기’는 ‘Bulgogi’로 음역한 것이다. 이와 같은 혼합형 번역 전략은 ‘김치’, ‘불고기’, ‘비빔밥’ 등 음역된 메뉴에 조리법이나 음식 재료가 추가된 경우에 사용되었다.

(2) 중국어

첫째, 원문의 발음을 소리 나는 대로 목표 언어로 표기하는 번역 전략인 음역이다. 원어의 발음을 목표 언어권에 그대로 전달하고 정착시킬 수 있다는 장점이 있다. 중국어권에서 대표적으로 수용되고 있는 음역 음식명으로는 ‘比萨(피자)’, ‘汉堡(햄버거)’ 등이 있다. 다만, 음역의 경우 목표 언어권에 정착되기까지 시간이 많이 소요되고, 낯선 식문화에 두려움을 가진 사람들이 익숙하지 않은 음식명에 거부감을 가질 가능성도 있다. 특히 타 언어권에 비해 음역 사

용에 상대적으로 보수적인 중국어권은 되도록 음역보다는 해당 음식의 재료나 특성을 살린 번역이 비교적 쉽게 수용되는 경향이 있다. 때문에 480개 한식 메뉴 중 순수하게 음역만을 전략을 취한 경우는 한 건도 없었다. 음역을 하더라도 뒤에 음식의 종류를 나타내는 어휘를 첨가한 경우가 대부분이었는데, ‘막걸리(马格利酒)’가 대표적인 예이다.

둘째, 원문에 표현된 재료, 조리법, 형태 등을 그대로 목표 언어로 옮기는 직역이다. 중국어의 경우 직역이 480개 중 총 370개(77.08%)로 가장 많은 비중을 차지했다. 예를 들어, ‘새우구이(烤虾)’, ‘꽃게탕(花蟹汤)’, ‘골뱅이무침(凉拌海螺)’ 등이 있다. 직역은 음식의 재료나 조리법을 노출시켜 한식을 외국인이 접근하기 쉽게 만들어준다는 장점이 있다. 다만, 같은 아시아 문화권에 속해 있는 중국의 경우, 한식을 직역했을 때 동일한 명칭의 음식이 중국어권에 이미 존재해 양자 간 구별이 어려울 가능성이 있다. 그 대표적인 예가 ‘호박죽(南瓜粥)’이다. 한국의 호박죽은 호박을 갈아 그 모양이 드러나지 않게 끓이지만, 중국의 호박죽은 찹쌀이나 쌀죽에 호박을 썰어 넣는 방식이다. 동일한 ‘호박죽’이지만 조리법이 달라 실제 음식점에서 외국인이 주문 시 기대 결과가 다를 수 있다. 이처럼 동일한 명칭임에도 조리법 혹은 형태가 달라 오인의 여지를 줄 수 있는 사례는 한식명 직역 시 해결해야 할 문제이기도 하다. 이밖에 한식명이 한자로 되어 있는 경우 이를 그대로 사용한 번역안이 있는데, ‘한정식(韩定食)’, ‘탕평채(荡平菜)’, ‘소탕(素汤)’, ‘구절판(九折坂)’ 등이 있다. 중국어권과 한국의 한자 공유로 생긴 현상인데 글자 그대로 옮긴 것에 해당되므로 이 역시 직역의 범주에 포함시켰다.

셋째, 중국어권에 유사한 음식이 있거나 이미 널리 사용되고 있는 명칭이 있을 경우 이를 차용하는 대응역이다. ‘유과(油蜜果)’, ‘만두(饺子)’, ‘인절미(打糕)’, ‘순대(血肠)’와 같이 전통적인 중국어권 음식을 적용한 번역안이 대응역에 해당된다.

대응역은 중국어권 사람들에게 비교적 친숙하게 한식을 접근시킬 수 있다는 장점이 있는 반면, 중국어권의 음식과 한식과의 차별성 문제가 있다. 중국어권 아시아권에 인접 국가라 식문화에서 유사한 점이 많다 보니 대응역이 적용된 한식 중 상당수가 중국어권 해당 명칭 음식과 조리법, 맛, 식감 등이 유사했다. 다만 유과 등 몇몇 한과류의 경우 한국의 것과 중국의 것이 재료나 형태

등에서 차이점을 보였다.

넷째, 한식명만으로 음식에 대한 정보를 추측하기 어려워 그 음식의 맛, 조리법, 재료 등을 추가로 제시한 의미역이다. 한식명 중에는 너비아니, 곰탕, 콧등치기 국수, 동그랑땡과 같이 한식에 대한 지식이 없는 경우 명칭만으로는 음식에 대한 충분한 정보를 얻기 어려운 것이 있다. 이러한 경우 번역에 음식에 대한 정보를 추가하면 외국인의 이해를 도울 수 있다. 너비아니는 궁중에서 먹었던 저민 쇠고기 양념구이라는 정보를 한식명에서는 알 수 없으므로 ‘宮廷(궁중)’과 ‘烤牛肉(쇠고기 구이)’의 의미를 조합하여 번역하였다. 마지막 다섯째, 위의 음역, 직역, 대응역, 의미역 중 2가지 이상의 전략을 혼합하여 사용한 혼합형 번역 전략이다. 한식의 명칭을 음역으로 살리고 음식의 종류를 추가해주는 ‘음역+의미역’, 중국어권에 대체 음식명이 있어 일부는 차용하고 직역을 덧붙인 ‘대응역+직역’, 일부 재료를 직역하고 추가적 의미를 더해 번역한 ‘직역+의미역’ 등의 유형이 있었다. 구체적인 예시로 ‘경단 (琿団糕)’(琿団(직역)+糕(의미역)), ‘초당 순두부 (草堂嫩豆腐)’(草堂(직역)+嫩豆腐(대응역)), ‘순댓국 (血腸湯)’(血腸(대응역)+湯(직역)), ‘샐러드김밥 (沙拉紫菜卷飯)’(沙拉(음역)+紫菜卷飯(의미역)) 등이 있다.

(3) 일본어

일본어 번역안에서 한식명을 한국어의 발음 그대로 일본어로 표기한 경우는 모두 음역으로 분류하였다. 예를 들어 ‘비빔밥(ビビンバ)’, ‘육회(ユッケ)’, ‘순두부찌개(スンドゥブチゲ)’, ‘수정과(スジョンガ)’, ‘가래떡(カレットク)’ 등과 같은 어휘가 이에 해당한다. 음역은 전체 480개 어휘 중, 총 55개(11.5%)로 전체 번역 전략 중 세 번째로 높은 비중을 차지했다.

다음으로 원문 한식명에 표현된 재료명과 조리법에 대응하는 도착어 표현이 있어서 그대로 번역이 된 경우는 일본 현지에 해당 한식과 비슷한 음식이 존재하든 하지 않든 직역으로 분류하였다. 예를 들어 ‘장어구이(ウナギ焼き)’, ‘제육볶음(豚肉炒め)’, ‘삼계죽(鶏肉と高麗人蔘のお粥)’, ‘약과(菓菓)’, ‘매실장아찌(梅の漬物)’ 등과 같은 어휘가 이에 해당한다. 이에 대해 좀 더 자세히 설명하면, 장어구이는 일반적으로 일본에서 ‘가바야키(かば焼き)’라 불리는데, 이처럼 일본에서 사용되는 표현이 있음에도 그러한 표현으로 번역하지 않고 장어(재료)

를 나타내는 일본어 표현 ‘우나기(うなぎ)’와 구이(조리법)를 나타내는 일본어 표현 ‘야키(焼き)’를 사용하여 번역되었기 때문에 직역으로 분류하였다. 그리고 삼계죽처럼 ‘닭고기와 고려인삼 죽(鶏肉と高麗人蔘のお粥)’으로 한자가 내포한 의미를 번역했을 때 각각의 의미가 직접적인 대응이 되는 경우에는 직역으로 분류했다. 또한 ‘약과(菓菓)’처럼 원문 한식명의 한자를 그대로 번역 표현에 사용한 어휘도 직역으로 분류했다. 직역 어휘는 총 189개(39.4%)로 전체 번역 전략 중 가장 많은 비중을 차지했다.

대응역은 해당 언어권에 맛과 모양, 조리법 등이 거의 비슷한 음식이 있고, 해당 언어권에서 실제로 사용되는 음식 이름으로 번역된 경우에 대응역으로 분류했는데, 예를 들어 ‘계란말이(다마고야키, 卵焼き)’, ‘메밀국수(소바, そば)’, ‘경단(당고, 団子)’, ‘다식(라쿠간, らくがん)’ 등이 있다. 이 어휘들의 일본어 번역명은 일본에 실재하는 음식 이름 중, 가장 비슷한 음식의 명칭을 사용한 것이다. 대응역 어휘는 총 19개(4.0%)로 전체 번역 전략 중 가장 적은 비중을 차지했다.

의미역은 이름만으로는 어떤 음식인지 파악하기 어려운 경우, 음식의 기본 의미를 중심으로 맛, 특징, 형태 등을 제시하여 번역한 경우에 해당한다. 이때 원문에 없는 단어나 설명 표현 등이 번역 표현에 나타날 경우에는 의미역으로 분류했다. 예를 들어 ‘신선로(宮中鍋)’, ‘너비아니(宮中焼き肉)’, ‘부각(海藻・野菜のパリパリ揚げ)’, ‘연포탕(テナガダユスープ)’, ‘오이선(飾りキュウリの甘酢がけ)’ 등이 이에 해당한다. 이 중 신선로는 궁궐에서 먹던 요리임을 나타내는 의미의 ‘규추나베(宮中鍋, 궁중냄비)’로 번역되었고, 이는 원문 어휘에는 없는 단어를 조어하여 표현되었으므로 의미역으로 분류하였다. 연포탕은 원래 ‘연포’가 ‘얇게 썬 두부를 꼬치에 꽂아 기름에 지진 다음 닭국에 넣고 끓인 음식’을 의미하지만, 실생활에서 먹는 연포탕은 낙지가 들어가는 요리로 널리 알려져 있다. 이에 번역 표현에는 핵심적인 식재료인 낙지를 나타내는 일본어 표현 ‘데나가다코(テナガダコ)’가 포함되어 있어 의미역으로 분류하였다. 또한 ‘부각’의 번역 표현에서 ‘해초·채소의 바삭바삭 튀김(海藻・野菜のパリパリ揚げ)’처럼 설명 방식으로 풀이하여 번역된 어휘도 의미역으로 분류했다. 의미역 어휘는 총 44개(9.2%)로 전체 번역 전략 중 네 번째의 비중을 차지했다.

마지막으로 전술한 네 가지 번역 전략이 혼합되어 나타난 경우는 혼합형 번역 전략으로 분류하였다. 예를 들면 ‘배추김치(白菜キムチ)’는 직역(배추=白菜)과 음

역(김치=キムチ)이 함께 사용되어 혼합형으로 분류하였고, ‘새우젓(アミの塩辛)’은 직역(새우=アミ)과 대응역(젓=塩辛)이 함께 사용되어 혼합형으로 분류했다. 혼합형 어휘는 총 173개(36.0%)로 전체 번역 전략 중 두 번째로 높은 비중을 차지했다.

이와 같은 기준을 토대로 각각의 어휘를 분류한 번역 전략 분류 결과를 언어별로 비교해 보면 다음과 같다.

<표 4-3> 번역 전략 분류 결과

번역 전략	영어	중국어	일본어
1. 음역	8	0	55
2. 직역	196	361	189
3. 대응역	0	22	19
4. 의미역	233	40	44
5. 혼합형	43	25	173
미정	0	32 (김치 관련)	0
합계	480개	480개	480개

문화적인 특성상 중국어 한식명에는 음역이 전혀 없었고, 영어는 대응역이 없는 것으로 나타났다. 중국어의 경우 김치 관련 한식명이 미정으로 되어 있어, 김치 관련 한식명은 번역 전략 분류에서 제외되었다.

4.1.2. 실태 조사

한식명 표준 번역안이 적절하게 번역되었는지를 알아보기 위한 실태 조사는 예비 조사와 본조사 두 단계에 걸쳐 진행되었다.

1) 예비 조사

본 설문을 실시하기 전에 응답자들이 설문 문항을 이해하는 데 문제가 없는지 검토하고 적절한 설문 방법을 파악하기 위해 다음과 같이 예비 조사를 실시했다.

<표 4-4> 예비 조사 개요



구분	내용
조사 대상 국가	영어(미국)·중국어(중국 본토)·일본어(일본) 3개 언어권
조사 대상 프로파일	-언어권별 19세 이상 성인 남녀(남녀 성비 균등) 50명 -40대를 기준으로 40대 미만/40대 이상의 특정 연령대에 치우치지 않게 분포 -한국 거주 경험이 없는 자
조사 기간	2017년 8월 셋째 주
조사 대상 어휘 수 ¹²⁾	20개 (불고기, 삼겹살, 삼계탕, 양념치킨, 잡채, 비빔냉면, 비빔밥, 떡볶이, 빈대떡, 호박죽, 더덕구이, 추어탕, 초당순두부, 오미자화채, 곱창전골, 짬밥, 다식, 고기만두, 유과, 콩나물해장국)

예비 조사 방법으로 대면 조사와 온라인 조사 방식이 제안되었으나, 대면 조사의 경우 응답자의 대표성을 담보하기가 어렵고, 설문에 대해 긍정적으로 응답하는 편향이 나타날 여지가 있다는 이유로 온라인 조사만 실시하기로 결정했다. 예비 조사에서는 어떤 식으로 질문을 하고 보기를 제공해야 가장 적절한 응답이 나올 수 있을지 살펴보기 위해 번역어의 적절성을 음식 이미지 제시 전과 후로 각각 나누어 물어보기로 했다. 구체적인 항목의 예는 다음과 같다.

<표 4-5> 예비 조사 항목 예시

구분	내용
A타입	다음 음식명으로 “Grilled Deodeok”은 어떠한가? 1. 뜻을 알기 쉽고 표현이 자연스럽다 2. 뜻은 알겠으나 표현이 어색하다 3. 뜻도 모르겠고 표현도 어색하다

12) 번역 전략을 우선시하여 분류한 후, 각각의 번역 전략 중에서 음식 종류(국, 탕, 밥 등)를 균등하게 배분하여 조사 대상 한식명을 선정했다.

																		
B타입	<p>다음 음식 이름을 보고 아래 질문에 응답해 주세요 “Grilled Deodeok”</p>																	
	<table border="1"> <tr> <th data-bbox="387 763 703 884">(1) 음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다</th> <th data-bbox="703 763 831 884">전혀 그렇지 않다</th> <th data-bbox="831 763 959 884">그렇지 않은 편이다</th> <th data-bbox="959 763 1086 884">보통이다</th> <th data-bbox="1086 763 1214 884">그런 편이다</th> <th data-bbox="1214 763 1342 884">매우 그렇다</th> </tr> <tr> <td data-bbox="387 884 703 920">1</td> <td data-bbox="703 884 831 920">2</td> <td data-bbox="959 884 1086 920">3</td> <td data-bbox="1086 884 1214 920">4</td> <td data-bbox="1214 884 1342 920">5</td> </tr> <tr> <th data-bbox="387 920 703 996">(2) 음식명 표현이 자연스럽다</th> <td data-bbox="703 920 831 996">1</td> <td data-bbox="831 920 959 996">2</td> <td data-bbox="959 920 1086 996">3</td> <td data-bbox="1086 920 1214 996">4</td> <td data-bbox="1214 920 1342 996">5</td> </tr> </table>	(1) 음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다	1	2	3	4	5	(2) 음식명 표현이 자연스럽다	1	2	3	4	5
	(1) 음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다												
	1	2	3	4	5													
	(2) 음식명 표현이 자연스럽다	1	2	3	4	5												
<p>다음은 ‘Grilled Deodeok’ 에 대한 설명입니다. 음식 사진을 고려하였을 때 한식명 “Grilled Deodeok”은 어떠한지 응답해 주세요.</p>																		
<div data-bbox="387 1211 655 1556">  </div> <table border="1"> <tr> <th data-bbox="387 1570 703 1691"></th> <th data-bbox="703 1570 831 1691">전혀 그렇지 않다</th> <th data-bbox="831 1570 959 1691">그렇지 않은 편이다</th> <th data-bbox="959 1570 1086 1691">보통이다</th> <th data-bbox="1086 1570 1214 1691">그런 편이다</th> <th data-bbox="1214 1570 1342 1691">매우 그렇다</th> </tr> <tr> <td data-bbox="387 1691 703 1767">(1) 음식명이 사진의 음식을 잘 표현한다</td> <td data-bbox="703 1691 831 1767">1</td> <td data-bbox="831 1691 959 1767">2</td> <td data-bbox="959 1691 1086 1767">3</td> <td data-bbox="1086 1691 1214 1767">4</td> <td data-bbox="1214 1691 1342 1767">5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="387 1767 703 1843">(2) 음식명 표현이 자연스럽다</td> <td data-bbox="703 1767 831 1843">1</td> <td data-bbox="831 1767 959 1843">2</td> <td data-bbox="959 1767 1086 1843">3</td> <td data-bbox="1086 1767 1214 1843">4</td> <td data-bbox="1214 1767 1342 1843">5</td> </tr> </table>		전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다	(1) 음식명이 사진의 음식을 잘 표현한다	1	2	3	4	5	(2) 음식명 표현이 자연스럽다	1	2	3	4	5
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다													
(1) 음식명이 사진의 음식을 잘 표현한다	1	2	3	4	5													
(2) 음식명 표현이 자연스럽다	1	2	3	4	5													

A 타입의 설문 방식은 보기의 수가 적어서 응답자의 부담이 적어 응답의 신뢰성을 제고하는 특징이 있다. 또한, 선택지 자체에 의미와 표현이 조합되어 있어 상황 파악이 용이하다는 장점도 있다. 그러나 척도 방식이 아니어서 설문 결과를 수치화하기 어렵다는 단점이 제기되었다. B 타입의 설문 방식은 척도 방식이라 설문 결과를 수치화하기 좋고, 응답자의 반응을 음식 이미지 제시 전후로 비교 가능하다는 장점이 있다. 그러나 문항 수가 많아서 응답자의 피로도가 증가한다는 단점이 있을 수 있다고 지적되었다.

예비 조사 결과 두 가지 타입의 설문 방식의 장점만을 취하기 위해 A 타입처럼 사진과 번역어를 함께 제시하고, 4점 척도를 제시하기로 했다. 예비 조사에서는 ‘보통’이 포함된 5점 척도 방식을 택했으나, 응답자가 피로도로 인해 ‘보통’을 많이 선택할 여지가 있다고 판단되어 본조사에서는 ‘보통’을 제외한 4점 척도를 사용하기로 결정한 것이다. 또한, 응답자의 피로도를 최대한 낮추기 위해 응답자를 두 그룹으로 나누어 응답자 한 명당 50문항을 질문하되, 한식명 하나당 150명의 평가 결과가 취합될 수 있도록 조사를 설계하기로 했다.

2) 본조사

이상의 예비 조사 결과를 바탕으로 실시된 본조사는 온라인 설문으로 실시되었으며, 본조사에서는 한식 사진과 함께 한식명 표준 번역안이 적절하게 번역되었는지 한식명 100개에 대해 질문했다.

(1) 조사 목적

본조사는 영어, 중국어, 일본어로 번역된 한국 음식명에 대한 원어민의 수용성을 조사하여 현재 수용성 수준을 확인하고 향후 번역 전략 수립 시 활용 가능한 자료를 제공하는 것이 그 목적이다.

(2) 조사 설계

본조사의 개요는 다음과 같다.

<그림 4-1> 본조사 개요

조사 대상	▶ 한국 거주 경험 없는 19세 이상 원어민 (영어/일본어/중국어)
조사 국가	▶ 총 6 개국 - 영어 : 미국, 영국, 호주 - 중국어 : 중국, 대만 - 일본어 : 일본
표본 추출	▶ 국가, 성별/연령별 할당 추출
표본 크기	▶ 총 900명 (각 언어권별 300명)
조사 방법	▶ 인터넷 조사 (CAWI : Computer Aided Web Interview)
자료 수집 방법	▶ 구조화된 질문지를 통한 정량 조사
조사 일시	▶ 2017년 9월 6일 ~ 9월 15일
조사 기관	▶ (주) 한국리서치 (해외 실사 기관 : Light Speed)

이상의 설계 내용을 바탕으로 다음과 같이 설문대상을 설정했다.

<표 4-6> 본조사 설문 대상 구성

	Base=전체	사례수(명)	비율(%)
	■ 전체 ■	900	100.0
성별	남자	450	50.0
	여자	450	50.0
연령	19-29세	180	20.0
	30대	180	20.0
	40대	180	20.0
	50대	180	20.0
	60대 이상	180	20.0
국가	미국	100	11.1
	호주	100	11.1
	영국	100	11.1
	일본	300	33.3
	중국	240	26.7
	대만	60	6.7

각 언어권별 세부 응답자 구성(성/연령)은 다음과 같다.

<표 4-7> 본조사 세부 응답자 구성

<단위:명>	전체	남	여
전체	300	150	150
19-29세	60	30	30
30대	60	30	30
40대	60	30	30
50대	60	30	30
60대 이상	60	30	30

(3) 조사 방법


언어별로 조사 음식명을 100개씩 선정하여 개별 음식에 대한 ‘의미’(음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다)와 ‘표현’(음식명 표현이 영어/일본어/중국

어로 자연스럽다)의 적합성에 대해 질문하였다. 응답자의 피로를 줄이고, 조사 자료의 신뢰성을 확보하기 위해 언어별 응답자 집단을 2개로 나누고 각 응답자가 50개 음식에 대해 응답하게 하였다. (개별 음식에 대한 평가 인원수: 150명)

질문 시 번역 음식명과 음식의 이미지를 제시하였으며, 번역 음식명에 대한 평가를 위해 음식에 대한 부연설명은 제시하지 않았다. 원어민의 직관적인 언어 평가인 점을 고려하여 ‘보통이다’를 제외한 4점 척도 문항으로 질문하였다.

본조사의 구체적인 조사 항목은 다음과 같다.

<표 4-8> 본조사 항목 내용

B1. 다음 한식명으로 “Grilled Deodeok”은 어떠한가?				
	전혀 않다	그렇지 않은 편이다	그런 편이다	매우 그렇다
1-1. 한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다	1	2	3	4
1-2. 한식명 표현이 자연스럽다	1	2	3	4

(3) 주요 용어 및 정의

주요 용어 및 정의는 다음과 같다.

① 번역 수용성 (의미) : 해당 언어권 19세 이상 원어민 중 해당 번역 표기를 보고 음식에 대해 알 수 있다고 응답한 자(의 비율)

<표 4-9> 본조사 의미 항목 언어별 번역

음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다 <의미>	
영어	I can identify what the food is by its name
일본어	料理名を読んでどんな料理かが分かる
중국어(중국)	看到菜名就会知道是什么菜。
중국어(대만)	看到菜名就會知道是什麼菜。

② 번역 수용성 (표현): 해당 언어권 19세 이상 원어민 중 해당 번역 표기의 표현이 해당 언어로 자연스럽다고 응답한 자(의 비율)

<표 4-10> 본조사 표현 항목 언어별 번역

음식명 표현이 영어/일본어/중국어로 자연스럽다 <표현>	
영어	The name sounds natural in English
일본어	料理名の表現が日本語として自然だと思う
중국어(중국)	菜谱的汉语标示很自然。
중국어(대만)	菜譜的中文標示很自然。

③ 긍정 응답률: 조사 대상 원어민의 의미와 표현에 대한 답변 항목 중, ‘매우 그렇다’, ‘그런 편이다’라는 긍정적인 항목에 응답한 자(의 비율)

(4) 어휘 선정 기준

본조사에 포함된 한식명의 선정 기준은 다음과 같다.

<표 4-11> 본조사 대상 어휘 선정기준

구분	내용
공통 한식명 55개	<ul style="list-style-type: none"> - 한국관광공사 ‘2017 외래 관광객 음식관광 실태 조사’의 인기 음식: 1.불고기, 2.삼겹살, 3.돌솥밥, 4.치킨, 5.비빔밥 - 「아름다운 한국 음식 100선」한국전통 음식연구소(2007)의 ‘외국인이 좋아하는 음식 베스트12’: 1.비빔밥, 2.삼계탕, 3.쇠갈비구이, 4.김밥, 5.순두부찌개, 6.해물파전, 7.호박죽, 8.잡채, 9.배추김치, 10.냉면, 11.불고기, 12.호박떡 - 주현철(2014) 논문의 “한국 음식 중 가장 대표적인 음식이라고 생각하는 음식에 대한 조사 결과”: 김치, 떡볶이, 한과,

	빈대떡, 김, 제육볶음, 찜밥 - 네이버 “외국인 선호 음식”으로 검색된 동영상: 1.고기(삼겹살, 갈비 등) 2.비빔밥 3.치킨 4.떡볶이 5.순두부찌개 - 나머지는 음식 종류별로 고르게 선택
언어별 한식명 45개	- 언어별로 번역된 한식명의 번역 전략(음역, 직역, 대응역, 의미역, 혼합형)이 비율적으로 골고루 들어갈 수 있도록 함 - ‘주현철(2015) 세대별 한국 음식 기호도’ 논문의 분류 기준을 바탕으로 다음과 같이 음식을 6가지 종류로 분류하고, 번역 전략별로 선정한 어휘가 6가지 종류의 분포에서도 가능한 편중되지 않도록 선정함 ① 밥, 죽, 면 ② 국, 탕, 찌개, 전골 ③ 찜, 조림, 볶음, 구이, 전, 튀김, 나물, 무침, 적, 꼬치 ④ 회, 김치, 장, 장아찌, 젓갈 ⑤ 떡, 한과, 음청류 ⑥ 상차림, 만두, 기타

상기 기준으로 본조사 대상 어휘 100개를 두 개의 그룹(A그룹: 공통 어휘 28개 + 22개 = 50개, B그룹: 공통 어휘 27개 + 23개 = 50개)으로 나누어 조사했다. 언어별 본조사 대상 어휘는 다음과 같다.

<표 4-12> 언어별 본조사 대상 어휘

공통어휘			
한식명	영어	중국어	일본어
더덕구이	Grilled Deodeok	烤沙参	蔓人蔘焼き
불고기	Bulgogi	烤牛肉	ブルゴギ
삼겹살	Grilled Pork Belly	烤五花肉	サムギョプサル
감자탕	Pork Back-bone Stew	脊骨土豆汤	カムジャタン
곰탕	Beef Bone Soup	精熬牛骨汤	コムタン
떡국	Sliced Rice Cake Soup	年糕汤	トックク
떡만둣국	Sliced Rice Cake and	年糕饺子汤	餅と餃子のスープ

	Dumpling Soup		
삼계탕	Ginseng Chicken Soup	参鸡汤	サムゲタン
추어탕	Loach Soup	泥鳅汤	どじょうスープ
콩나물국	Bean Sprout Soup	豆芽汤	豆もやしスープ
콩나물해장국	Bean Sprout Hangover Soup	豆芽醒酒汤	豆もやし 酔い覚ましスープ
김	Laver	海苔	のり
양념치킨	Seasoned Fried Chicken	调味炸鸡	ヤンニョムチキン
초당순두부	Chodang Soft Bean Curd	草堂嫩豆腐	チョダン スンドゥブ
깍두기	Diced Radish Kimchi	萝卜块泡菜	カクトウギ
배추김치	Kimchi	白菜泡菜	白菜キムチ
골뱅이무침	Spicy Sea Snail Salad	凉拌海螺	つぶ貝の和え物
도토리묵	Acorn Jelly Salad	橡子凉粉	どんぐりこんにゃく の和え物
잡채	Stir-fried Glass Noodles and Vegetables	什锦炒粉丝	チャプチェ
해파리냉채	Chilled Jellyfish Salad	凉拌海蜇	クラゲの冷菜
경단	Sweet Rice Balls	琼团糕	団子
가래떡	Rice Cake Stick	长条年糕	カレトク
고기만두	Meat Dumpling	肉饺	肉餃子
메밀국수	Buckwheat Noodles	荞麦面	そば
비빔냉면	Spicy Buckwheat Noodles	拌冷面	混ぜ冷麺
칼국수	Noodle Soup	刀切面	カルグクス
콩국수	Noodles in Cold Soybean Soup	豆汁面	豆乳素麺
김밥	Gimbap	紫菜卷饭	キンパブ

돌솥비빔밥	Hot Stone Pot Bibimbap	石锅拌饭	石焼きビビンバ
비빔밥	Bibimbap	拌饭	ビビンバ
쌈밥	Leaf Wraps and Rice	蔬菜包饭	野菜包みご飯
회덮밥	Raw Fish Bibimbap	生鱼片盖饭	刺身丼
낙지볶음	Stir-fried Octopus	辣炒章鱼	テナガダユ炒め
떡볶이	Stir-fried Rice Cake	辣炒年糕	トッポッキ
제육볶음	Stir-fried Pork ¹³⁾	辣炒猪肉	豚肉炒め
수정과	Cinnamon Punch	生姜桂皮茶	スジョングァ
오미자화채	Omija Punch	五味子甜茶	五味子ポンチ
간장게장	Soy Sauce Marinated Crab	酱生蟹	カンジャンケジャン
고추장	Red Chili Paste	辣椒酱	ユチュジャン
소고기산적	Beef Skewers	牛肉烤串	牛肉の串焼き
계란말이	Rolled Omelet	鸡蛋卷	卵焼き
모듬전	Assorted Savory Pancakes	煎饼拼盘	チヂミの盛り合わせ
빈대떡	Mung Bean Pancake	绿豆煎饼	ピンデトク
해물파전	Seafood and Green Onion Pancake	海鲜葱煎饼	海鮮とねぎのチヂミ
곱창전골	Beef Tripe Hot Pot	肥肠火锅	ユプチャンの寄せ鍋
콩조림	Braised Beans	酱黄豆	豆の煮付け
호박죽	Pumpkin Porridge	南瓜粥	カボチャ粥
순두부찌개	Soft Bean Curd Stew	嫩豆腐锅	スンドゥブチゲ
갈비찜	Braised Short Ribs	炖牛排骨	カルビの蒸し物

닭볶음탕	Spicy Braised Chicken	辣炖鸡块	鶏肉の炒め煮		
보쌈	Napa Wraps with Pork	菜包肉	ポサム		
다식	Tea Confectionery	茶食	らくがん		
유과	Fried Rice Sweet	油蜜果	油菓		
광어회	Sliced Raw Flatfish	左口鱼生鱼片	ヒラメの刺身		
육회	Beef Tartare	生拌牛肉	ユッケ		
언어별 선정 어휘					
영어		중국어		일본어	
한식명	번역안	한식명	번역안	한식명	번역안
모던불고기	Modern Bulgogi	수제비	面片汤	너비아니	宮中焼き肉
김치김밥	Kimchi Gimbap	잔치국수	喜面	떡갈비	粗挽きカルビ焼き
샐러드김밥	Salad Gimbap	감자옹심이	土豆粉团汤	장어구이	ウナギ焼き
충무김밥	Chungmu Gimbap	따로국밥	汤加饭	대구매운탕	たらの辛味スープ
치즈김밥	Cheese Gimbap	멸치주먹밥	鯷鱼饭团	미역오이냉국	ワカメとキュウリの冷製スープ
소고기편채	Sliced Beef with Vegetables	샐러드김밥	沙拉紫菜卷饭	선짓국	ソンジスープ
대구매운탕	Spicy Codfish Stew	우렁된장비빔밥	田螺大酱拌饭	쇠고기육개장	牛肉のユッケジャン
순댓국	Blood Sausage Soup	잣죽	松仁粥	시금치된장국	ほうれん草テンジャンクク
영양한우갈비탕	Nutritious Korean Beef Rib Soup	꼬리곰탕	精熬牛尾汤	연포탕	テナガダユスープ
송어만두	Trout Dumpling	닭개장	香辣鸡丝汤	영양한우갈비탕	栄養韓牛カルビタン
바지락칼국수	Noodle Soup with Clams	도가니탕	牛膝骨汤	구절판	クジヨルパン
굴국밥	Oyster	순댓국	血肠汤	배추겉절이	浅漬け白菜

	and Rice Soup				
돼지고기볶음	Stir-fried Pork	육개장	香辣牛肉汤	상추겉절이	サンチュの和え物
매실차	Green Plum Tea	탕국	祭祀汤	가지나물	なすのナムル
불낙전골	Bulgogi and Octopus Hot Pot	불낙전골	烤牛肉章鱼火锅	무지개떡	虹色のシルトク
새우젓	Salted Shrimp	신선로	神仙炉	송편(콩)	豆ソンピョン
계란찜	Steamed Eggs	수육	白切肉	열무국수	大根若菜キムチ素麺
모듬회	Assorted Sliced Raw Fish	아귀찜	辣炖安康鱼	올챙이국수	とうもろこし麺
너비아니	Marinated Grilled Beef Slices	오징어순대	鱿鱼血肠	황태비빔막국수	スケトウダラ入り混ぜそば
닭곰탕	Chicken Soup	코다리찜	炖半干明太鱼	곤드레나물밥	コンドゥレナムルご飯
탕국	Ancestral Ritual Soup	우엉조림	酱牛蒡	우거지사골국밥	白菜入り牛骨クッパ
과메기	Half-dried Saury	도치두루치기	辣炒圆鳍鱼	치즈김밥	チーズキンパブ
동치미	Radish Water Kimchi	오리주물럭	调味炒鸭肉	콩나물국밥	豆もやしクッパ
무생채	Julienne Radish Fresh Salad	너비아니	宫廷烤牛肉	두부김치	豆腐キムチ
무말랭이무침	Dried Radish Salad	떡갈비	牛肉饼	순대볶음	スンデ炒め
약식	Sweet Rice with Nuts and Jujubes	소고기편채	肉片菜丝	한정식	韓定食
우거지사골국밥	Napa Cabbage and Rice Soup	동태전	香煎明太鱼片	단호박식혜	かぼちゃのシケ
주먹밥	Riceball	메밀전병	荞麦煎饼	매실장아찌	梅の漬物
한정식	Korean Table	육전	香煎肉片	단군신화전	檀君神話チヂミ

	d'hote				
막걸리	Unrefined Rice Wine	나물	素菜	부각	海藻・野菜のパリパリ揚げ
양념게장	Spicy Marinated Crab	오이선	黄瓜膳	쥐포튀김	カワハギ天ぷら
동그랑땡	Meat Fritters	탕평채	蕩平菜	신선로	宮中鍋
부대찌개	Sausage Stew	홍어적	斑鰾烤串	새우젓	アミの塩辛
오징어순대	Stuffed Squid	강된장	调味大酱	갈치조림	太刀魚の煮付け
족발	Braised Pigs' Feet	새우젓	虾酱	소고기 메추리알장조림	牛肉とうずらの卵の煮付け
약과	Honey Cookie	물회	水拌生鱼片	삼계죽	鶏肉と高麗人蔘のお粥
아바이순대	Abai Blood Sausage	수수부꾸미	高粱煎糕	팔죽	小豆粥
열무김치	Young Summer Radish Kimchi	약식	韩式八宝饭	동태찌개	スケトウダラチゲ
김치말이국수	Kimchi Noodles	인절미	打糕	머릿고기	ゆで頭部肉
김치찌개	Kimchi Stew	막걸리	马格利酒	묵은지찜	熟成キムチの蒸し物
오리불고기	Duck Bulgogi	식혜	甜米露	문어삼합	タユのサムハブ
감자전	Potato Pancake	산자	饊子油蜜果	코다리찜	半干しスケトウダラの蒸し物
백김치	White Kimchi	구절판	九折坂	황기닭백숙	黄耆入り鶏肉の水炊き
동태전	Pan-fried Battered Pollack Fillet	물만두	水餃	매작과	梅雀菓
호박전	Pan-fried Battered Zucchini	한정식	韩定食(韩式套餐)	물회	刺身入り冷やしスープ

- 13) ‘제육볶음’의 번역안은 ‘Spicy Stir-fried Pork’이지만, 연구를 진행하는 과정에서 착오가 발생해 ‘Stir-fried Pork’로 잘못 표기된 상태에서 실태 본조사 및 관련 분석 작업 등이 이루어졌다. 이러한 오번역안 제시로 연구 자체에 영향을 끼칠 수 있으나, 조사 결과를 해석하는 데에 주력하였음을 밝혀 둔다.

4.2. 본조사 결과 및 분석

4.2.1. 영어 번역 전략별 수용성

영어권에서 조사된 번역 한식명 100개 중 46개가 의미역으로 비중이 가장 컸고, 이후 직역 34개, 혼합형 번역 전략 12개, 음역 8개의 순이었다. 영어권 조사 어휘에는 ‘대응역’ 전략으로 번역된 어휘는 없었다.

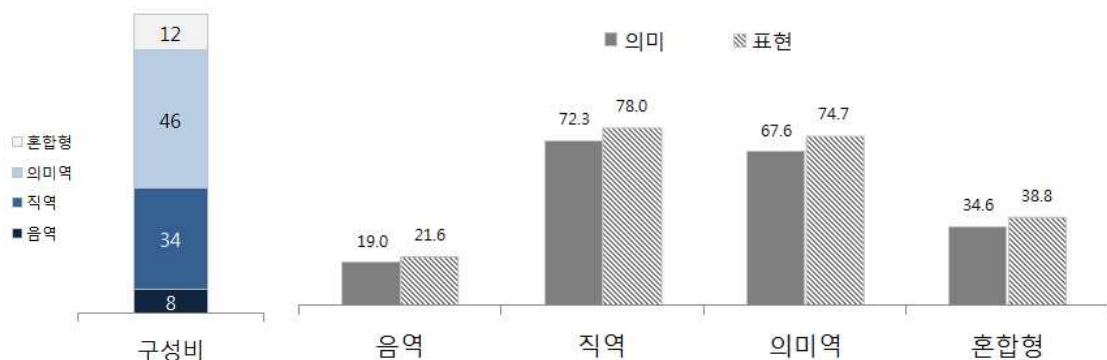
전략별 수용성은 각 전략에 해당되는 개별 어휘의 ‘의미 수용성’과 ‘표현 수용성’에 대한 평균 긍정 응답률을 의미한다. 영어권에서는 직역된 한식명이 의미 전달과 표현의 측면에서 가장 수용성이 높았고, 의미역 어휘도 ‘의미’(한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다)와 ‘표현’(한식명 표현이 영어로 자연스럽다)에서 긍정 응답률이 높은 편이었다. 반면, 음역된 한식명의 수용성은 응답자의 약 20% 정도로 전략 중 가장 낮았다.

한편, 의미 수용성과 표현 수용성에 대해 비슷하게 응답하여 의미에 대한 수용성이 낮으면 표현에 대해서도 부정적으로 응답하는 경향이 있다. 의미역은 의미 수용성과 표현 수용성의 차이가 번역 전략 중 가장 컸다.

<그림 4-2> 영어권 번역 전략별 수용성

[Base: 전체 어휘(N=100), 단위: %]

[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정응답률%]

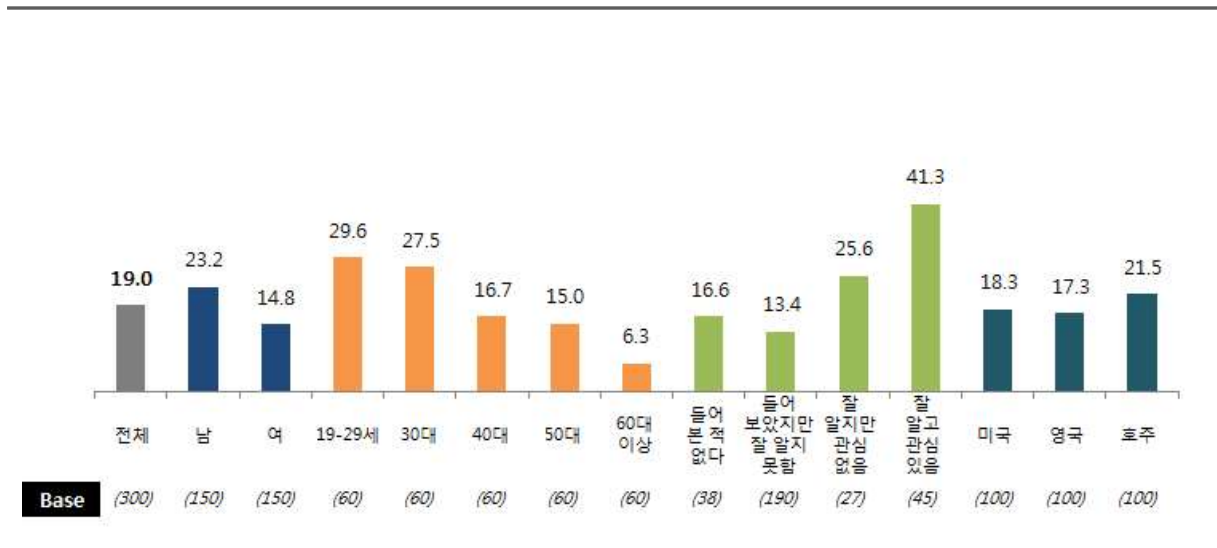


1) 음역

영어권에서 음역된 한식명에 대한 수용성은 남성이 여성에 비해 높았고, 20-30대 젊은 연령층에서 비교적 높았다. 한국에 대한 인지와 관심 수준이 높을수록 음역된 표기에 대한 수용성이 높았다. 국가별로는 큰 차이는 없었으나, 호주의 긍정 응답률이 비교적 높았다.

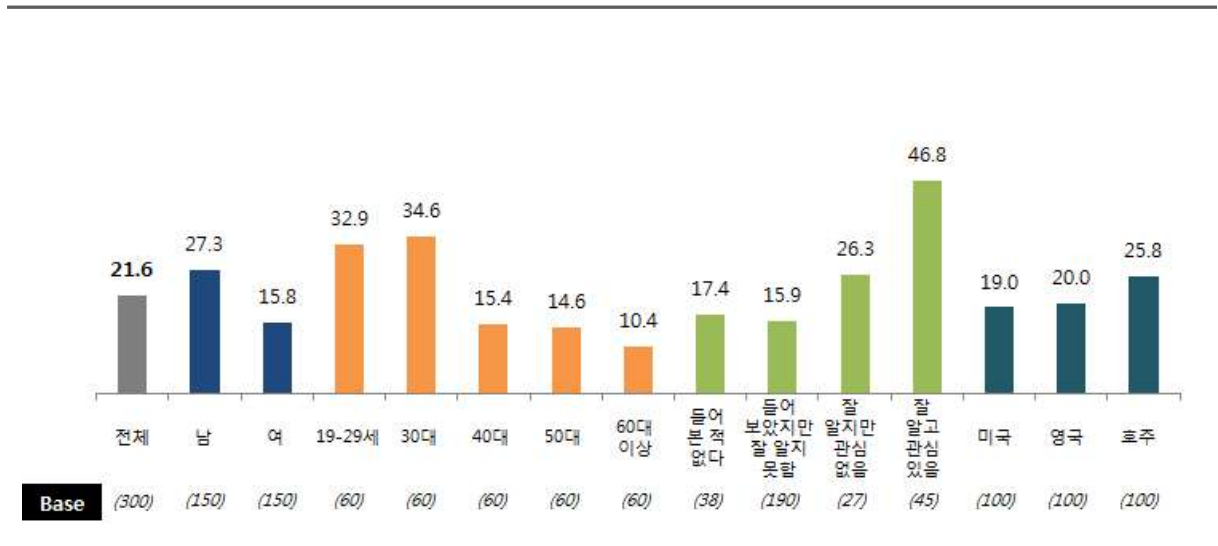
<그림 4-3> 조사 대상자별 영어권 음역 어휘 의미 수용성 - 한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다

[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정응답률%]



<그림 4-4> 조사 대상자별 영어권 음역 어휘 표현 수용성 - 한식명 표현이 영어로 자연스럽다

[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정응답률%]



(1) 개별 음역 어휘 수용성

영어권 어휘 중 음역된 8개 어휘 중 ‘샐러드김밥’의 의미 수용성이 24.0%로 가장 높았고, 김밥(14.7%)이 가장 낮았다. 대체로 음역 어휘에 대한 의미 수용성이 25% 미만으로 높지 않으며, 어휘들 사이의 수용성 차이도 크지 않다.

음식은 가장 대표적인 문화소(cultureme) 중 하나인데, 문화를 대표하는 요소를 번역할 때는 목표 문화(target culture)와의 문화적 거리 및 문화적 우열이 번역 전략을 결정하는 중요한 요소로 작용한다. 영미권은 자국 문화에 대한 자부심이 높고, 세계적으로 서구 문화가 보편화되어 있기 때문에 굳이 낯선 문화를 통해 자문화를 풍요롭게 할 필요가 없다고 생각한다. 영미권의 경우 한국이라는 아시아 국가와의 문화적 거리가 멀고, 낯선 것을 받아들이고자 하는 자세가 되어있지 않기 때문에 한식명을 소리 나는 대로 번역한 음역(transliteration)에 대한 수용성이 낮은 것으로 판단된다.

‘샐러드김밥(Salad Gimbap)’¹⁴⁾의 경우 ‘샐러드(Salad)’라는 익숙한 조리법

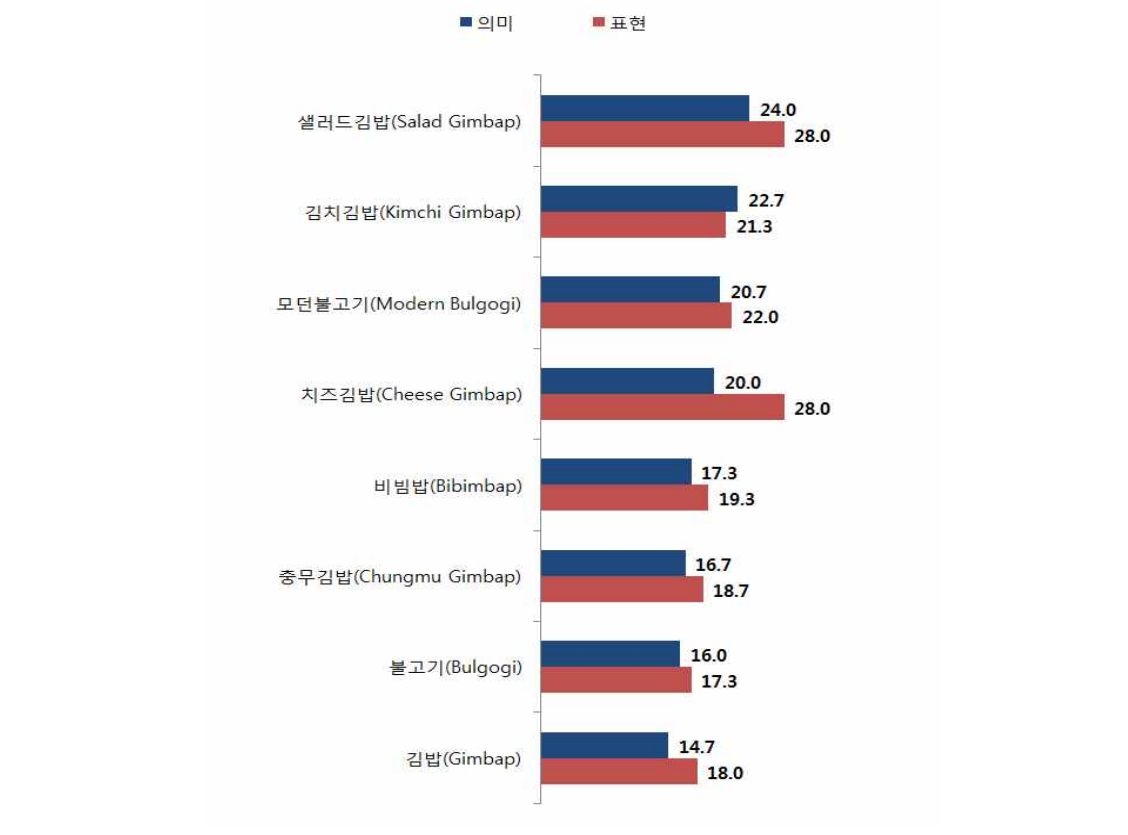
14) 번역 전략 분류는 매우 어려운 점이 있어 다양한 해석이 있을 수 있다. 국립국어원에서는 ‘샐러드’, ‘모던’, ‘치즈’가 음역으로 분류되려면 국어의 로마자 표기법대로 표기를 해야 한다는 의견이었으나, 본 연구에서는 소리나는 대로 표기했다고 보고 음역으로 분류하여 설문 및 면접 조사를 진행하였다.

이 포함되어 있어 음식에 대한 이해를 도왔던 것으로 보인다. 한식명 번역에 있어서는 ‘본인이 먹을 수 있는 음식이라는 안도감’, ‘익숙함’, ‘먹고 싶어지게 만드는 설명’ 등이 중요한 요소라고 판단된다. ‘김밥(Gimbap)’과 ‘샐러드김밥(Salad Gimbap)’은 음식 종류도 같고 번역 전략도 같은데 수용성이 이처럼 차이나는 것은 아무런 설명 없는 낯선 번역어인 ‘김밥(Gimbap)’에 비해 ‘샐러드(Salad)’라는 추가 ‘안심 요소’로 인해 음식에 대한 예측 가능성이 높아졌기 때문인 것으로 파악된다.

‘불고기(Bulgogi)’, ‘비빔밥(Bibimbap)’ 등 한국 음식 중 세계적으로 많이 알려졌다고 생각한 한식명에 대한 수용성도 예상보다 훨씬 낮게 나왔다(그림 4-5 참조). 대표적인 한국 음식으로 지정하여 음역 전략을 의도적으로 선택한 경우 효과적인 홍보 활동이 수반되어야 할 것으로 보인다. 홍보 활동의 예는 보고서 6장에 상술되어 있다.

<그림 4-5> 영어권 개별 음역 번역메뉴 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 수용성%>



(2) 조사 대상자별 개별 음역 어휘 수용성

대체로 20~30대 젊은 대상층과, 한국에 대한 관심이 있는 대상에서 음역 어휘에 대한 수용성이 상대적으로 높지만, 한국에 대한 관심이 있는 대상에서도 ‘비빔밥’, ‘불고기’, ‘김밥’ 등 대표적인 음식에 대한 수용성이 50% 미만으로 나타났다.

<표 4-13> 조사 대상자별 음역 어휘 의미 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도			
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적없다	들어본 적이 있지만 잘 알지 않음	잘 아는 편이 관심 있는 나라 가 아님	잘 알고 심 심 있는 나라
샐러드김밥 (Salad Gimbap)	24.0	26.7	21.3	33.3	26.7	26.7	20.0	13.3	33.3	15.6	33.3	47.6
김치김밥 (Kimchi Gimbap)	22.7	24.0	21.3	40.0	30.0	20.0	16.7	6.7	11.1	21.9	13.3	42.9
모던불고기 (Modern Bulgogi)	20.7	22.7	18.7	40.0	30.0	10.0	20.0	3.3	16.7	14.6	26.7	47.6
치즈김밥 (Cheese Gimbap)	20.0	28.0	12.0	16.7	33.3	20.0	10.0	20.0	20.0	12.8	33.3	41.7
비빔밥(Bibimbap)	17.3	25.3	9.3	26.7	33.3	13.3	13.3	0.0	15.0	10.6	33.3	37.5
충무김밥 (Chungmu Gimbap)	16.7	24.0	9.3	26.7	23.3	13.3	13.3	6.7	20.0	8.5	25.0	41.7
불고기(Bulgogi)	16.0	17.3	14.7	26.7	26.7	13.3	13.3	0.0	5.6	11.5	26.7	38.1
김밥(Gimbap)	14.7	17.3	12.0	26.7	16.7	16.7	13.3	0.0	11.1	11.5	13.3	33.3

<표 4-14> 조사 대상자별 음역 어휘 표현 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도			
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적없다	들어본 적이 있지만 잘 알지 않음	잘 아는 편이 관심 있는 나라 가 아님	잘 알고 심 심 있는 나라
샐러드김밥 (Salad Gimbap)	28.0	36.0	20.0	23.3	36.7	23.3	30.0	26.7	38.9	19.8	40.0	47.6

김치김밥 (Kimchi Gimbap)	21.3	25.3	17.3	36.7	36.7	13.3	20.0	0.0	11.1	17.7	20.0	47.6
모던불고기 (Modern Bulgogi)	22.0	26.7	17.3	36.7	40.0	13.3	16.7	3.3	11.1	15.6	26.7	57.1
치즈김밥 (Cheese Gimbap)	28.0	33.3	22.7	36.7	53.3	16.7	6.7	26.7	25.0	22.3	25.0	54.2
비빔밥(Bibimbap)	19.3	28.0	10.7	33.3	30.0	16.7	10.0	6.7	15.0	13.8	25.0	41.7
충무김밥 (Chungmu Gimbap)	18.7	29.3	8.0	30.0	33.3	10.0	10.0	10.0	10.0	10.6	33.3	50.0
불고기(Bulgogi)	17.3	20.0	14.7	33.3	26.7	13.3	10.0	3.3	11.1	10.4	26.7	47.6
김밥(Gimbap)	18.0	20.0	16.0	33.3	20.0	16.7	13.3	6.7	16.7	16.7	13.3	28.6

2) 직역

직역된 한식명에 대해서는 30대 이하 연령층의 의미 수용성이 평균 이상으로 높았고, 한국에 대한 관심도가 높을수록 긍정 응답률이 높았다. 미국 응답자의 수용성은 영어권 평균에 비해 다소 낮았다.

<그림 4-6> 조사 대상자별 영어권 직역 어휘 의미 수용성 - 한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



<그림 4-7> 조사 대상자별 영어권 직역 어휘 표현 수용성 - 한식명 표현이 영어로 자연스럽게

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



(1) 개별 직역 어휘 수용성

직역된 어휘 34개의 어휘의 평균 의미 수용성은 72.3%, 표현 수용성은 78.0%로 대체로 높은 편이다. 한편, ‘김’, ‘추어탕’, ‘불낙전골’ 등 영어권에서 많이 쓰이지 않는 식재료와 음식의 경우 직역된 어휘의 의미 수용성이 비교적 낮았다.

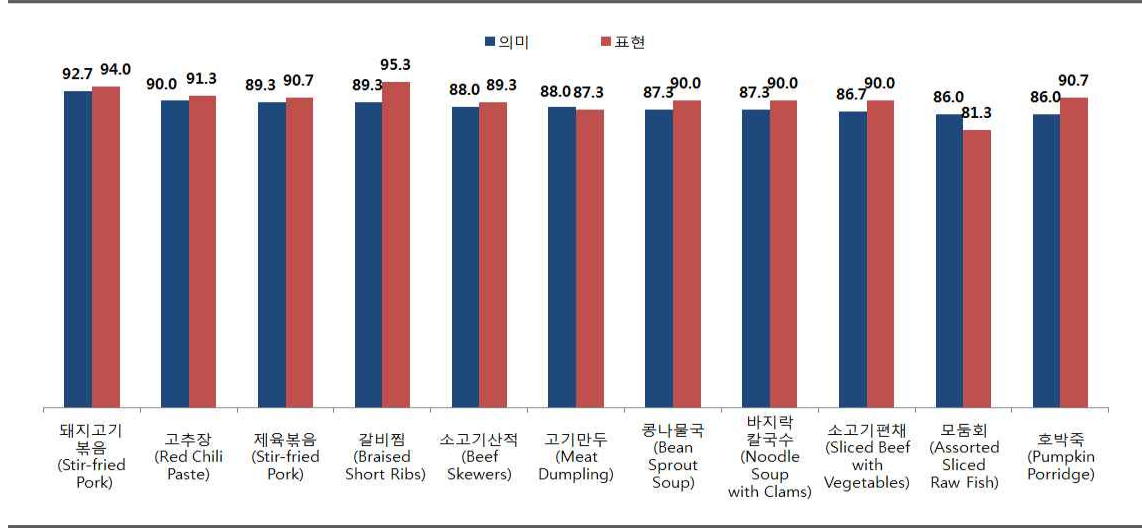
수용성 상위 어휘인 ‘돼지고기 볶음(Stir-fried Pork)’, ‘갈비찜(Braised Short Ribs)’ 등에 비해 ‘김(Laver)’, ‘추어탕(Loach Soup)’, ‘순댓국(Blood Sausage Soup)’ 등의 수용성은 현격히 낮다. 이와 같은 극명한 수용성의 차이는 영미권에서 얼마나 친숙한 음식 재료를 포함하느냐에 기인한다고 할 수 있겠다. ‘돼지고기(Pork)’, ‘갈비(Short Ribs)’ 등 목표 문화권에서 흔히 먹는 음식 재료가 포함된 메뉴의 경우 수용성이 높고, ‘김(Laver)’, ‘미꾸라지(Loach)’, ‘순대(Blood Sausage)’ 등 익숙하지 않은 음식 재료가 포함된 경우는 수용성이 낮았다.

‘직역’이라는 같은 번역 전략을 사용했는데도, 이처럼 메뉴별로 수용성이 크게 차이가 나는 것은 특정 번역 전략을 모든 메뉴 번역에 적용하는 것이 효과적이지 않다는 점을 시사한다. 즉, 한식명 번역에 있어 한 가지 번역 전략을 고집하기보다는 목표 문화권에서 수용하기 좋은 방향으로 메뉴에 따라 번역

전략을 달리해야 한다는 것이다. 예를 들어 한국 음식에서만 볼 수 있는 독특한 음식 재료나 조리법이 포함된 메뉴의 경우에는 따로 괄호 안에 설명을 추가하거나, 의미역을 통해 ‘어떤’ 재료를 ‘어떻게’ 조리했는지 충분히 이해하도록 할 필요가 있다.

<그림 4-8> 의미 및 표현 수용성 상위 지역 어휘

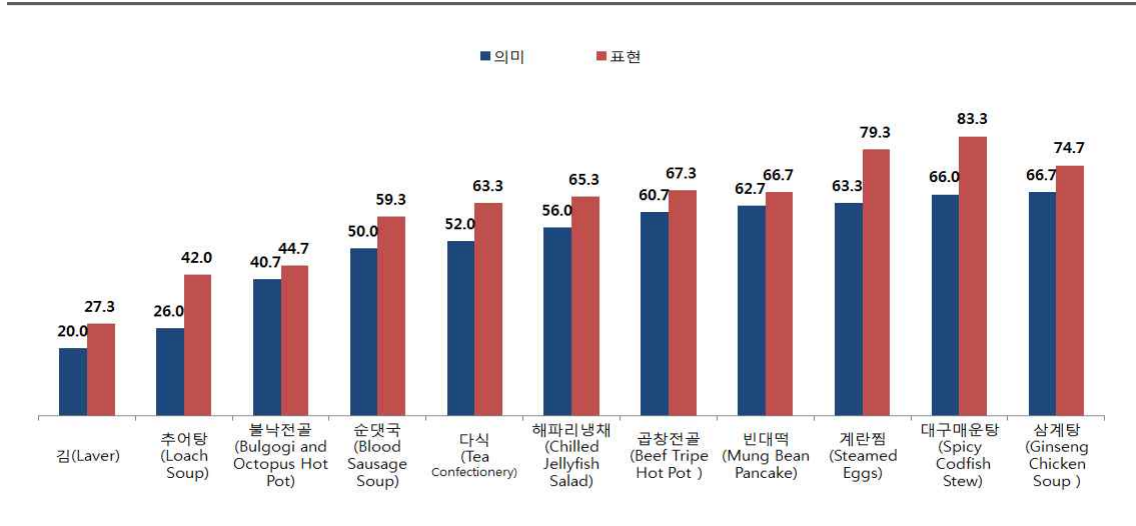
<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정
응답률%>¹⁵⁾



15) 그림 속 ‘제육볶음’의 올바른 번역안 표기는 ‘Spicy Stir-fried Pork’이다.

<그림 4-9> 의미 및 표현 수용성 하위 지역 어휘

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%>



(2) 조사 대상자별 개별 지역 어휘 수용성

지역 어휘 중 가장 수용성이 낮았던 ‘김’은 특히 여성의 수용성이 낮았고, 한국에 대해 관심 있는 응답자의 의미 수용성은 41.7%였다.

<표 4-15> 조사 대상자별 지역 어휘 의미 수용성 (상위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도			
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적이 없다	들어본 적이 있지만 알지 못함	잘 모르거나 관심이 없음	잘 알고 관심 있음
돼지고기볶음 (Stir-fried Pork)	92.7	90.7	94.7	96.7	86.7	93.3	90.0	96.7	95.0	91.5	91.7	95.8
고추장 (Red Chili Paste)	90.0	89.3	90.7	93.3	90.0	80.0	96.7	90.0	77.8	91.7	93.3	90.5
제육볶음 (Stir-fried Pork ¹⁶⁾)	89.3	88.0	90.7	90.0	80.0	86.7	93.3	96.7	77.8	90.6	86.7	95.2
갈비찜 (Braised Short Ribs)	89.3	92.0	86.7	90.0	90.0	90.0	90.0	86.7	90.0	88.3	83.3	95.8
소고기산적 (Beef Skewers)	88.0	88.0	88.0	86.7	83.3	86.7	90.0	93.3	72.2	89.6	86.7	95.2
고기만두 (Meat Dumpling)	88.0	82.7	93.3	100.0	80.0	83.3	86.7	90.0	72.2	90.6	93.3	85.7
콩나물국	87.3	84.0	90.7	86.7	90.0	80.0	86.7	93.3	72.2	88.5	93.3	90.5

(Bean Sprout Soup)												
바지락칼국수 (Noodle Soup with Clams)	87.3	82.7	92.0	90.0	86.7	83.3	86.7	90.0	80.0	89.4	75.0	91.7
소고기편채 (Sliced Beef with Vegetables)	86.7	88.0	85.3	86.7	80.0	83.3	90.0	93.3	72.2	88.5	80.0	95.2
모듬회 (Assorted Sliced Raw Fish)	86.0	81.3	90.7	93.3	86.7	86.7	86.7	76.7	80.0	86.2	91.7	87.5
호박죽 (Pumpkin Porridge)	86.0	78.7	93.3	90.0	80.0	86.7	86.7	86.7	85.0	88.3	91.7	75.0

<표 4-16> 조사 대상자별 직역 어휘 표현 수용성 (상위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도			
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적이 없다	들어본 적이 있지만 잘 모르겠다	잘 모르겠으나 관심이 있다	잘 알고 있다
돼지고기볶음 (Stir-fried Pork)	94.0	92.0	96.0	96.7	93.3	93.3	93.3	93.3	95.0	94.7	91.7	91.7
고추장 (Red Chili Paste)	91.3	90.7	92.0	90.0	90.0	86.7	96.7	93.3	88.9	92.7	86.7	90.5
제육볶음 (Stir-fried Pork ¹⁷⁾)	90.7	89.3	92.0	90.0	83.3	86.7	93.3	100.0	83.3	91.7	80.0	100.0
갈비찜 (Braised Short Ribs)	95.3	96.0	94.7	93.3	93.3	96.7	100.0	93.3	90.0	95.7	91.7	100.0
소고기산적 (Beef Skewers)	89.3	86.7	92.0	90.0	83.3	86.7	93.3	93.3	83.3	88.5	93.3	95.2
고기만두 (Meat Dumpling)	87.3	84.0	90.7	86.7	83.3	83.3	90.0	93.3	77.8	89.6	80.0	90.5
콩나물국 (Bean Sprout Soup)	90.0	89.3	90.7	93.3	90.0	86.7	86.7	93.3	77.8	91.7	86.7	95.2
바지락칼국수 (Noodle Soup with Clams)	90.0	89.3	90.7	86.7	80.0	93.3	96.7	93.3	80.0	90.4	83.3	100.0
소고기편채 (Sliced Beef with Vegetables)	90.0	89.3	90.7	86.7	86.7	86.7	93.3	96.7	83.3	91.7	80.0	95.2

16) '제육볶음'의 올바른 번역안 표기는 'Spicy Stir-fried Pork'이다.

모듬회 (Assorted Sliced Raw Fish)	81.3	78.7	84.0	70.0	80.0	83.3	90.0	83.3	60.0	88.3	75.0	75.0
호박죽 (Pumpkin Porridge)	90.7	88.0	93.3	96.7	86.7	86.7	93.3	90.0	85.0	91.5	91.7	91.7

<표 4-17> 조사 대상자별 직역 어휘 의미 수용성 (하위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도			
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적 없다	들어본 적이 있지만 잘 모르함	잘 아는 편이나 관심 있는 나라 가 아님	잘 알고 있 는 나 라
김(Laver)	20.0	28.0	12.0	16.7	33.3	16.7	13.3	20.0	20.0	13.8	25.0	41.7
추어탕(Loach Soup)	26.0	28.0	24.0	33.3	40.0	23.3	16.7	16.7	25.0	21.3	41.7	37.5
불낙전골 (Bulgogi and Octopus Hot Pot)	40.7	45.3	36.0	50.0	56.7	26.7	33.3	36.7	30.0	36.2	33.3	70.8
순댓국 (Blood Sausage Soup)	50.0	49.3	50.7	60.0	53.3	60.0	33.3	43.3	27.8	53.1	40.0	61.9
다식 (Tea Confectionery)	52.0	48.0	56.0	56.7	63.3	50.0	43.3	46.7	27.8	49.0	66.7	76.2
해파리냉채 (Chilled Jellyfish Salad)	56.0	53.3	58.7	66.7	63.3	53.3	50.0	46.7	44.4	58.3	53.3	57.1
곱창전골 (Beef Tripe Hot Pot)	60.7	56.0	65.3	56.7	73.3	63.3	63.3	46.7	50.0	58.3	80.0	66.7
빈대떡 (Mung Bean Pancake)	62.7	57.3	68.0	60.0	73.3	50.0	60.0	70.0	65.0	55.3	66.7	87.5
계란찜 (Steamed Eggs)	63.3	65.3	61.3	83.3	70.0	53.3	56.7	53.3	33.3	64.6	66.7	81.0
대구매운탕 (Spicy Codfish Stew)	66.0	64.0	68.0	56.7	70.0	70.0	66.7	66.7	44.4	68.8	66.7	71.4
삼계탕 (Ginseng Chicken Soup)	66.7	72.0	61.3	76.7	70.0	56.7	70.0	60.0	44.4	68.8	66.7	76.2

17) '제육볶음'의 올바른 번역안 표기는 'Spicy Stir-fried Pork'이다.

<표 4-18> 조사 대상자별 직역 어휘 표현 수용성 (하위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

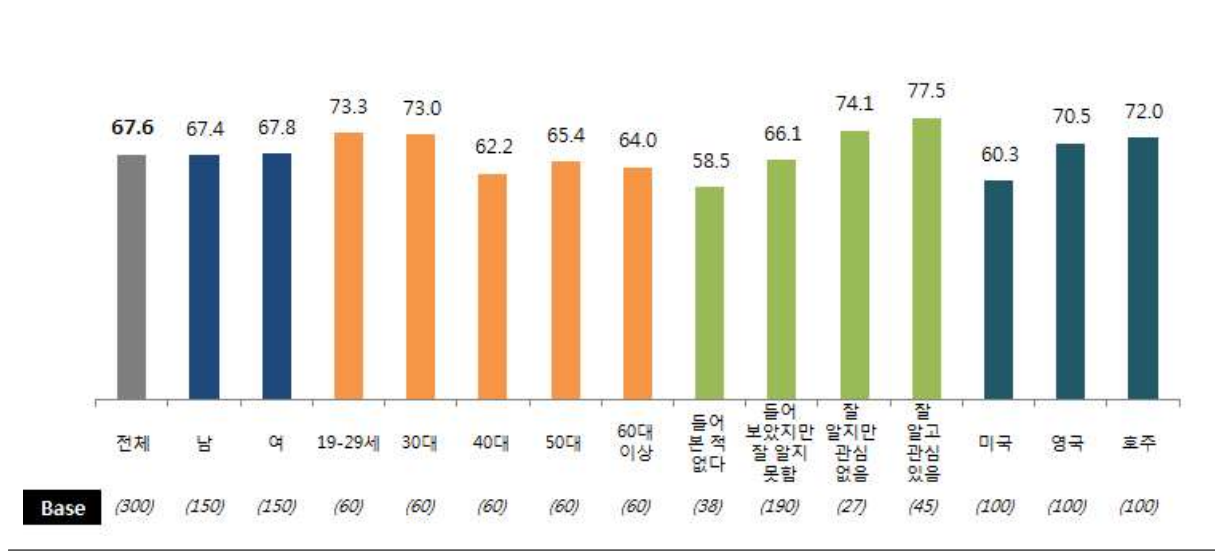
<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도			
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적 없다	들어 본 적이 있 지만 잘 아 름 아 지 않 다	잘 아 름 아 는 편 이 나 관 심 이 아 님	잘 아 름 아 는 편 이 나 관 심 이 아 님
김(Laver)	27.3	34.7	20.0	26.7	43.3	30.0	16.7	20.0	30.0	19.1	25.0	58.3
추어탕(Loach Soup)	42.0	46.7	37.3	63.3	60.0	36.7	20.0	30.0	50.0	35.1	41.7	62.5
불낙전골 (Bulgogi and Octopus Hot Pot)	44.7	53.3	36.0	63.3	60.0	16.7	40.0	43.3	35.0	41.5	41.7	66.7
순댓국 (Blood Sausage Soup)	59.3	62.7	56.0	66.7	63.3	56.7	43.3	66.7	38.9	58.3	46.7	90.5
다식 (Tea Confectionery)	63.3	61.3	65.3	70.0	66.7	46.7	63.3	70.0	44.4	62.5	60.0	85.7
해파리냉채 (Chilled Jellyfish Salad)	65.3	68.0	62.7	73.3	66.7	53.3	63.3	70.0	61.1	62.5	73.3	76.2
곱창전골 (Beef Tripe Hot Pot)	67.3	65.3	69.3	60.0	76.7	66.7	70.0	63.3	55.6	65.6	73.3	81.0
빈대떡 (Mung Bean Pancake)	66.7	68.0	65.3	73.3	73.3	43.3	70.0	73.3	45.0	62.8	83.3	91.7
계란찜 (Steamed Eggs)	79.3	82.7	76.0	86.7	80.0	66.7	83.3	80.0	66.7	78.1	80.0	95.2
대구매운탕 (Spicy Codfish Stew)	83.3	85.3	81.3	83.3	86.7	76.7	86.7	83.3	66.7	86.5	66.7	95.2
삼계탕 (Ginseng Chicken Soup)	74.7	77.3	72.0	73.3	73.3	73.3	80.0	73.3	55.6	76.0	73.3	85.7

3) 의미역

의미역 어휘에 대한 수용성은 30대 이하 젊은 연령층에서 높고, 한국에 대한 인지와 관심 수준이 높을수록 높았다. 대체로 연령대가 낮을수록 번역 어휘에 대한 수용성이 높은 가운데 40대의 수용성은 낮은 편이다.

<그림 4-10> 조사 대상자별 영어권 의미역 어휘 의미 수용성 - 한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다

[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정응답률%]



<그림 4-11> 조사 대상자별 영어권 의미역 어휘 표현 수용성 - 한식명 표현이 영어로 자연스럽게

[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정응답률%]



(1) 개별 의미역 어휘 수용성

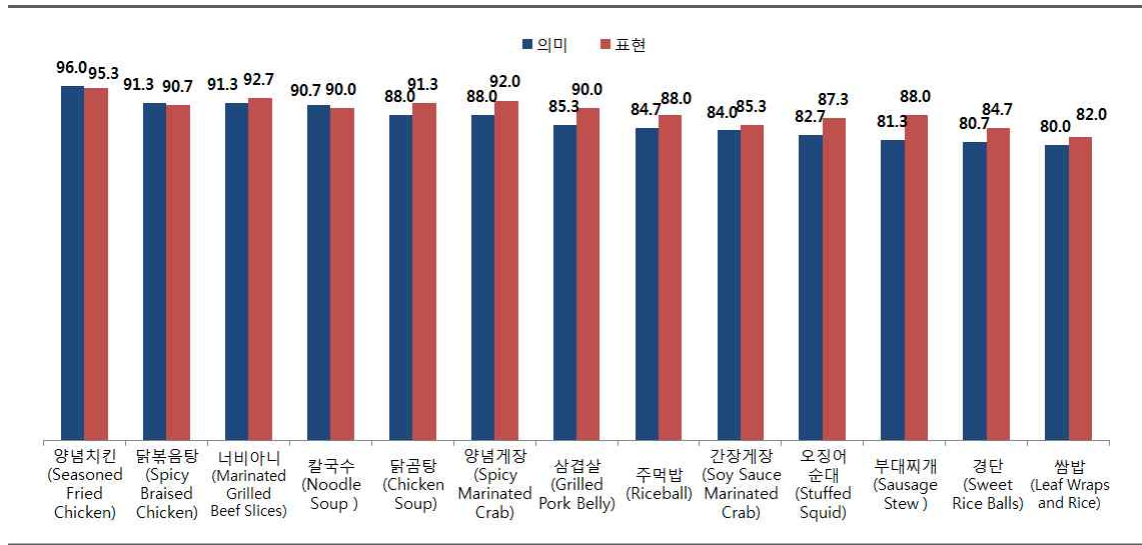
의미역 어휘 중 'Chicken', 'Beef', 'Crab' 등 영어권에서도 보편적인 식재

료가 쓰인 어휘에 대한 수용성이 높았다. 한편, ‘한정식’은 의미와 표현 수용성이 30~40% 선으로 낮은 편이었다.

의미역의 경우에도 직역과 마찬가지로 ‘과메기(Half-dried Saury)’, ‘도토리묵(Acorn Jelly Salad)’ 등 영미권에서 익숙하지 않은 재료가 포함된 어휘에 대한 수용성이 낮았다. 번역 전략이 ‘직역’이든 ‘의미역’이든 익숙하지 않은 재료가 포함되면 수용성이 낮아지는 현상을 보인 것이다.

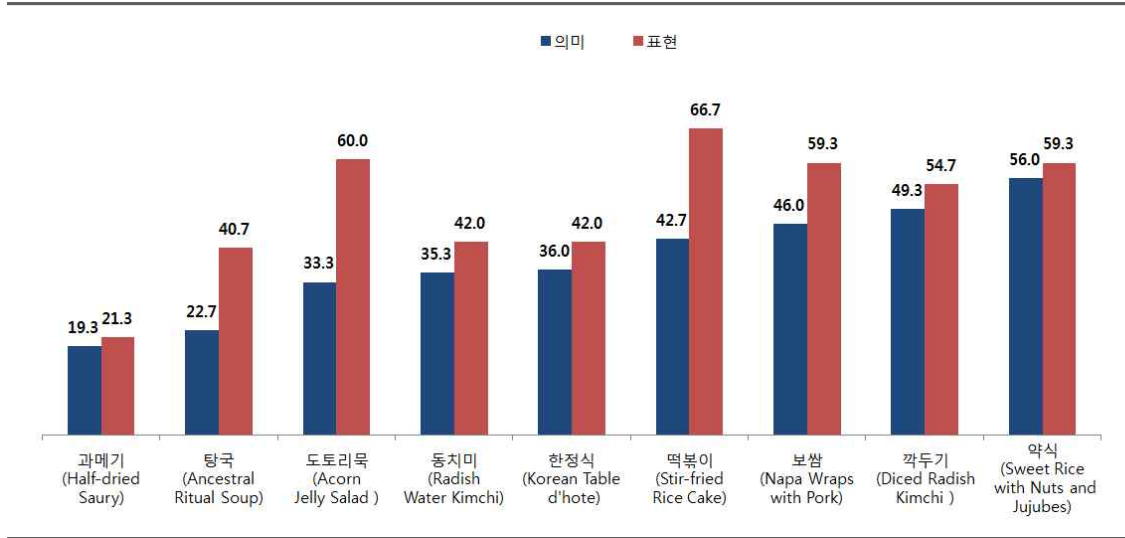
<그림 4-12> 의미 및 표현 수용성 상위 의미역 어휘

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%>



<그림 4-13> 의미 및 표현 수용성 하위 의미역 어휘

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%>



(2) 조사 대상자별 개별 의미역 어휘 수용성

한정식의 경우 남성, 60대, 한국 관심 조사 대상자(54.2%)의 의미 수용성이 상대적으로 높았다.

<표 4-19> 조사 대상자별 의미역 어휘 의미 수용성 (상위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도			
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적이 없다	들어본 적이 있지만 잘 모르함	잘 아는데 관심이 있는가	잘 알고있나라
양념치킨 (Seasoned Fried Chicken)	96.0	96.0	96.0	96.7	96.7	96.7	93.3	96.7	95.0	94.7	100.0	100.0
닭볶음탕 (Spicy Braised Chicken)	91.3	88.0	94.7	93.3	86.7	93.3	93.3	90.0	85.0	92.6	83.3	95.8
너비아니 (Marinated Grilled Beef Slices)	91.3	89.3	93.3	93.3	86.7	96.7	93.3	86.7	85.0	90.4	91.7	100.0
칼국수(Noodle Soup)	90.7	89.3	92.0	93.3	83.3	90.0	93.3	93.3	83.3	91.7	86.7	95.2
닭곰탕(Chicken Soup)	88.0	92.0	84.0	90.0	90.0	90.0	86.7	83.3	66.7	88.5	100.0	95.2
양념게장 (Spicy)	88.0	82.7	93.3	93.3	90.0	83.3	86.7	86.7	85.0	86.2	100.0	91.7

Marinated Crab)												
삼겹살 (Grilled Pork Belly)	85.3	81.3	89.3	90.0	83.3	93.3	80.0	80.0	90.0	84.0	83.3	87.5
주먹밥(Riceball)	84.7	84.0	85.3	96.7	83.3	76.7	90.0	76.7	80.0	85.1	91.7	83.3
간장게장 (Soy Sauce Marinated Crab)	84.0	84.0	84.0	86.7	83.3	83.3	76.7	90.0	72.2	85.4	86.7	85.7
오징어순대 (Stuffed Squid)	82.7	80.0	85.3	86.7	90.0	83.3	76.7	76.7	85.0	78.7	91.7	91.7
부대찌개 (Sausage Stew)	81.3	82.7	80.0	80.0	80.0	80.0	80.0	86.7	66.7	86.5	73.3	76.2
경단 (Sweet Rice Balls)	80.7	80.0	81.3	86.7	80.0	80.0	73.3	83.3	55.6	83.3	80.0	90.5
쌈밥 (Leaf Wraps and Rice)	80.0	78.7	81.3	80.0	80.0	80.0	76.7	83.3	72.2	80.2	73.3	90.5

<표 4-20> 조사 대상자별 의미역 어휘 표현 수용성 (상위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도			
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적 없다	들어 본 적이 있지만 잘 알지 못함	잘 아 는 편 이 나 관 심 이 나 라 가 아 님	잘 알 고 관 심 이 나 라
양념치킨 (Seasoned Fried Chicken)	95.3	93.3	97.3	93.3	96.7	93.3	96.7	96.7	95.0	96.8	83.3	95.8
닭볶음탕(Spicy Braised Chicken)	90.7	89.3	92.0	90.0	86.7	90.0	96.7	90.0	85.0	92.6	83.3	91.7
너비아니 (Marinated Grilled Beef Slices)	92.7	90.7	94.7	86.7	90.0	96.7	96.7	93.3	90.0	92.6	91.7	95.8
칼국수(Noodle Soup)	90.0	89.3	90.7	90.0	86.7	83.3	93.3	96.7	83.3	89.6	86.7	100. 0
닭곰탕(Chicken Soup)	91.3	92.0	90.7	93.3	86.7	93.3	90.0	93.3	77.8	92.7	100. 0	90.5
양념게장 (Spicy Marinated Crab)	92.0	92.0	92.0	90.0	90.0	90.0	96.7	93.3	85.0	93.6	100. 0	87.5
삼겹살 (Grilled Pork Belly)	90.0	89.3	90.7	86.7	83.3	100. 0	93.3	86.7	80.0	91.5	91.7	91.7
주먹밥(Riceball)	88.0	88.0	88.0	90.0	86.7	83.3	96.7	83.3	85.0	88.3	83.3	91.7
간장게장 (Soy Sauce Marinated Crab)	85.3	88.0	82.7	76.7	80.0	86.7	86.7	96.7	77.8	87.5	66.7	95.2
오징어순대 (Stuffed Squid)	87.3	86.7	88.0	83.3	90.0	93.3	90.0	80.0	85.0	86.2	91.7	91.7

부대찌개 (Sausage Stew)	88.0	86.7	89.3	90.0	83.3	83.3	86.7	96.7	83.3	88.5	86.7	90.5
경단 (Sweet Rice Balls)	84.7	82.7	86.7	86.7	86.7	83.3	80.0	86.7	66.7	85.4	80.0	100.0
쌈밥 (Leaf Wraps and Rice)	82.0	82.7	81.3	90.0	73.3	80.0	83.3	83.3	83.3	79.2	86.7	90.5

<표 4-21> 조사 대상자별 의미역 어휘 의미 수용성 (하위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도			
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적없다	들어본 적이 있지만 잘 알지 않	들어본 적이 있지만 관심 있는 나라 가 아 님	잘 알고 있 는 나 라
과메기 (Half-dried Saury)	19.3	22.7	16.0	43.3	30.0	13.3	10.0	0.0	11.1	14.6	33.3	38.1
탕국 (Ancestral Ritual Soup)	22.7	28.0	17.3	30.0	40.0	10.0	16.7	16.7	30.0	16.0	41.7	33.3
도토리묵 (Acorn Jelly Salad)	33.3	37.3	29.3	43.3	36.7	46.7	20.0	20.0	11.1	32.3	46.7	47.6
동치미 (Radish Water Kimchi)	35.3	32.0	38.7	56.7	50.0	23.3	23.3	23.3	40.0	30.9	33.3	50.0
한정식 (Korean Table d'hote)	36.0	48.0	24.0	30.0	43.3	23.3	33.3	50.0	35.0	30.9	41.7	54.2
떡볶이 (Stir-fried Rice Cake)	42.7	52.0	33.3	46.7	66.7	30.0	40.0	30.0	16.7	36.5	66.7	76.2
보쌈 (Napa Wraps with Pork)	46.0	46.7	45.3	60.0	66.7	23.3	40.0	40.0	35.0	40.4	66.7	66.7
깍두기 (Diced Radish Kimchi)	49.3	52.0	46.7	50.0	66.7	43.3	53.3	33.3	33.3	46.9	66.7	61.9
약식(Sweet Rice with Nuts and Jujubes)	56.0	61.3	50.7	60.0	63.3	56.7	53.3	46.7	50.0	52.1	60.0	76.2

<표 4-22> 조사 대상자별 의미역 어휘 표현 수용성 (하위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

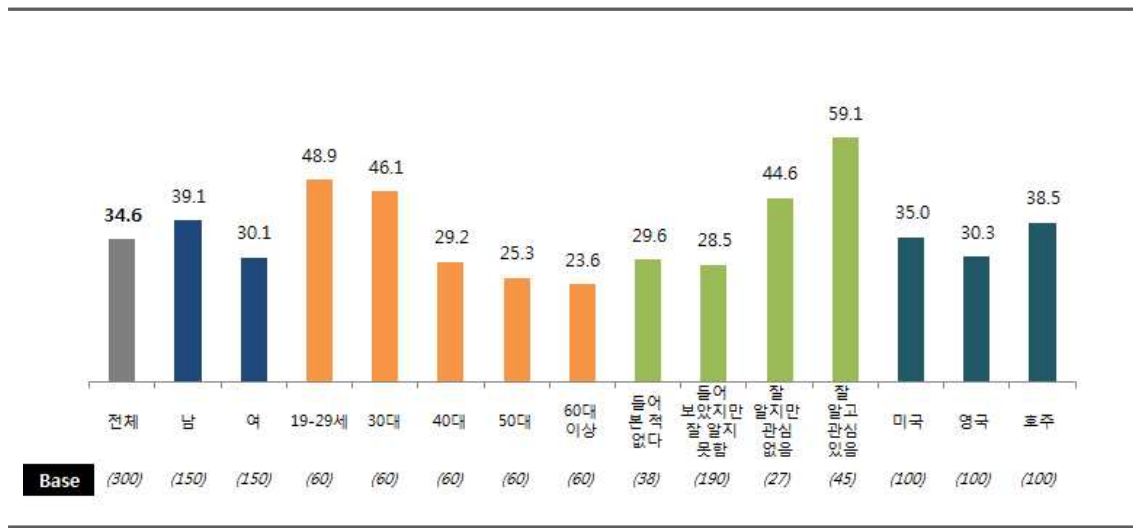
<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도			
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적없다	들어본 적이 있지만 잘 알지 않	잘 아는 편이 관심 있는 나라 가 아 님	잘 알고 있 는 나 라
과메기 (Half-dried Saury)	21.3	25.3	17.3	53.3	26.7	6.7	20.0	0.0	5.6	17.7	33.3	42.9
탕국 (Ancestral Ritual Soup)	40.7	36.0	45.3	53.3	53.3	23.3	33.3	40.0	45.0	35.1	50.0	54.2
도토리묵 (Acorn Jelly Salad)	60.0	64.0	56.0	73.3	66.7	56.7	50.0	53.3	38.9	61.5	53.3	76.2
동치미 (Radish Water Kimchi)	42.0	40.0	44.0	56.7	60.0	30.0	30.0	33.3	40.0	40.4	41.7	50.0
한정식 (Korean Table d'hote)	42.0	49.3	34.7	36.7	50.0	26.7	26.7	70.0	35.0	38.3	41.7	62.5
떡볶이 (Stir-fried Rice Cake)	66.7	72.0	61.3	66.7	76.7	46.7	70.0	73.3	50.0	65.6	60.0	90.5
보쌈 (Napa Wraps with Pork)	59.3	53.3	65.3	70.0	76.7	36.7	60.0	53.3	50.0	56.4	75.0	70.8
깍두기 (Diced Radish Kimchi)	54.7	61.3	48.0	70.0	63.3	50.0	46.7	43.3	50.0	53.1	60.0	61.9
약식 (Sweet Rice with Nuts and Jujubes)	59.3	65.3	53.3	73.3	70.0	46.7	56.7	50.0	55.6	55.2	60.0	81.0

4) 혼합형 번역 전략

혼합형 번역 전략에 해당되는 번역 어휘들은 ‘음역+직역’, ‘음역+의미역’ 등 한국 고유명사와 영어 어휘가 함께 사용된 형태이다. 음역에 비해서는 수용성이 높고 의미역, 직역에 비해서는 수용성이 낮았다. 음역과 마찬가지로 남성, 30대 이하, 한국에 관심이 있는 조사 대상자에서 수용성이 높았다.

<그림 4-14> 조사 대상자별 영어권 혼합형 번역 전략 어휘 수용성 - 한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



<그림 4-15> 조사 대상자별 영어권 혼합형 번역 전략 어휘 수용성 - 한식명 표현이 영어로 자연스럽다

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



(1) 개별 혼합형 번역 전략 어휘 수용성

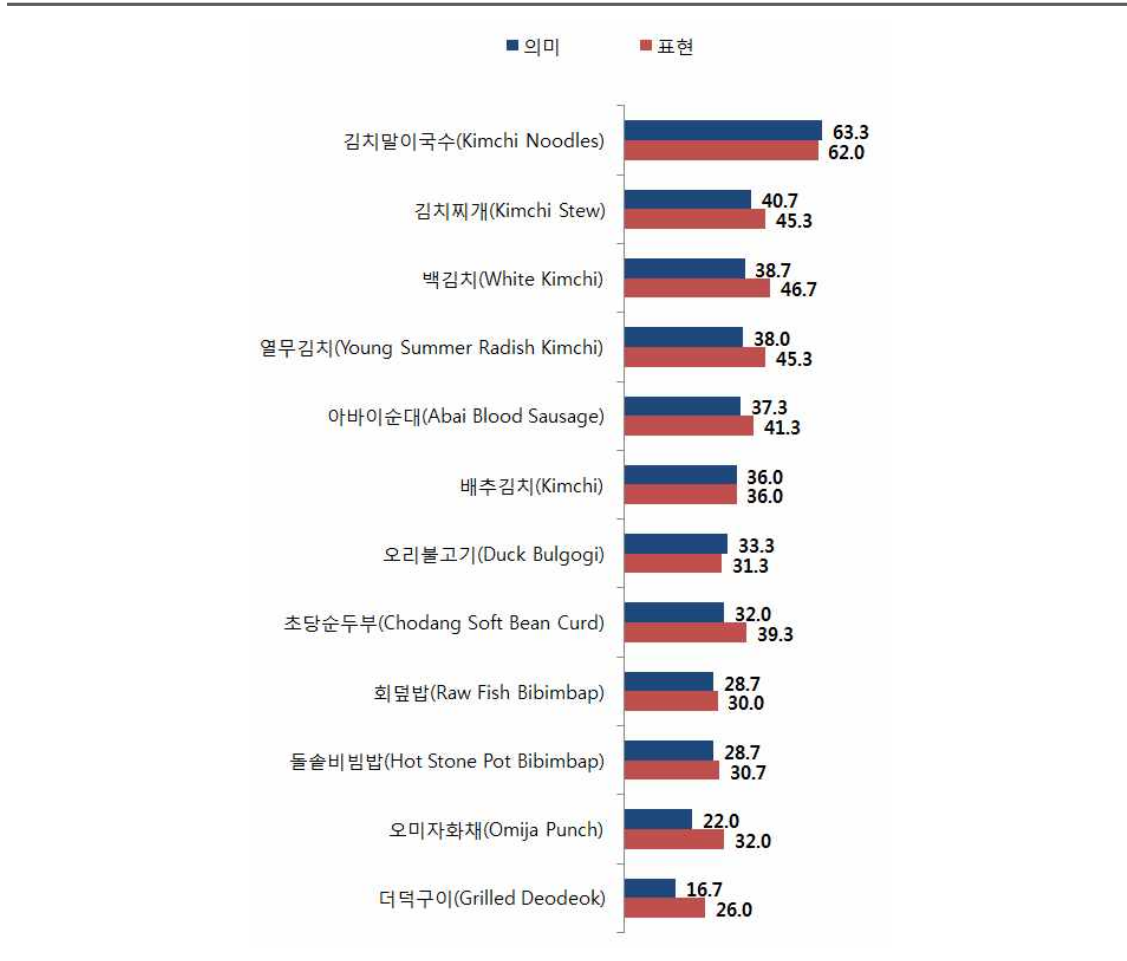
혼합형 번역 전략 어휘 중 김치와 조합된 단어 중 ‘Noodles’, ‘Stew’ 등 음식의 종류를 유추할 수 있는 음식에 대한 의미 수용성이 비교적 높았다.

수용성 하위 어휘인 ‘오미자화채(Omija Punch)’, ‘더덕구이(Grilled Deodeok)’를 보면 ‘음료(Punch)’, ‘구이(Grilled)’ 등 조리법이 번역어에 포함되어 있음에도 불구하고 ‘오미자(Omija)’, ‘더덕(Deodeok)’ 등 낯선 식재료로 인해 ‘어떤 음식인지 가늠할 수가 없어서’ 수용성이 낮았던 것으로 보인다.

한국인이 해외여행 시에 현지 식당에서 현지 음식을 시도할 때, 무슨 음식인지 전혀 알 수 없는 메뉴는 주문하기를 꺼려하는 것과 마찬가지로, 한국 식문화에 대해 잘 알지 못하는 외국인 역시 자신이 접해 보지 못한 낯선 음식을 주문하기는 어려울 것이다. 음식 사진을 제공하거나, 한식명 옆에 음식에 대한 설명을 자세히 제공하면 훨씬 도움이 되겠으나, 이러한 추가 설명 없이 번역어만으로 의사 결정을 해야 한다면 번역어에 조금이라도 음식에 대한 추측을 도울 수 있는 요소를 추가해야 한다.

<그림 4-16> 영어권 개별 혼합형 번역 메뉴 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%>



(2) 조사 대상자별 개별 혼합형 번역 전략 어휘 수용성

대체로 남성, 20-30대, 한국에 관심이 있는 조사 대상자의 수용성이 높았다. 배추김치는 수용성이 36.0%였고, 30대 이하 젊은 연령층은 50% 정도의 수용성을 보였다.

<표 4-23> 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 의미 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도			
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적 없다	들어본 적이 있지만 잘 알지 못함	잘 아는 편이 나 관심 있는 나라가	잘 알고 있 는 나라

											아님	
김치말이국수 (Kimchi Noodles)	63.3	65.3	61.3	73.3	73.3	53.3	60.0	56.7	60.0	58.5	66.7	83.3
김치찌개 (Kimchi Stew)	40.7	42.7	38.7	50.0	50.0	40.0	33.3	30.0	33.3	35.4	46.7	66.7
백김치(White Kimchi)	38.7	38.7	38.7	63.3	56.7	26.7	23.3	23.3	35.0	31.9	33.3	70.8
열무김치 (Young Summer Radish Kimchi)	38.0	41.3	34.7	56.7	56.7	30.0	23.3	23.3	40.0	30.9	58.3	54.2
아바이순대 (Abai Blood Sausage)	37.3	41.3	33.3	50.0	36.7	36.7	26.7	36.7	33.3	34.4	33.3	57.1
배추김치(Kimchi)	36.0	42.7	29.3	56.7	46.7	33.3	26.7	16.7	27.8	32.3	40.0	57.1
오리불고기 (Duck Bulgogi)	33.3	37.3	29.3	46.7	50.0	26.7	33.3	10.0	27.8	26.0	40.0	66.7
초당순두부 (Chodang Soft Bean Curd)	32.0	37.3	26.7	36.7	36.7	33.3	30.0	23.3	27.8	26.0	33.3	61.9
회덮밥 (Raw Fish Bibimbap)	28.7	33.3	24.0	43.3	43.3	23.3	13.3	20.0	30.0	19.1	58.3	50.0
돌솥비빔밥 (Hot Stone Pot Bibimbap)	28.7	36.0	21.3	50.0	50.0	10.0	13.3	20.0	10.0	23.4	58.3	50.0
오미자화채 (Omija Punch)	22.0	28.0	16.0	36.7	30.0	16.7	10.0	16.7	25.0	13.8	25.0	50.0
더덕구이 (Grilled Deodeok)	16.7	25.3	8.0	23.3	23.3	20.0	10.0	6.7	5.0	9.6	41.7	41.7

<표 4-24> 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 표현 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도			
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적이 없다	들어 본 적이 있지만 잘 알 지 않 음	잘 아 는 편 이 나 관 심 이 있 는 나 라 가 아 님	잘 알 고 관 심 이 있 는 나 라
김치말이국수 (Kimchi Noodles)	62.0	64.0	60.0	80.0	76.7	46.7	53.3	53.3	55.0	56.4	66.7	87.5
김치찌개 (Kimchi Stew)	45.3	49.3	41.3	56.7	56.7	46.7	26.7	40.0	33.3	42.7	53.3	61.9
백김치(White Kimchi)	46.7	46.7	46.7	63.3	66.7	33.3	30.0	40.0	45.0	42.6	41.7	66.7
열무김치 (Young Summer Radish Kimchi)	45.3	44.0	46.7	56.7	60.0	30.0	36.7	43.3	45.0	41.5	75.0	45.8
아바이순대 (Abai Blood Sausage)	41.3	49.3	33.3	63.3	53.3	33.3	23.3	33.3	33.3	34.4	46.7	76.2
배추김치(Kimchi)	36.0	40.0	32.0	53.3	46.7	36.7	23.3	20.0	27.8	29.2	53.3	61.9
오리불고기 (Duck Bulgogi)	31.3	37.3	25.3	36.7	40.0	23.3	36.7	20.0	27.8	27.1	26.7	57.1
초당순두부 (Chodang Soft	39.3	41.3	37.3	50.0	40.0	43.3	30.0	33.3	44.4	32.3	40.0	66.7

Bean Curd)												
회덮밥 (Raw Fish Bibimbap)	30.0	34.7	25.3	40.0	53.3	16.7	10.0	30.0	35.0	22.3	41.7	50.0
돌솥비빔밥 (Hot Stone Pot Bibimbap)	30.7	38.7	22.7	43.3	50.0	20.0	13.3	26.7	35.0	21.3	50.0	54.2
오미자화채 (Omija Punch)	32.0	38.7	25.3	53.3	43.3	23.3	13.3	26.7	30.0	24.5	41.7	58.3
더덕구이 (Grilled Deodeok)	26.0	29.3	22.7	53.3	40.0	16.7	10.0	10.0	25.0	21.3	41.7	37.5

5) 언어별 번역 어휘와의 수용성 비교

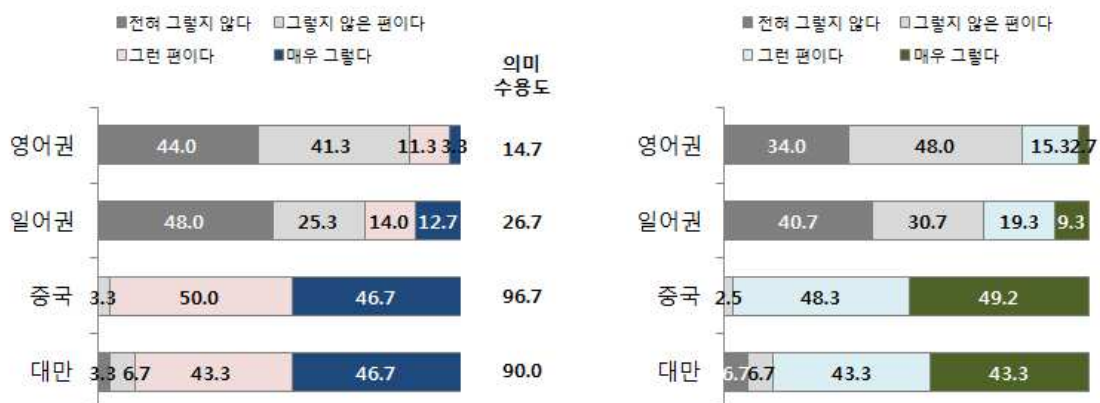
영어, 중국어, 일본어권 조사 대상자들에게 공통적으로 질문한 58개 어휘 중, 일본어권, 중국어권 모두, 또는 어느 한 언어권과의 수용성에 차이가 있는 어휘를 살펴보았다. 구체적인 대상 어휘 및 수용성은 다음과 같다.

① 김밥

의미역으로 번역된 중국어권에서는 의미와 표현에 대해 90% 이상의 높은 수용도를 보이고 있다. 음역된 영어권과 일어권에서는 수용도가 30% 미만으로 낮았다.

<그림 4-17> 언어권별 번역 음식명 수용도-김밥

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-25> 언어권별 번역 음식명 수용도_김밥

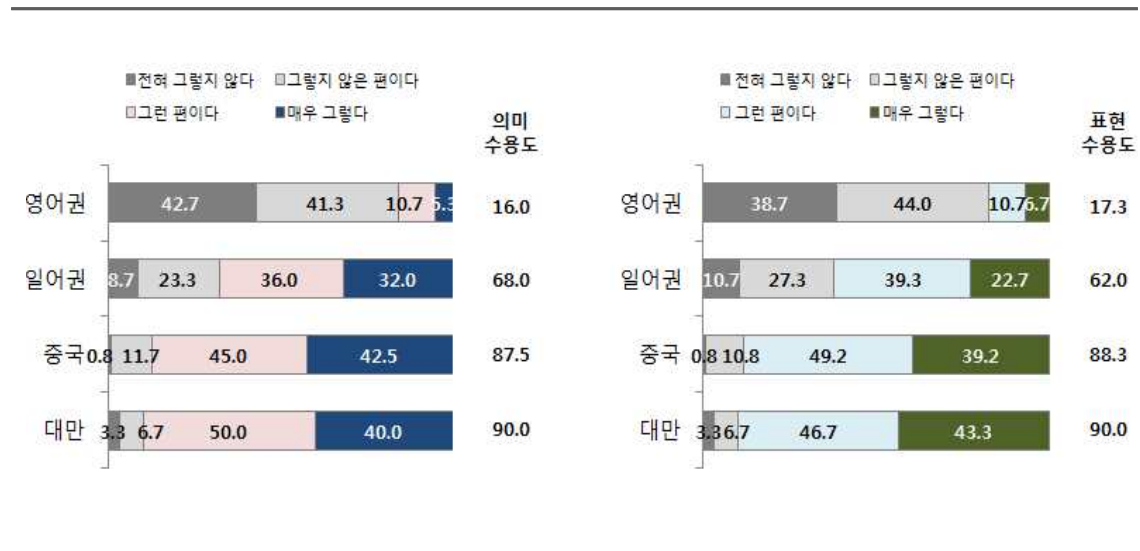
	영어	일어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역명	Gimbap	キンパプ	紫菜卷饭	紫菜卷飯
번역 전략	음역	음역	의미역	의미역
의미 수용도 (긍정응답률%)	14.7	26.7	96.7	90.0
표현 수용도 (긍정응답률%)	18.0	28.7	97.5	86.7

② 불고기

‘불고기’는 영어권과 일어권에서는 음역되었는데 영어권에서는 16% 정도만이 ‘의미’에 긍정응답한 반면 일본에서는 응답자의 68%가 음식명을 통해 음식에 대해 알 수 있다고 응답하였다.

<그림 4-18> 언어권별 번역 음식명 수용도_불고기

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-26> 언어권별 번역 음식명 수용도_불고기

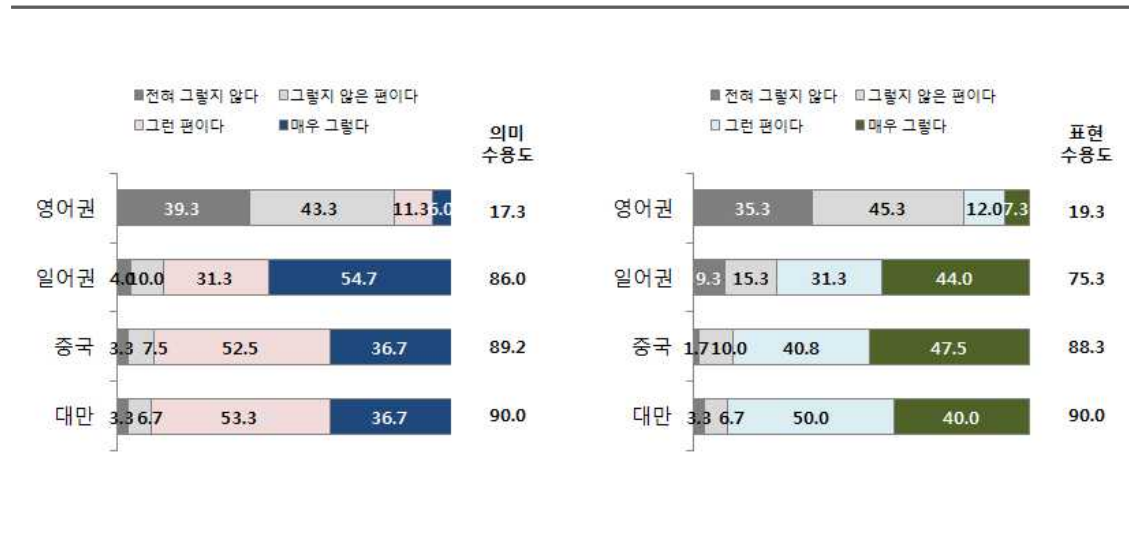
	영어	일어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역명	Bulgogi	ブルゴギ	烤牛肉	烤牛肉
번역 전략	음역	음역	직역	직역
의미 수용도 (긍정응답률%)	16.0	68.0	87.5	90.0
표현 수용도 (긍정응답률%)	17.3	62.0	88.3	90.0

③ 비빔밥

‘비빔밥’은 영문과 일본어에서는 음역, 중국어에서는 직역되었다. 일본어권에서는 음역된 비빔밥의 의미에 대한 수용도가 86%로 높은 반면, 영어권에서는 응답자의 17.3%만이 의미에 대해 긍정응답하였다.

<그림 4-19> 언어권별 번역 음식명 수용도_비빔밥

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-27> 언어권별 번역 음식명 수용도_비빔밥

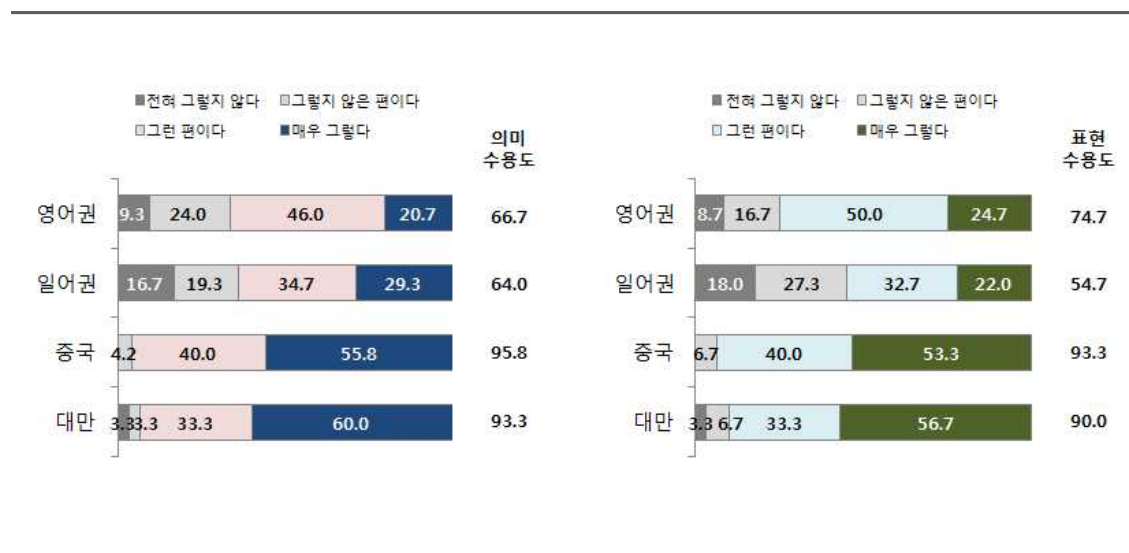
	영어	일어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역명	Bibimbap	ビビンバ	拌飯	拌飯
번역 전략	음역	음역	직역	직역
의미 수용도 (긍정응답률%)	17.3	86.0	89.2	90.0
표현 수용도 (긍정응답률%)	19.3	75.3	88.3	90.0

④ 삼계탕

‘삼계탕’은 영어와 중국어에서는 직역되었고 일본어에서는 음역되었다. 한식명이 음역된 상태임에도 응답자의 60% 이상이 ‘의미’ 문항에 긍정응답하였다. 대부분의 음역에 대해 저조한 반응과는 다르게 삼계탕의 경우 음역에 높은 반응을 보였다는 것은 음식의 지명도가 번역 전략에 미치는 영향을 보여준다. 추후 설문 문항에 해당 음식을 먹어 보거나 들어본 적 있었는지 답한 후 번역 전략에 대한 반응을 보는 것도 유의미할 것으로 보인다.

<그림 4-20> 언어권별 번역 음식명 수용도_삼계탕

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-28> 언어권별 번역 음식명 수용도_삼계탕

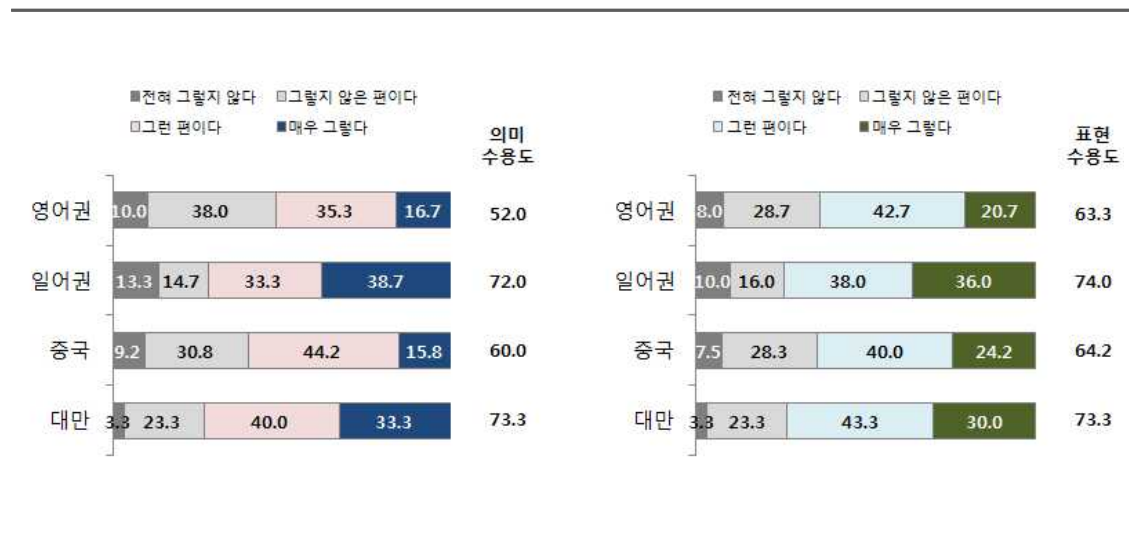
	영어	일어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역명	Ginseng Chicken Soup	サムゲタン	参鸡汤	參雞湯
번역 전략	직역	음역	직역	직역
의미 수용도 (긍정응답률%)	66.7	64.0	95.8	93.3
표현 수용도 (긍정응답률%)	74.7	54.7	93.3	90.0

⑤ 다식

‘다식’은 영문과 중국어에서 직역되었고 일본어에서는 대응역으로 번역되었다. 일어권에서의 긍정응답률이 타 언어권에 비해 비교적 높았다. 이는 목표 문화권에서 해당 음식에 대한 친숙성이 번역 전략에 영향을 미친다는 것을 보여준다.

<그림 4-21> 언어권별 번역 음식명 수용도_다식

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-29> 언어권별 번역 음식명 수용도_다식

	영어	일어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역명	Tea Confectionery	らくがん	茶食	茶食
번역 전략	직역	대응역	직역	직역
의미 수용도 (긍정응답률%)	52.0	72.0	60.0	73.3
표현 수용도 (긍정응답률%)	63.3	74.0	64.2	73.3

⑥ 빈대떡

‘빈대떡’은 영어와 중국어에서는 직역, 일본어에서는 음역되었다. 일어권 응답자의 18% 정도가 음식명을 통해 음식에 대해 알 수 있다고 응답하였다.

<그림 4-22> 언어권별 번역 음식명 수용도_빈대떡

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-30> 언어권별 번역 음식명 수용도_빈대떡

	영어	일어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역명	Mung Bean Pancake	ピンデトク	绿豆煎饼	綠豆煎餅
번역 전략	직역	음역	직역	직역
의미 수용도 (긍정응답률%)	62.7	18.0	87.5	83.3
표현 수용도 (긍정응답률%)	66.7	18.7	87.5	90.0

⑦ 더덕구이

‘더덕구이’는 중국어권에서의 수용도는 70% 이상으로 높았으나 영어권과 일어권에서는 의미에 대한 수용도가 다소 낮았다.

<그림 4-23> 언어권별 번역 음식명 수용도_더덕구이

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-31> 언어권별 번역 음식명 수용도_더덕구이

	영어	일어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역명	Grilled Deodeok	蔓人蔘焼き	烤沙参	烤沙参
번역 전략	혼합형(음역+직역)	직역	직역	직역

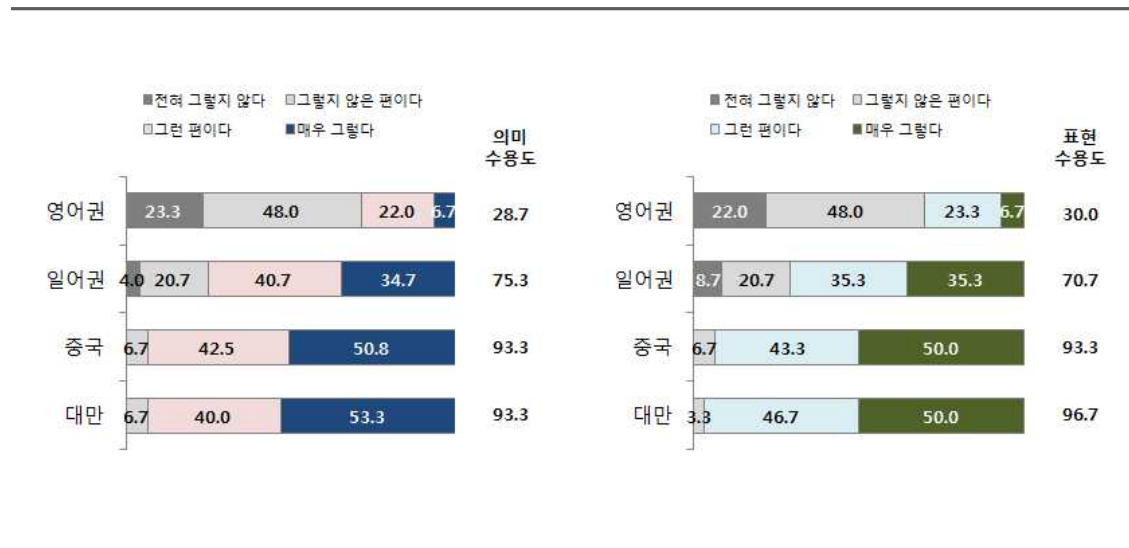
의미 수용도 (긍정응답률%)	16.7	24.7	80.8	53.3
표현 수용도 (긍정응답률%)	26.0	33.3	86.7	60.0

⑧ 회덮밥

‘회덮밥’은 일본어와 중국어에서 직역되었고 영어는 ‘음역+직역’ 되었다. 영어권 응답자의 약 30% 정도가 음식명을 통해 음식에 대해 알 수 있다고 응답하였다. 일어권과 중국어권에서는 수용도가 70% 이상으로 높았다.

<그림 4-24> 언어권별 번역 음식명 수용도_회덮밥

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-32> 언어권별 번역 음식명 수용도_회덮밥

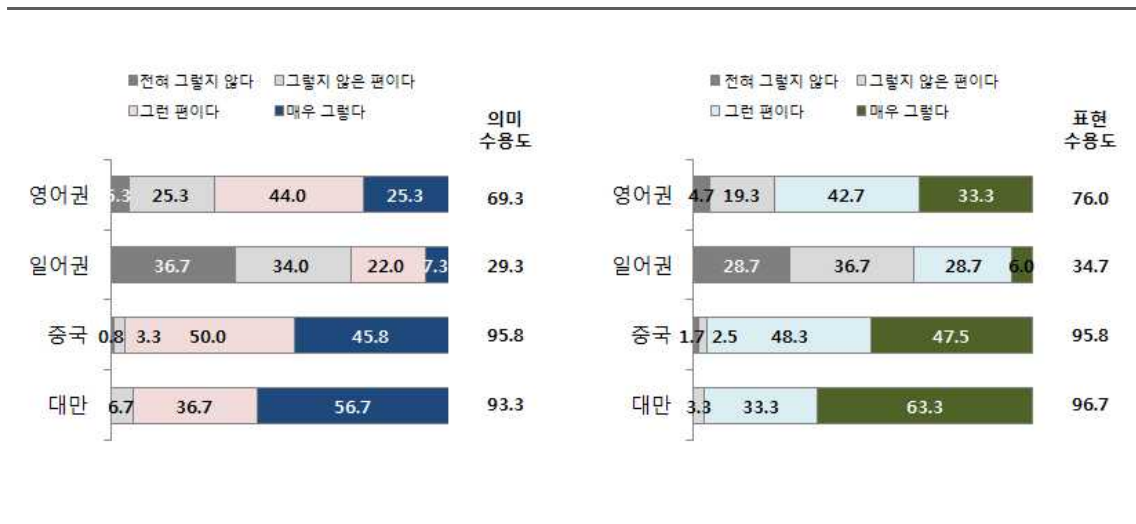
	영어	일어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역명	Raw Fish Bibimbap	刺身丼	生鱼片盖饭	生魚片蓋飯
번역 전략	음역+직역	직역	직역	직역
의미 수용도 (긍정응답률%)	28.7	75.3	93.3	93.3
표현 수용도 (긍정응답률%)	30.0	70.7	93.3	96.7

⑨ 곰탕

‘곰탕’은 영어와 중국어에서는 의미역으로 일본어에서는 음역으로 번역되었다. 중국어권에서는 음식명이 음식명과 표현 면에서 수용도가 90% 이상으로 높았고 영어는 응답자의 70% 정도가 번역명에 대해 긍정적으로 응답하였다. 일본어권은 수용도가 30% 정도로 낮은 편이다.

<그림 4-25> 언어권별 번역 음식명 수용도-곰탕

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-33> 언어권별 번역 음식명 수용도-곰탕

	영어	일어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역명	Beef Bone Soup	コムタン	精熬牛骨汤	精熬牛骨湯
번역 전략	의미역	음역	의미역	의미역
의미 수용도 (긍정응답률%)	69.3	29.3	95.8	93.3
표현 수용도 (긍정응답률%)	76.0	34.7	95.8	96.7

⑩ 찜밥

‘찜밥’은 세 언어에서 모두 의미역되었고 모두 80% 가까운 높은 수용성을 보인다. 이는 목표 문화권에서 생소한 음식의 경우 의미역이 가장 효과적인 번

역 전략임을 보여준다.

<그림 4-26> 언어권별 번역 음식명 수용도_쌈밥

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-34> 언어권별 번역 음식명 수용도_쌈밥

	영어	일어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역명	Leaf Wraps and Rice	ﾌ野菜包みご飯	蔬菜包飯	蔬菜包飯
번역 전략	의미역	의미역	의미역	의미역
의미 수용도 (긍정응답률%)	80.0	78.7	94.2	86.7
표현 수용도 (긍정응답률%)	82.0	80.0	94.2	90.0

4.2.2 중국어 번역 전략별 수용성

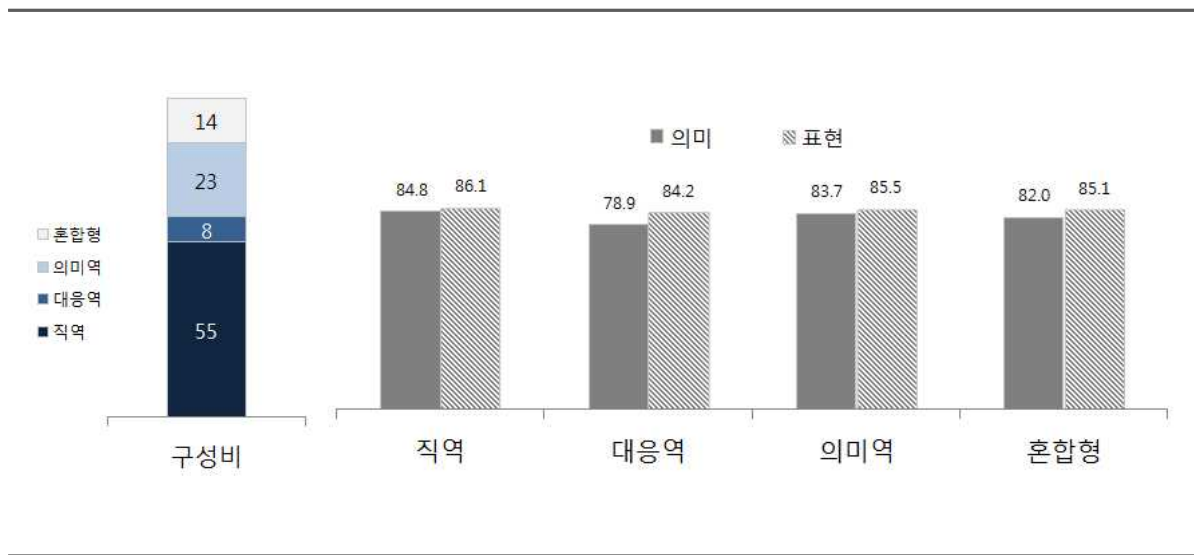
중국어 조사 어휘는 전체 100개 중 55개가 직역으로 그 비중이 가장 컸으며, 의미역 23개, 혼합형 14개, 대응역 8개의 순이었다. 중국어에서는 음역된 조사 어휘는 없었고, 다만 음역과 다른 번역 전략이 함께 사용된 혼합형이 소수 있었다. 한편 중국어는 번역 전략별 수용성 차이가 크게 나타나지 않았으

며, 전체 번역 전략에서 번역 메뉴의 의미와 표현 모두 80% 이상의 수용성을 보였다. 번역 전략별 수용성 상세 비율은 다음과 같다.

<그림 4-27> 중국어권 번역 전략별 수용성

[Base: 전체 어휘(N=100), 단위: %]

[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정응답률%]



번역 전략 중 직역이 가장 높은 비율을 차지하나, 각 번역 전략별 의미와 표현에 대한 수용성은 거의 비슷하게 나타난 것을 확인할 수 있다. 이 같은 결과는 중국어 조사 어휘 번역이 전반적으로 원어민들에게 잘 수용될 수 있음을 시사한다. 조사 대상 어휘의 원어민 수용성을 좀 더 상세히 분석해 보기 위해, 각 번역 전략별로 나누어 아래와 같이 기술하였다.

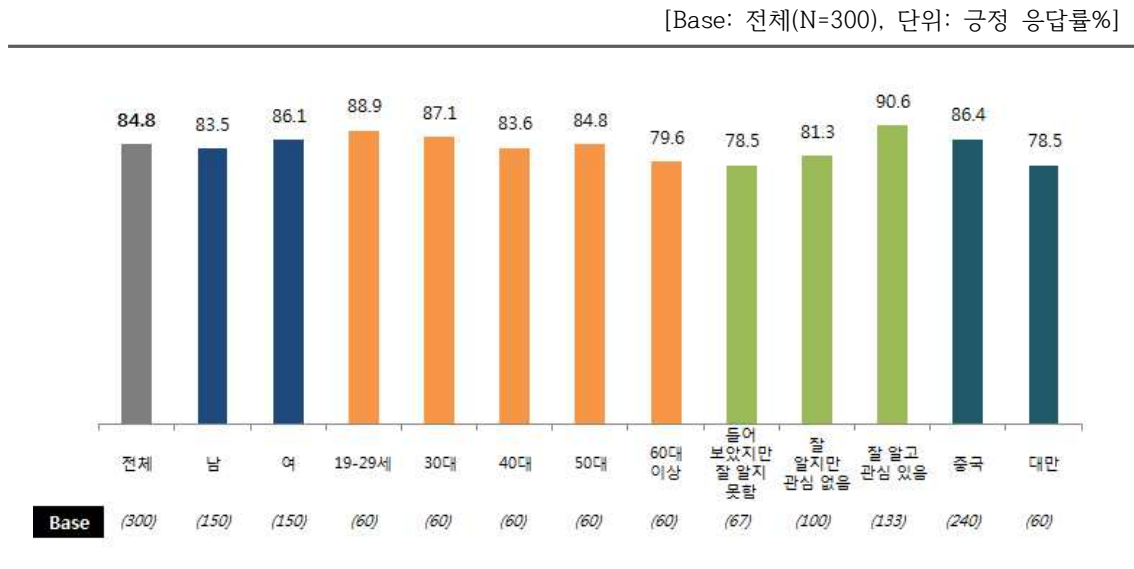
1) 직역

직역은 한식명의 한국어 의미를 그대로 목표 언어로 옮기는 번역 전략인데, 중국어권은 한식명 자체가 한자로 되어 있어 이를 차용한 유형도 직역의 범위에 포함시켰다. 조사 대상 어휘 중 번역 전략 직역에 대한 수용성이 전체적으로

75% 이상으로 높게 나타났으며, 특히 여성, 낮은 연령대 그리고 한국에 관심을 가지고 있던 조사 대상자에서 수용성이 좀 더 높았다. 지역별로는 중국의

수용성이 대만에 비해 높았다. 그에 대한 상세 수치는 다음과 같다.

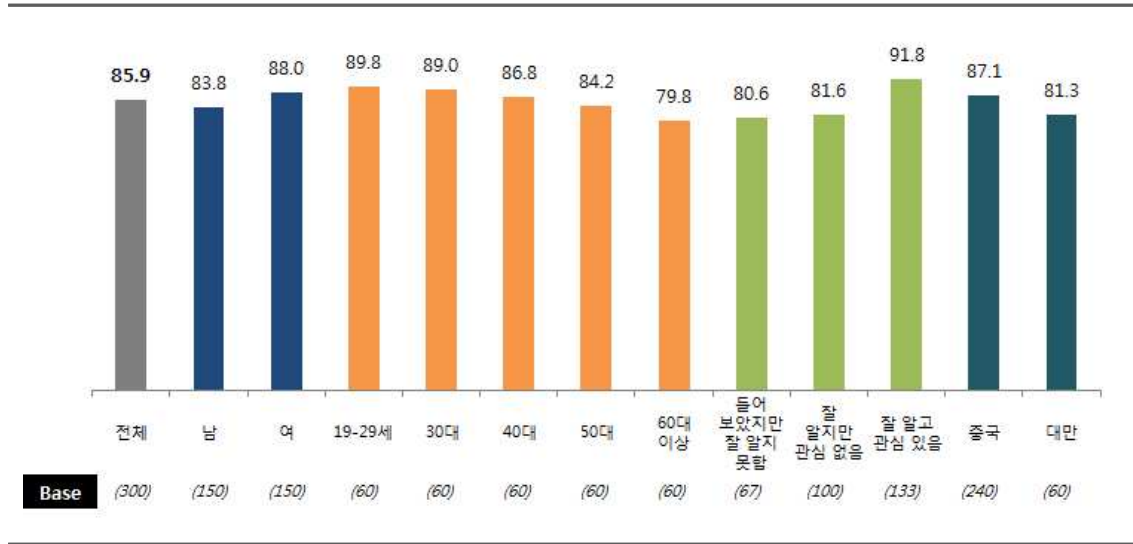
<그림 4-28> 조사 대상자별 중국어 직역 어휘 수용성 - 한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다



위의 그림은 ‘한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다’는 문항에 대한 긍정 응답률이다. 전체 평균이 84.6%로 비교적 높게 나타났고, 성별로는 여성이 남성보다 2.7%가량 높았다. 연령별로는 19-29세가 88.9%로 가장 높았던데 반해, 60대 이상 조사 대상자에서는 79.1%로 비교적 낮은 비율을 보였다. 또한 중국과 대만의 수용성 차이가 8.2%로 나타나 조사 대상 어휘가 중국 지역 원어민에게 좀 더 적합하게 번역되었을 가능성을 시사했다.

<그림 4-29> 조사 대상자별 중국어권 직역 어휘 수용성 - 한식명 표현이 중국어로 자연스럽다

[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%]



위의 그림은 ‘한식명 표현이 중국어로 자연스럽다’에 대한 수용성이다. 전체 평균은 85.9%로 <그림 4-28>과 큰 차이가 없으나, 성별 간 수용성 차이만 좀 더 나타났다.

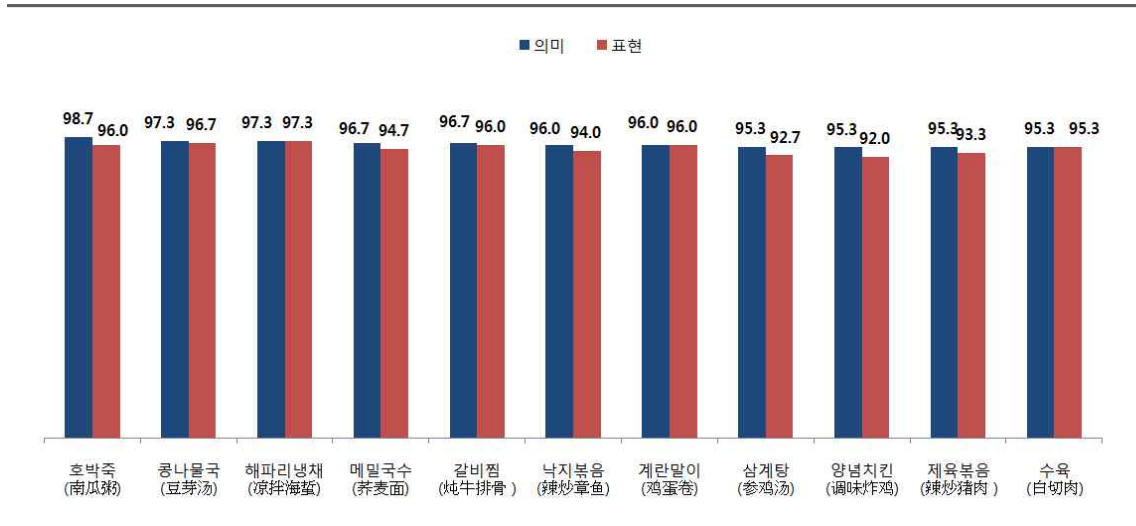
(1) 개별 직역 어휘 수용성

본조사에 사용된 중국어 번역안 100건 중 직역된 어휘의 수가 55건으로 과반수 이상을 차지하여 그에 대한 상세한 분석이 필요하다고 판단되었다. 이에 대응역, 의미역, 혼합형 등과 달리 조사 결과를 의미 수용성 상위 어휘와 하위 어휘로 나누어 정리해 보았다.

조사 대상 어휘별로 보면, 직역 어휘 중 ‘호박죽’, ‘콩나물국’ 등 어휘는 의미 수용성 95% 이상으로 중국어권 응답자들의 수용성이 높았고, ‘탕평채’, ‘구절판’, ‘신선로’ 등은 비교적 수용성이 낮았다. 의미 수용성이 높았던 어휘와 낮았던 어휘는 각각 다음 그림과 같다.

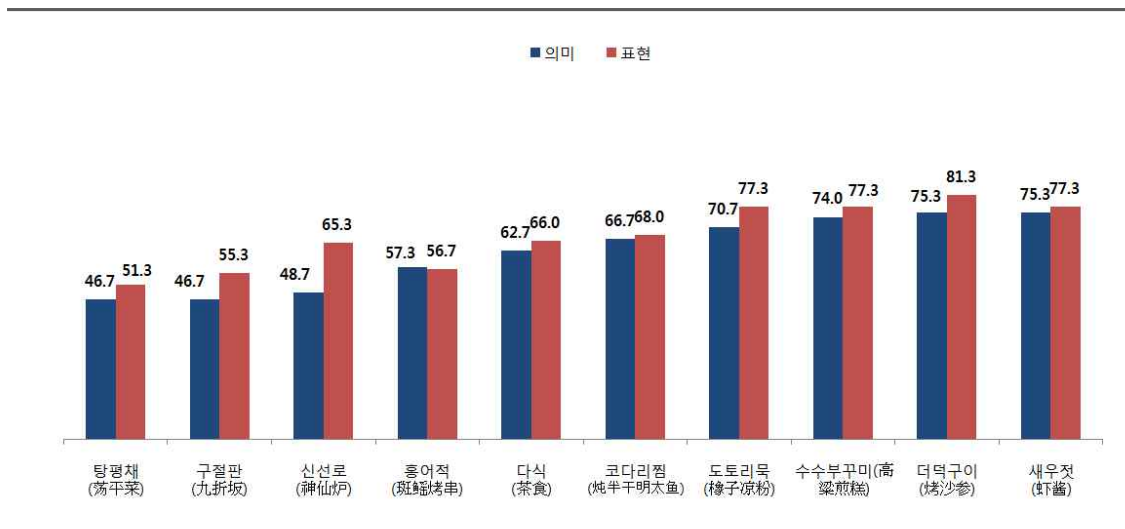
<그림 4-30> 의미 및 표현 수용성 상위 지역 어휘

[Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%]



<그림 4-31> 의미 및 표현 수용성 하위 지역 어휘

[Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%]



(2) 조사 대상자별 지역 어휘 수용성

‘탕평채’ 등 지역 어휘 중 전체적으로 수용성이 가장 낮았던 어휘들은 한국에 대한 관심도가 높을수록 수용성이 높았다. 지역 어휘 중 ‘탕평채’를 비롯한 ‘구절판’, ‘신선로’ 등은 한국어 한식명 자체가 한자로 되어 있어 이를 그대로 사용한 경우인데, 음식 재료나 조리법에 대한 정보가 전혀 없어 한국에 대한

이해도가 수용성 여부에 영향을 크게 미친 것으로 보인다. 연령 및 성별, 한국에 대한 관심도와 조사 지역별 의미 및 표현 수용성을 상위 어휘와 하위 어휘로 나누어 다음 표에 각각 제시하였다.

<표 4-35> 조사 대상자별 직역 어휘 의미 수용성 (상위 어휘) - 성/연령별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령				
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상
호박죽(南瓜粥)	98.7	98.7	98.7	100.0	100.0	96.7	100.0	96.7
콩나물국(豆芽汤)	97.3	96.0	98.7	100.0	96.7	96.7	96.7	96.7
해파리냉채(凉拌海蜇)	97.3	96.0	98.7	96.7	100.0	100.0	96.7	93.3
메밀국수(荞麦面)	96.7	96.0	97.3	100.0	100.0	93.3	96.7	93.3
갈비찜(炖牛排骨)	96.7	97.3	96.0	100.0	96.7	96.7	96.7	93.3
낙지볶음(辣炒章鱼)	96.0	96.0	96.0	100.0	100.0	96.7	90.0	93.3
계란말이(鸡蛋卷)	96.0	92.0	100.0	90.0	96.7	100.0	100.0	93.3
삼계탕(参鸡汤)	95.3	93.3	97.3	93.3	90.0	100.0	100.0	93.3
양념치킨(调味炸鸡)	95.3	96.0	94.7	96.7	100.0	96.7	90.0	93.3
제육볶음(辣炒猪肉)	95.3	93.3	97.3	93.3	96.7	96.7	96.7	93.3
수육(白切肉)	95.3	97.3	93.3	90.0	96.7	100.0	93.3	96.7

<표 4-35>에서 성별 및 연령대별 수용성 상위 어휘를 보면, 큰 차이를 보이지 않고 고르게 높은 수용성을 보이고 있음을 알 수 있다. 특히 몇몇 연령대에서 수용성이 100으로 나타난 경우도 있으며, 20대에서 90.0%로 나타난 ‘수육(白切肉)’이 상위 어휘 중 가장 낮은 수치일 만큼 전체 90% 이상이 긍정적인 반응을 보였다.

<표 4-36> 조사 대상자별 직역 어휘 의미 수용성 (상위 어휘) - 국가/관심도별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	국가		한국에 대한 관심도		
		중국	대만	들어본적이 있지만 잘 모르함	잘 아는편이나 관심이 있는나라가아님	잘 알고 있는나라
호박죽(南瓜粥)	98.7	99.2	96.7	97.1	100.0	98.5
콩나물국(豆芽汤)	97.3	98.3	93.3	94.1	98.0	98.5
해파리냉채(凉拌海蜇)	97.3	96.7	100.0	97.1	98.0	96.9
메밀국수(荞麦面)	96.7	97.5	93.3	94.1	96.1	98.5

갈비찜(炖牛排骨)	96.7	97.5	93.3	94.1	98.0	96.9
낙지볶음(辣炒章鱼)	96.0	97.5	90.0	91.2	96.1	98.5
계란말이(鸡蛋卷)	96.0	98.3	86.7	87.9	98.0	98.5
삼계탕(参鸡汤)	95.3	95.8	93.3	90.9	93.9	98.5
양념치킨(调味炸鸡)	95.3	95.8	93.3	90.9	93.9	98.5
제육볶음(辣炒猪肉)	95.3	95.8	93.3	84.8	98.0	98.5
수육(白切肉)	95.3	95.0	96.7	87.9	95.9	98.5

국가 및 관심도별 조사 결과에서도 중국과 대만 모두 고르게 높은 수용성을 보였다. 특히 한국에 대한 관심도 조사 항목에서 ‘들어본 적 있지만 잘 알지 못함’이라고 답한 경우에도 수용성이 80% 이상으로 나타나 한국에 대한 사전 지식이 없어도 <표 4-36>의 어휘를 이해할 가능성이 큰 것으로 드러났다.

<표 4-37> 조사 대상자별 직역 어휘 표현 수용성 (상위 어휘) - 성/연령별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령				
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상
호박죽(南瓜粥)	96.0	94.7	97.3	96.7	100.0	96.7	93.3	93.3
콩나물국(豆芽汤)	96.7	97.3	96.0	100.0	100.0	96.7	93.3	93.3
해파리냉채(凉拌海蜇)	97.3	96.0	98.7	96.7	100.0	100.0	96.7	93.3
메밀국수(荞麦面)	94.7	94.7	94.7	100.0	93.3	96.7	93.3	90.0
갈비찜(炖牛排骨)	96.0	96.0	96.0	96.7	100.0	93.3	96.7	93.3
낙지볶음(辣炒章鱼)	94.0	94.7	93.3	100.0	100.0	93.3	86.7	90.0
계란말이(鸡蛋卷)	96.0	94.7	97.3	86.7	93.3	100.0	100.0	100.0
삼계탕(参鸡汤)	92.7	92.0	93.3	93.3	86.7	96.7	93.3	93.3
양념치킨(调味炸鸡)	92.0	93.3	90.7	93.3	93.3	96.7	86.7	90.0
제육볶음(辣炒猪肉)	93.3	89.3	97.3	93.3	90.0	96.7	93.3	93.3
수육(白切肉)	95.3	96.0	94.7	90.0	90.0	100.0	96.7	100.0

의미 수용성이 높게 나타난 어휘를 중심으로 그 표현 수용성을 <표 4-37>과 같이 정리하였다. 의미 수용성이 높게 나타났던 어휘들은 연령 및 성별로 분류했을 때 표현 수용성도 높게 나타났다. 20대에서 ‘계란말이(鸡蛋卷)’, 30대에서 ‘삼계탕(参鸡汤)’, 50대에서 ‘낙지볶음(辣炒章鱼)’과 ‘양념치킨(调味炸鸡)’

등이 모두 86.7%의 수용성을 보여 다른 어휘 및 연령대에 비해 상대적으로 낮았지만, 전체적으로 평균 90%를 웃도는 수용성을 보였다.

<표 4-38> 조사 대상자별 직역 어휘 표현 수용성 (상위 어휘) - 국가/관심도별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	국가		한국에 대한 관심도		
		중국	대만	들어본 적 있지만 잘 알지 못함	잘 아는 편이나 관심있는 나라가 아님	잘 알고 있는 나라
호박죽(南瓜粥)	96.0	95.8	96.7	97.1	96.1	95.4
콩나물국(豆芽汤)	96.7	97.5	93.3	94.1	98.0	96.9
해파리냉채(凉拌海蜇)	97.3	96.7	100.0	97.1	98.0	96.9
메밀국수(荞麦面)	94.7	95.0	93.3	94.1	94.1	95.4
갈비찜(炖牛排骨)	96.0	96.7	93.3	91.2	98.0	96.9
낙지볶음(辣炒章鱼)	94.0	95.8	86.7	85.3	94.1	98.5
계란말이(鸡蛋卷)	96.0	98.3	86.7	90.9	98.0	97.1
삼계탕(参鸡汤)	92.7	93.3	90.0	90.9	89.8	95.6
양념치킨(调味炸鸡)	92.0	92.5	90.0	87.9	87.8	97.1
제육볶음(辣炒猪肉)	93.3	94.2	90.0	81.8	93.9	98.5
수육(白切肉)	95.3	95.8	93.3	87.9	98.0	97.1

국가 및 한국에 대한 관심도별 표현 수용성에서도 의미 수용성과 마찬가지로 중국 및 대만 간의 차이는 크게 드러나지 않았고, 전체적으로 높은 수용성을 보였다. 다만, 한국에 대해 ‘들어본 적 있지만 잘 알지 못함’의 응답에서 ‘낙지볶음(辣炒章鱼)’, ‘양념치킨(调味炸鸡)’, ‘제육볶음(辣炒猪肉)’, ‘수육(白切肉)’ 표현에 대한 긍정 응답률이 90% 미만으로 비교적 낮게 나타났다. 또한, ‘잘 아는 편이나 관심있는 나라가 아님’이라 응답한 경우, ‘삼계탕(参鸡汤)’과 ‘양념치킨(调味炸鸡)’에서 표현 수용성이 상대적으로 낮게 나타났다. 이는 어휘의 표현을 수용함에 있어 국가 혹은 지역적 차이보다는 한국에 대한 사전 지식 또는 관심도가 영향을 미친다는 사실을 반증하는 결과이다.

<표 4-39> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 의미 수용성 (하위 어휘) - 성/연령별

[단위 : 긍정 응답률%]	전체	성별		연령				
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상
탕평채(蕩平菜)	46.7	38.7	54.7	66.7	60.0	40.0	43.3	23.3
구절판(九折坂)	46.7	40.0	53.3	63.3	53.3	20.0	63.3	33.3
신선로(神仙爐)	48.7	49.3	48.0	60.0	56.7	36.7	56.7	33.3
홍어적(斑鰩烤串)	57.3	53.3	61.3	73.3	66.7	53.3	60.0	33.3
다식(茶食)	62.7	54.7	70.7	70.0	63.3	46.7	83.3	50.0
코다리찜 (炖半干明太魚)	66.7	66.7	66.7	76.7	63.3	60.0	73.3	60.0
도토리묵(橡子凉粉)	70.7	70.7	70.7	80.0	76.7	63.3	73.3	60.0
수수부꾸미(高粱煎糕)	74.0	72.0	76.0	83.3	73.3	73.3	80.0	60.0
더덕구이(烤沙参)	75.3	76.0	74.7	80.0	86.7	66.7	70.0	73.3
새우젓(虾醬)	75.3	68.0	82.7	90.0	86.7	70.0	76.7	53.3

한편, 의미 수용성 하위 어휘를 살펴보면, 남성에 비해 여성이 전반적으로 긍정 응답률이 높게 나타났다. 연령별로는 20대, 30대 등 연령층이 낮아질수록 긍정 응답률이 높았는데, 이와 관련한 별도의 문항을 설계하지 않아 정확한 이유는 파악할 수 없으나 낯선 음식명을 접했을 때 남정보다는 여성이, 연령대가 높은 층보다는 낮은 층이 상대적으로 유연하게 받아들이는 것이라 해석해 볼 수 있다.

<표 4-40> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 의미 수용성 (하위 어휘) - 국가/관심도별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

[단위 : 긍정 응답률%]	전체	국가		한국에 대한 관심도		
		중국	대만	들어본적이 있지만 잘 알지 못함	잘 아는 편이나 관심이 있는 나라가 아님	잘 알고 관심 있는 나라
탕평채(蕩平菜)	46.7	50.0	33.3	35.3	35.3	61.5
구절판(九折坂)	46.7	46.7	46.7	39.4	38.8	55.9
신선로(神仙爐)	48.7	52.5	33.3	30.3	36.7	66.2
홍어적(斑鰩烤串)	57.3	57.5	56.7	44.1	49.0	70.8

다식(茶食)	62.7	60.0	73.3	57.6	53.1	72.1
코다리찜 (炖半干明太鱼)	66.7	70.8	50.0	45.5	59.2	82.4
도토리묵(橡子凉粉)	70.7	75.8	50.0	66.7	57.1	82.4
수수부꾸미(高粱煎糕)	74.0	80.0	50.0	72.7	59.2	85.3
더덕구이(烤沙参)	75.3	80.8	53.3	64.7	72.5	83.1
새우젓(虾酱)	75.3	75.0	76.7	61.8	72.5	84.6

국가별로는 ‘탕평채(蕩平菜)’, ‘신선로(神仙炉)’, ‘코다리찜(炖半干明太鱼)’, ‘도토리묵(橡子凉粉)’, ‘더덕구이(烤沙参)’, ‘수수부꾸미(高粱煎糕)’ 등 상당수에서 중국이, ‘다식(茶食)’에서는 대만이 비교적 높은 수용성을 보였다. 이 외에 ‘구절판(九折坂)’과 ‘새우젓(虾酱)’에서는 중국과 대만이 비슷한 수용성을 나타냈다. 한국에 대한 관심도 측면에서, 한국에 대해 잘 알지 못하거나 관심이 없는 경우, 전체적으로 30~40% 대의 매우 낮은 수용성을 보였고, ‘더덕구이(烤沙参)’와 ‘새우젓(虾酱)’, ‘수수부꾸미(高粱煎糕)’ 등에서만 일부 6~70%의 수용성이 나타났다. 반면, 한국에 대해 잘 알고 관심이 있는 경우는 대부분 70% 이상의 상대적으로 높은 수용성을 보였다. 다만, 이 경우에도 ‘탕평채(蕩平菜)’, ‘신선로(神仙炉)’, ‘구절판(九折坂)’ 등에는 50~60% 대의 낮은 수용성이 드러났다.

<표 4-41> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 표현 수용성 (하위 어휘) - 성/연령별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

[단위 : 긍정 응답률%]	전체	성별		연령				
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상
탕평채(蕩平菜)	51.3	41.3	61.3	66.7	66.7	50.0	53.3	20.0
구절판(九折坂)	55.3	54.7	56.0	70.0	63.3	40.0	60.0	43.3
신선로(神仙炉)	65.3	62.7	68.0	70.0	80.0	56.7	60.0	60.0
홍어젓(斑鰻烤串)	56.7	53.3	60.0	76.7	60.0	60.0	56.7	30.0
다식(茶食)	66.0	56.0	76.0	66.7	60.0	60.0	80.0	63.3
코다리찜 (炖半干明太鱼)	68.0	61.3	74.7	76.7	73.3	60.0	73.3	56.7
도토리묵(橡子凉粉)	77.3	74.7	80.0	83.3	83.3	63.3	73.3	83.3
수수부꾸미(高粱煎糕)	77.3	74.7	80.0	90.0	83.3	83.3	70.0	60.0

더덕구이(烤沙参)	81.3	80.0	82.7	90.0	90.0	76.7	76.7	73.3
새우젓(虾酱)	77.3	72.0	82.7	96.7	90.0	76.7	76.7	46.7

성별 및 연령별 표현 수용성 또한 의미 수용성 결과와 마찬가지로 남성보다는 여성이 상대적으로 높게 나타났으며, 낮은 연령대로 갈수록 수용성이 높게 나타났다.

<표 4-42> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 표현 수용성 (하위 어휘) - 국가/관심도별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

[단위 : 긍정 응답률%]	전체	국가		한국에 대한 관심도		
		중국	대만	들어 본 적이 있지만 잘 안 알 음	잘 아 는 편 이 나 관 심 이 있 는 나 라 가 아 님	잘 알 고 있 는 관 심 나 라
탕평채(蕩平菜)	51.3	54.2	40.0	35.3	43.1	66.2
구절판(九折坂)	55.3	55.0	56.7	39.4	53.1	64.7
신선로(神仙炉)	65.3	67.5	56.7	48.5	53.1	82.4
홍어적(斑鰩烤串)	56.7	57.5	53.3	41.2	52.9	67.7
다식(茶食)	66.0	64.2	73.3	60.6	61.2	72.1
코다리찜 (炖半干明太鱼)	68.0	70.8	56.7	57.6	53.1	83.8
도토리묵(橡子凉粉)	77.3	80.0	66.7	81.8	59.2	88.2
수수부꾸미(高粱煎糕)	77.3	80.8	63.3	81.8	59.2	88.2
더덕구이(烤沙参)	81.3	86.7	60.0	67.6	76.5	92.3
새우젓(虾酱)	77.3	78.3	73.3	64.7	72.5	87.7

국가 및 관심도별 표현 수용성은 ‘홍어적(斑鰩烤串)’, ‘구절판(九折坂)’, ‘새우젓(虾酱)’을 제외하고 중국이 10% 이상 높은 수용성을 보였으며, 의미 수용성과 마찬가지로 한국에 대한 배경지식이 있고 관심이 높은 응답자가 수용성도 높게 나타났다.

2) 대응역

대응역은 번역 대상 언어권에 한식과 유사한 음식이 있거나 이미 대응되고

있는 표현이 있을 경우, 이를 차용하는 전략이다. 대응역 어휘에 대한 수용성도 전반적으로 높은 가운데, 대만에서 한식명의 ‘의미’ 문항에 대한 수용성이 비교적 낮았다. ‘한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다’와 ‘한식명 표현이 중국어로 자연스럽다’ 문항의 성별, 연령별, 한국에 대한 관심도별, 지역별 상세 수용성은 각각 다음 그림으로 제시하였다.

<그림 4-32> 조사 대상자별 중국어권 대응역 어휘 의미 수용성 - 한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다

[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정응답률%]



<그림 4-33> 조사 대상자별 중국어권 대응역 어휘 표현 수용성 - 한식명 표현이 중국어로 자연스럽다

[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정응답률%]

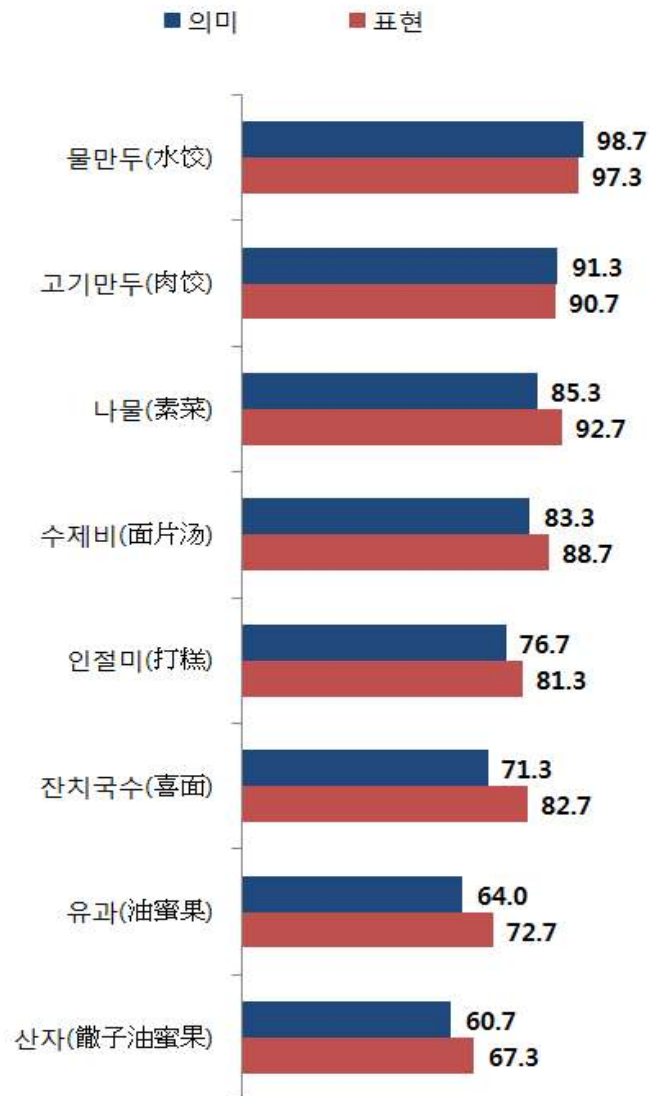


(1) 개별 대응역 어휘 수용성

대응역 어휘 중 ‘물만두’, ‘고기만두’ 등은 조사 결과 수용성이 90% 이상으로 높았고, ‘유과’, ‘산자’에 대한 수용성은 비교적 낮았다. 개별 어휘 중 수용성 상위 어휘 대한 상세 수치는 다음 그림과 같다.

<그림 4-34> 의미 수용성 상위 대응역 어휘

[Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위:
긍정응답률%]



수용성이 90% 이상으로 높게 나타난 어휘는 ‘만두류’와 같이 중국어권에서 친숙하게 접할 수 있는 평범한 음식이 많았다. 반면 수용성이 60% 이하로 나타난 ‘유과’나 ‘산자’ 등은 유사 음식이나 어휘가 중국어권에 존재하지만 일부 지역에 국한된 음식이거나 기타 이유 등으로 중국어권 원어민에게 친숙도가 낮은 음식인 경우가 있었다.

(2) 조사 대상자별 대응역 어휘 수용성

‘유과’, ‘산자’는 표현 수용성 대비 의미 수용성이 낮으며, 한국에 대한 관심을 갖고 있는 조사 대상자에서 수용성이 비교적 높았다. 연령 및 성별, 한국에 대한 관심도와 조사 지역별 수용성을 상위 어휘와 하위 어휘로 나누어 다음에 각각 제시하였다.

<표 4-43> 조사 대상자별 대응역 어휘 의미 수용성- 성/연령별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

[단위 : 긍정응답률%]	전체	성별		연령				
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상
물만두(水餃)	98.7	100.0	97.3	100.0	100.0	100.0	100.0	93.3
고기만두(肉餃)	91.3	90.7	92.0	100.0	90.0	90.0	90.0	86.7
나물(素菜)	85.3	85.3	85.3	86.7	76.7	83.3	93.3	86.7
수제비(面片汤)	83.3	81.3	85.3	80.0	90.0	83.3	86.7	76.7
인절미(打糕)	76.7	73.3	80.0	76.7	83.3	66.7	83.3	73.3
잔치국수(喜面)	71.3	73.3	69.3	76.7	76.7	53.3	70.0	80.0
유과(油蜜果)	64.0	62.7	65.3	66.7	60.0	53.3	73.3	66.7
산자(餡子油蜜果)	60.7	56.0	65.3	70.0	60.0	66.7	63.3	43.3

성별 대응역 의미 수용도는 직역과 마찬가지로 여성이 남성보다 상대적으로 높게 나타났으나, ‘잔치국수(喜面)’는 남성의 수용도가 여정보다 높게 나타났다. 연령별로는 ‘물만두(水餃)’의 경우 60대 이상을 제외한 전 연령층에서 100%로 의미 수용도가 매우 높게 나타났다. 반면 ‘유과(油蜜果)’, ‘산자(餡子油蜜果)’ 등은 80% 이하의 수용성을 보였다.

<표 4-44> 조사 대상자별 대응역 어휘 의미 수용성 - 국가/관심도

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

[단위 : 긍정응답률%]	전체	국가		한국에 대한 관심도		
		중국	대만	들어본 적이 있지만 잘 알지 못함	잘 아는 편이나 관심이 있는 나라	잘 알고 관심 있는 나라

물만두(水餃)	98.7	99.2	96.7	100.0	98.0	98.5
고기만두(肉餃)	91.3	93.3	83.3	85.3	90.2	95.4
나물(素菜)	85.3	89.2	70.0	84.8	85.7	85.3
수제비(面片湯)	83.3	86.7	70.0	78.8	79.6	88.2
인절미(打糕)	76.7	85.8	40.0	78.8	61.2	86.8
잔치국수(喜面)	71.3	78.3	43.3	67.6	66.7	76.9
유과(油蜜果)	64.0	68.3	46.7	48.5	55.1	77.9
산자(饊子油蜜果)	60.7	64.2	46.7	52.9	54.9	69.2

국가별로는 대만이 중국보다 낮은 수용성을 보였고, 특히 ‘인절미(打糕)’, ‘잔치국수(喜面)’, ‘유과(油蜜果)’, ‘산자(饊子油蜜果)’ 등에서는 40% 대의 매우 낮은 수용성이 나타났다. 이는 ‘인절미’, ‘유과’, ‘산자’ 등이 대만에는 없는 음식이고, ‘잔치국수’도 결혼식 때 먹는 ‘시빙(喜餅)’과 연결시키지 못해 나타난 결과로 보인다. 또한 한국에 대한 배경지식과 관심이 있는 응답자의 의미 수용성이 비교적 높게 나타났다.

<표 4-45> 조사 대상자별 개별 대응역 어휘 표현 수용성 - 성/연령별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

[단위 : 긍정응답률%]	전체	성별		연령				
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상
물만두(水餃)	97.3	98.7	96.0	96.7	96.7	100.0	100.0	93.3
고기만두(肉餃)	90.7	92.0	89.3	100.0	90.0	93.3	93.3	76.7
나물(素菜)	92.7	89.3	96.0	83.3	93.3	100.0	96.7	90.0
수제비(面片湯)	88.7	81.3	96.0	90.0	90.0	86.7	90.0	86.7
인절미(打糕)	81.3	77.3	85.3	83.3	90.0	66.7	93.3	73.3
잔치국수(喜面)	82.7	84.0	81.3	86.7	83.3	80.0	86.7	76.7
유과(油蜜果)	72.7	66.7	78.7	73.3	76.7	56.7	73.3	83.3
산자(饊子油蜜果)	67.3	58.7	76.0	83.3	70.0	73.3	70.0	40.0

표현 수용성의 경우, 의미 수용성과 유사하게 여성이 상대적으로 높게 나타났으며 ‘잔치국수(喜面)’, ‘고기만두(肉餃)’ 등에서는 남성이 다소 높게 나타났다. 연령대별 표현 수용성도 대부분 비슷한 수준을 보였으나, ‘인절미(打糕)’와

‘유과(油蜜果)’에서 40대의 수용성이 각 66.7%와 56.7%로 특히 낮게 나타났다.

<표 4-46> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 표현 수용성 - 국가/관심도별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

[단위 : 긍정응답률%]	전체	국가		한국에 대한 관심도		
		중국	대만	들어 본 적이 있지만 잘 알지 못함	잘 아는 편이나 관심 있는 나라가 아님	잘 알고 관심 있는 나라
물만두(水餃)	97.3	98.3	93.3	100.0	98.0	95.4
고기만두(肉餃)	90.7	92.5	83.3	82.4	90.2	95.4
나물(素菜)	92.7	94.2	86.7	90.9	87.8	97.1
수제비(面片汤)	88.7	88.3	90.0	84.8	81.6	95.6
인절미(打糕)	81.3	86.7	60.0	84.8	67.3	89.7
잔치국수(喜面)	82.7	89.2	56.7	82.4	82.4	83.1
유과(油蜜果)	72.7	70.8	80.0	63.6	63.3	83.8
산자(饊子油蜜果)	67.3	70.0	56.7	52.9	60.8	80.0

국가 및 관심도별 표현 수용성은 의미 수용성과 동일하게 대만이 중국보다 낮은 수용성을 보였고, 역시 ‘인절미(打糕)’, ‘잔치국수(喜面)’, ‘유과(油蜜果)’, ‘산자(饊子油蜜果)’ 등에서 특히 낮은 수용성을 보였다.

3) 의미역

의미역은 한국어 한식명에 드러나지 않은 의미를 추가하여 번역하는 전략으로, 의미역 어휘에 대한 수용성 역시 전 조사 대상에서 75% 이상으로 높은 가운데, 연령대가 낮을수록, 한국에 대한 관심도가 높을수록 수용성이 높았다. 그에 대한 상세 비율은 다음과 같다.

<그림 4-35> 조사 대상자별 중국어권 의미역 어휘 의미 수용성 - 한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다

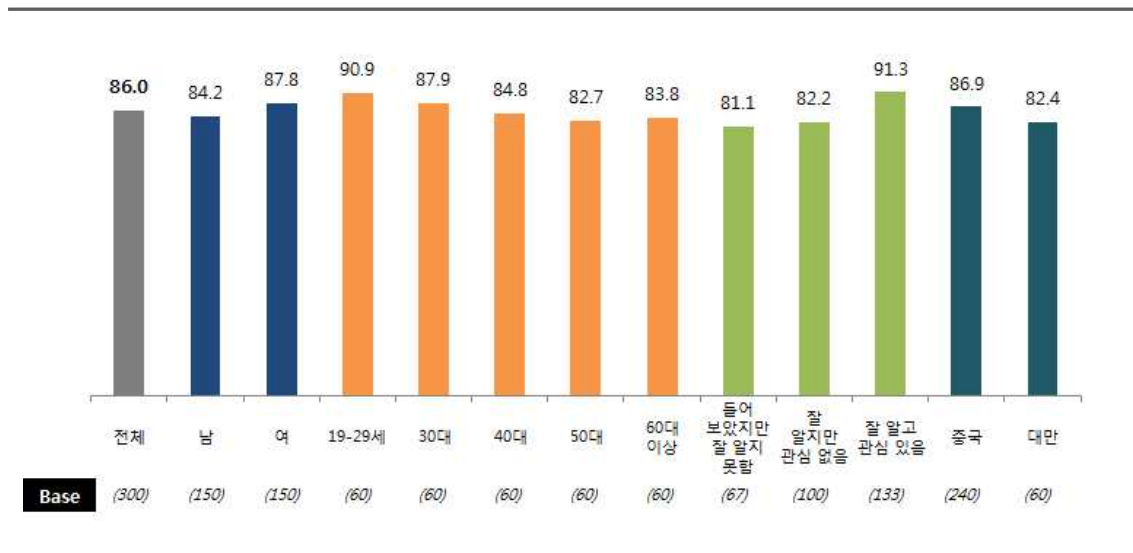
<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



위와 같이 ‘한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다’는 문항에 19~30대 조사 대상자의 수용성이 60대 이상에 비해 10%가량 높게 나타나는 경향은 직역, 대응역과 유사했으며, 지역별로는 역시 다른 번역 전략을 적용한 조사 대상 어휘들과 마찬가지로 대만이 비교적 낮게 나타났다. 이러한 현상은 아래 그림처럼 ‘한식명 표현이 중국어로 자연스럽다’는 문항에 대한 결과에도 유사하게 나타나는데, 다만 연령별, 국가별, 한국에 대한 관심도별 수용도가 ‘한식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다’보다는 약간 높게 나타났다.

<그림 4-36> 조사 대상자별 중국어권 의미역 어휘 표현 수용성 - 한식명 표현이 중국어로 자연스럽다

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>

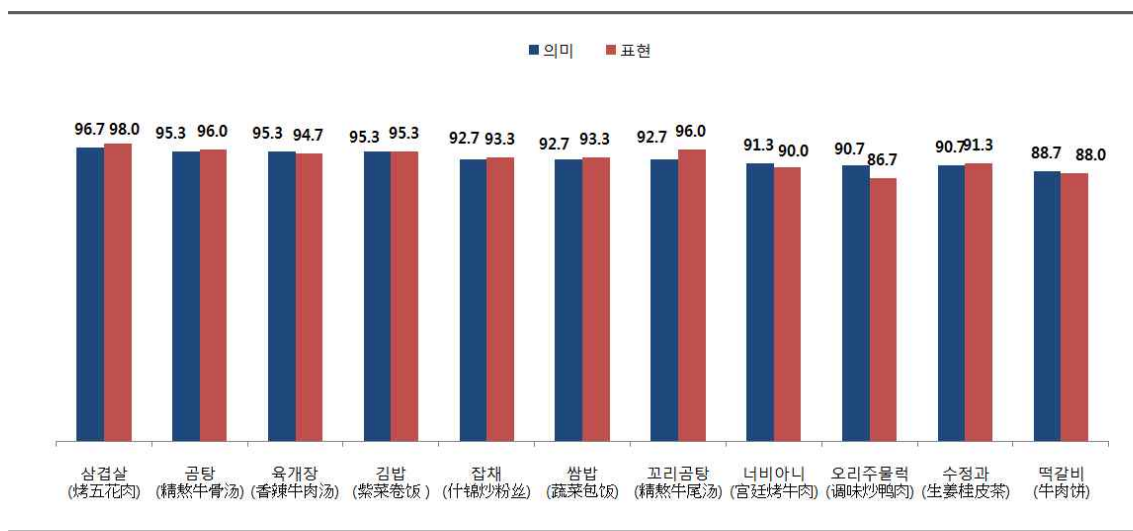


(1) 개별 의미역 어휘 수용성

개별 어휘별로 살펴보면, 중국어권 의미역 어휘 중 ‘탕국’, ‘강된장’ 등의 의미 수용성이 비교적 낮았다. 조사 된 의미역 어휘 중 2개 어휘를 제외하고는 의미 수용성이 70% 이상으로 높았다.

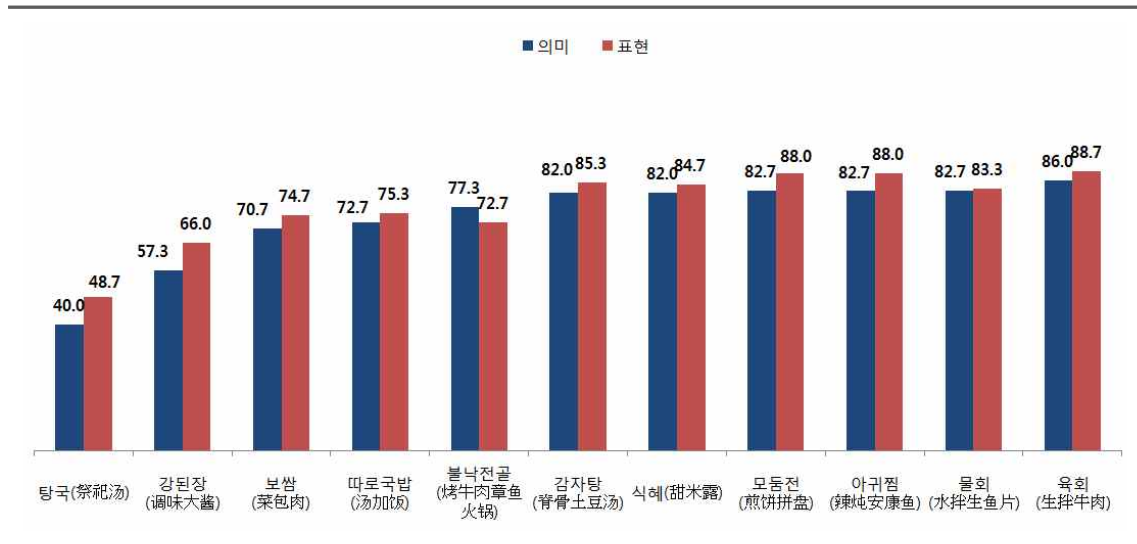
<그림 4-37> 의미 및 표현 수용성 상위 의미역 어휘

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%>



<그림 4-38> 의미 및 표현 수용성 하위 의미역 어휘

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%>



의미역은 전반적으로 70% 이상의 높은 수용성을 보였으나 ‘탕국’이나 ‘강된장’처럼 60%대나 그 이하의 비교적 낮은 어휘의 경우, 의미역임에도 음식의 재료 및 조리법이 드러나지 않거나 음식의 실체가 불분명하게 묘사된 번역에 해당되었다.

(2) 조사 대상자별 의미역 어휘 수용성

의미역 어휘 중 ‘물회’, ‘따로국밥’, ‘강된장’, ‘탕국’은 한국에 대한 관심에 따라 수용성의 차이가 나타났다. ‘물회’나 ‘따로국밥’은 음식 재료나 조리법이 번역에 드러나 있으나, 중국어권에서 접하기 어려운 종류의 음식이다 보니 한국에 대한 관심도가 수용성에 영향을 미친 것으로 보인다.

<표 4-47> 조사 대상자별 의미역 어휘 의미 수용성 - 성/연령별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

[단위 : 긍정 응답률%]	전체	성별		연령				
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상
삼겹살(烤五花肉)	96.7	96.0	97.3	96.7	96.7	100.0	96.7	93.3

곰탕(精熬牛骨汤)	95.3	92.0	98.7	100.0	100.0	96.7	93.3	86.7
육개장(香辣牛肉汤)	95.3	98.7	92.0	96.7	96.7	93.3	96.7	93.3
김밥(紫菜卷饭)	95.3	92.0	98.7	90.0	100.0	96.7	100.0	90.0
잡채(什锦炒粉丝)	92.7	93.3	92.0	96.7	90.0	90.0	93.3	93.3
쌈밥(蔬菜包饭)	92.7	93.3	92.0	100.0	90.0	93.3	90.0	90.0
꼬리곰탕(精熬牛尾汤)	92.7	90.7	94.7	93.3	93.3	96.7	86.7	93.3
너비아니(宫廷烤牛肉)	91.3	93.3	89.3	90.0	100.0	93.3	83.3	90.0
오리주물럭 (调味炒鸭肉)	90.7	86.7	94.7	90.0	93.3	90.0	93.3	86.7
수정과(生姜桂皮茶)	90.7	89.3	92.0	93.3	93.3	93.3	83.3	90.0
떡갈비(牛肉饼)	88.7	90.7	86.7	86.7	83.3	90.0	93.3	90.0
도치두루치기 (辣炒圆鳍鱼)	88.0	90.7	85.3	93.3	93.3	80.0	83.3	90.0
육회(生拌牛肉)	86.0	82.7	89.3	96.7	100.0	90.0	70.0	73.3
모듬전(煎饼拼盘)	82.7	77.3	88.0	90.0	90.0	76.7	80.0	76.7
아귀찜(辣炖安康鱼)	82.7	82.7	82.7	86.7	83.3	76.7	76.7	90.0
물회(水拌生鱼片)	82.7	81.3	84.0	93.3	83.3	76.7	76.7	83.3
감자탕(脊骨土豆汤)	82.0	78.7	85.3	86.7	83.3	86.7	80.0	73.3
식혜(甜米露)	82.0	80.0	84.0	96.7	76.7	86.7	76.7	73.3
불낙전골 (烤牛肉章鱼火锅)	77.3	78.7	76.0	86.7	90.0	66.7	80.0	63.3
따로국밥(汤加饭)	72.7	69.3	76.0	76.7	83.3	73.3	63.3	66.7
보쌈(菜包肉)	70.7	68.0	73.3	86.7	86.7	56.7	70.0	53.3
강된장(调味大酱)	57.3	57.3	57.3	66.7	63.3	50.0	66.7	40.0
탕국(祭祀汤)	40.0	37.3	42.7	60.0	46.7	30.0	43.3	20.0

성별 및 연령대별 조사에서 의미 수용성은 대부분 70% 이상으로 나타났다. 다만, ‘보쌈(菜包肉)’은 40대와 60대 이상에서, ‘강된장(调味大酱)’은 남녀 모두 및 40대와 60대 이상에서 낮은 수용성을 보였다. 특히 ‘탕국(祭祀汤)’은 성별과 연령대를 막론하고 대부분 수용성이 50% 이하로 매우 낮게 나타났으며, 20대에서만 60%였다. 이는 ‘탕국(祭祀汤)’ 번역안이 중국어권 사람들에게 긍정적으로 수용되지 않음을 의미한다.

<표 4-48> 조사 대상자별 의미역 어휘 의미 수용성 - 국가/관심도별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

[단위 : 긍정 응답률%]	전체	국가		한국에 대한 관심도		
		중국	대만	들어 본적이 있지만 잘 알지 못함	잘 아는 편이나 관심 있는 나라 가 아님	잘 알고 있는 나라
삼겹살(烤五花肉)	96.7	98.3	90.0	87.9	100.0	98.5
곰탕(精熬牛骨汤)	95.3	95.8	93.3	91.2	96.1	96.9
육개장(香辣牛肉汤)	95.3	95.0	96.7	94.1	94.1	96.9
김밥(紫菜卷饭)	95.3	96.7	90.0	93.9	91.8	98.5
잡채(什锦炒粉丝)	92.7	93.3	90.0	82.4	96.1	95.4
쌈밥(蔬菜包饭)	92.7	94.2	86.7	88.2	92.2	95.4
꼬리곰탕(精熬牛尾汤)	92.7	95.0	83.3	75.8	95.9	98.5
너비아니(宫廷烤牛肉)	91.3	91.7	90.0	88.2	90.2	93.8
오리주물럭 (调味炒鸭肉)	90.7	90.8	90.0	72.7	89.8	100.0
수정과(生姜桂皮茶)	90.7	91.7	86.7	81.8	89.8	95.6
떡갈비(牛肉饼)	88.7	88.3	90.0	84.8	83.7	94.1
도치두루치기 (辣炒圆鳕鱼)	88.0	86.7	93.3	84.8	85.7	91.2
육회(生拌牛肉)	86.0	86.7	83.3	73.5	86.3	92.3
모듬전(煎饼拼盘)	82.7	84.2	76.7	76.5	72.5	93.8
아귀찜(辣炖安康鱼)	82.7	87.5	63.3	70.6	82.4	89.2
물회(水拌生鱼片)	82.7	84.2	76.7	78.8	69.4	94.1
감자탕(脊骨土豆汤)	82.0	88.3	56.7	79.4	80.4	84.6
식혜(甜米露)	82.0	81.7	83.3	73.5	86.3	83.1
불낙전골 (烤牛肉章鱼火锅)	77.3	76.7	80.0	81.8	65.3	83.8
따로국밥(汤加饭)	72.7	71.7	76.7	63.6	63.3	83.8
보쌈(菜包肉)	70.7	75.8	50.0	55.9	62.7	84.6
강된장(调味大酱)	57.3	60.8	43.3	45.5	40.8	75.0
탕국(祭祀汤)	40.0	41.7	33.3	24.2	26.5	57.4

국가 및 관심도별 결과에서도 ‘탕국(祭祀汤)’에 대한 수용성이 눈에 띄게 낮았고, 그 외에 ‘강된장(调味大酱)’이 중국 응답자 및 60대 이상 연령층을 제외하고 40~57%대의 낮은 수용성을 보였다.

<표 4-49> 조사 대상자별 개별 의미역 어휘 표현 수용성 - 성/연령별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

[단위 : 긍정 응답률%]	전체	성별		연령				
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상
삼겹살(烤五花肉)	98.0	97.3	98.7	96.7	93.3	100.0	100.0	100.0
곰탕(精熬牛骨汤)	96.0	93.3	98.7	100.0	100.0	100.0	90.0	90.0
육개장(香辣牛肉汤)	94.7	94.7	94.7	93.3	96.7	100.0	93.3	90.0
김밥(紫菜卷饭)	95.3	93.3	97.3	90.0	100.0	96.7	96.7	93.3
잡채(什锦炒粉丝)	93.3	94.7	92.0	96.7	93.3	93.3	90.0	93.3
쌈밥(蔬菜包饭)	93.3	92.0	94.7	96.7	90.0	93.3	90.0	96.7
꼬리곰탕(精熬牛尾汤)	96.0	96.0	96.0	96.7	93.3	96.7	93.3	100.0
너비아니(宫廷烤牛肉)	90.0	94.7	85.3	96.7	96.7	86.7	83.3	86.7
오리주물럭 (调味炒鸭肉)	86.7	84.0	89.3	93.3	86.7	83.3	83.3	86.7
수정과(生姜桂皮茶)	91.3	90.7	92.0	96.7	93.3	90.0	83.3	93.3
떡갈비(牛肉饼)	88.0	89.3	86.7	80.0	90.0	86.7	90.0	93.3
도치두루치기 (辣炒圆鳕鱼)	89.3	90.7	88.0	96.7	86.7	80.0	90.0	93.3
육회(生拌牛肉)	88.7	86.7	90.7	100.0	96.7	96.7	80.0	70.0
모듬전(煎饼拼盘)	88.0	85.3	90.7	96.7	90.0	90.0	80.0	83.3
아귀찜(辣炖安康鱼)	88.0	89.3	86.7	96.7	90.0	80.0	86.7	86.7
물회(水拌生鱼片)	83.3	77.3	89.3	83.3	83.3	86.7	76.7	86.7
감자탕(脊骨土豆汤)	85.3	82.7	88.0	93.3	83.3	90.0	76.7	83.3
식혜(甜米露)	84.7	77.3	92.0	100.0	90.0	86.7	73.3	73.3
불낙전골 (烤牛肉章鱼火锅)	72.7	68.0	77.3	90.0	76.7	60.0	80.0	56.7
따로국밥(汤加饭)	75.3	70.7	80.0	76.7	80.0	80.0	66.7	73.3
보쌈(菜包肉)	74.7	70.7	78.7	93.3	90.0	66.7	76.7	46.7
강된장(调味大酱)	66.0	60.0	72.0	63.3	76.7	53.3	70.0	66.7
탕국(祭祀汤)	48.7	45.3	52.0	66.7	46.7	36.7	46.7	46.7

표현 수용성에 대한 양상도 의미 수용성과 유사한데, ‘탕국(祭祀汤)’이 20대를 제외하고 중국 및 대만, 기타 연령대에서 모두 낮은 수용성이 나타났다. 즉, 의미와 표현 모두 ‘탕국(祭祀汤)’ 번역안이 중국어권 사람에게 수용될 가능성

이 낮음을 시사한다. 국가 및 한국에 대한 관심도별로 나눈 결과도 이와 동일하다. 아래 <표 4-50>을 보면, 한국에 대해 ‘잘 알고 관심 있는 나라’라고 답한 응답자도 ‘탕국(祭祀汤)’에 대해서 58.8%라는 상대적으로 낮은 수용성을 보였다.

<표 4-50> 조사 대상자별 개별 의미역 어휘 표현 수용성 - 국가/관심도별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

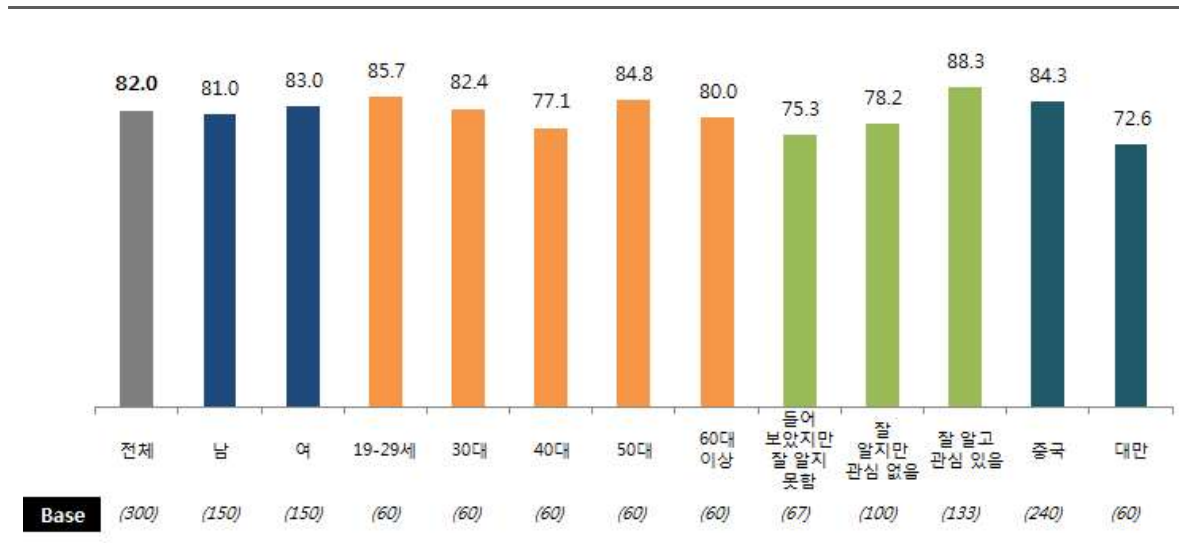
[단위 : 긍정 응답률%]	전체	국가		한국에 대한 관심도		
		중국	대만	들어본적이 있지만 잘 알지 못함	잘 아는 편이나 관심이 있는 나라가 아님	잘 알고 관심 있는 나라
삼겹살(烤五花肉)	98.0	99.2	93.3	93.9	100.0	98.5
곰탕(精熬牛骨汤)	96.0	95.8	96.7	94.1	96.1	96.9
육개장(香辣牛肉汤)	94.7	95.0	93.3	94.1	94.1	95.4
김밥(紫菜卷饭)	95.3	97.5	86.7	93.9	91.8	98.5
잡채(什锦炒粉丝)	93.3	93.3	93.3	91.2	96.1	92.3
쌈밥(蔬菜包饭)	93.3	94.2	90.0	91.2	94.1	93.8
꼬리곰탕(精熬牛尾汤)	96.0	97.5	90.0	87.9	95.9	100.0
너비아니(宫廷烤牛肉)	90.0	91.7	83.3	88.2	88.2	92.3
오리주물럭(调味炒鸭肉)	86.7	86.7	86.7	78.8	79.6	95.6
수정과(生姜桂皮茶)	91.3	91.7	90.0	87.9	89.8	94.1
떡갈비(牛肉饼)	88.0	89.2	83.3	87.9	83.7	91.2
도치두루치기(辣炒圆鳍鱼)	89.3	89.2	90.0	87.9	85.7	92.6
육회(生拌牛肉)	88.7	90.8	80.0	79.4	88.2	93.8
모듬전(煎饼拼盘)	88.0	90.8	76.7	76.5	86.3	95.4
아귀찜(辣炖安康鱼)	88.0	90.0	80.0	73.5	86.3	96.9
물회(水拌生鱼片)	83.3	83.3	83.3	78.8	71.4	94.1
감자탕(脊骨土豆汤)	85.3	90.0	66.7	82.4	82.4	89.2
식혜(甜米露)	84.7	83.3	90.0	76.5	84.3	89.2
불낙전골(烤牛肉章鱼火锅)	72.7	72.5	73.3	72.7	59.2	82.4
따로국밥(汤加饭)	75.3	75.0	76.7	63.6	65.3	88.2
보쌈(菜包肉)	74.7	80.0	53.3	55.9	64.7	92.3
강된장(调味大酱)	66.0	67.5	60.0	60.6	51.0	79.4
탕국(祭祀汤)	48.7	48.3	50.0	42.4	38.8	58.8

4) 혼합형 번역 전략

혼합형 번역 전략은 음역, 직역, 의미역 중 2가지 이상을 혼합한 번역 전략을 가리킨다. 혼합형 번역 전략으로 번역된 어휘 역시 응답자의 80%가 한식명을 통해 음식에 대해 알 수 있는 수준으로 높았다. 연령별로는 40대의 수용성이 비교적 낮은 편이며 중국에 비해 대만의 응답률이 낮았다.

<그림 4-39> 조사 대상자별 중국어권 혼합형 번역 전략 의미 수용성 - 음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다

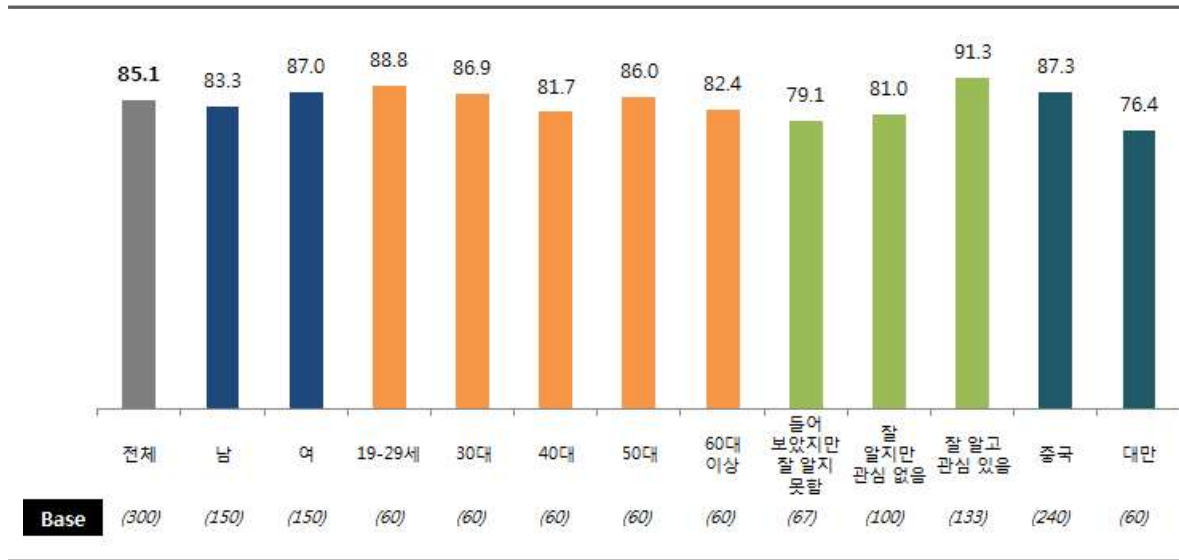
[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정응답률%]



혼합형의 특이할만한 점은 다른 전략에 비해 50대의 수용성이 높다는 것이다. ‘음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다’는 문항에 50대 응답자는 19-29세와 거의 비슷한 수준인 수용성을 보였다.

<그림 4-40> 조사 대상자별 중국어권 혼합형 번역 전략 표현 수용성 - 음식명 표현이 중국어로 자연스럽다

[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정응답률%]



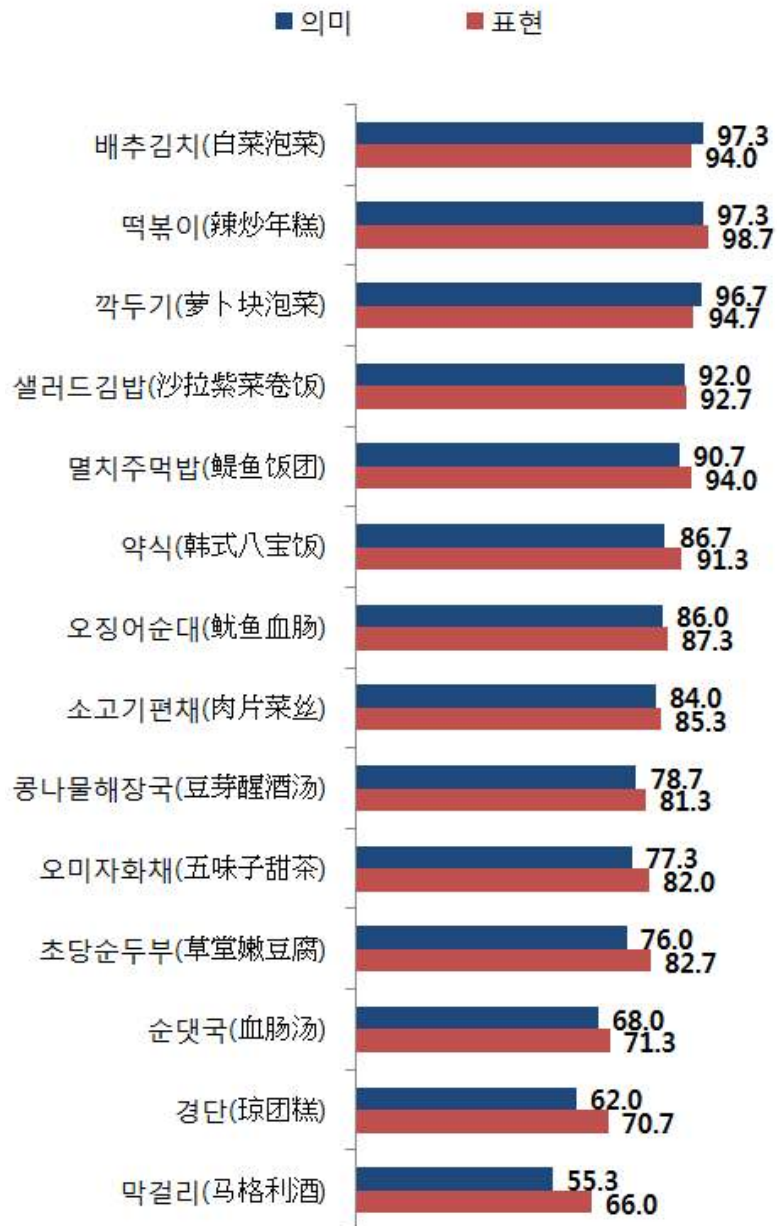
‘음식명 표현이 중국어로 자연스럽다’는 문항에서도 마찬가지로 50대의 긍정 응답률이 85%로 높게 나타났으며, 60대 이상에서도 다른 번역 전략보다 높은 81.4%의 수용성이 나왔다.

(1) 개별 혼합형 번역 전략 어휘 수용성

혼합형 번역 전략 어휘 중 ‘배추김치’, ‘깍두기’에 대해서는 거의 대다수의 응답자가 수용하였으며 ‘경단’, ‘막걸리’의 수용성은 비교적 낮았다.

<그림 4-41> 혼합형 번역 전략 어휘 수용성

[Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정응답률%]



김치류의 경우 이미 중국어권에서 널리 알려져 있는 한식이기 때문에 수용도가 높게 나타났고, ‘샐러드김밥’은 외래어인 ‘샐러드’와 역시 중국어권에서 비교적 잘 알려진 ‘김밥’이 합쳐져 수용성이 높게 나타났을 것으로 보인다. ‘떡

볶이(辣炒年糕)’ 또한 중국 음식 중에 ‘볶음 떡 요리(炒年糕)’가 있고, 거기에 ‘맵다(辣)’라는 어휘를 추가한 경우로, 이미 중국 내에서 보편적으로 사용되고 있는 표현이다. 반면 수용성이 낮게 나타난 ‘경단’이나 ‘막걸리’의 경우, ‘경단(琼团糕)’은 한식명의 ‘경단(琼团)’ 한자어에 ‘떡(糕)’이라는 의미를 결합한 형식이고, ‘막걸리(马格利酒)’는 ‘막걸리(马格利)’를 음하고 ‘술(酒)’이라는 의미를 결합한 형식으로, 이러한 조합이 원어민들에게 낯설게 느껴졌을 수 있다.

(2) 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 수용성

혼합형 번역 전략을 이용해 번역된 어휘 중 의미 수용성이 비교적 낮은 ‘순댓국’, ‘막걸리’ 등은 여성의 수용성이 비교적 높았고, 한국 관심이 많은 조사 대상자의 수용도가 높았다.

<표 4-51> 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 의미 수용성 - 성/연령별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

[단위 : 긍정응답률%]	전체	성별		연령				
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상
배추김치(白菜泡菜)	97.3	97.3	97.3	100.0	100.0	93.3	96.7	96.7
떡볶이(辣炒年糕)	97.3	96.0	98.7	96.7	100.0	100.0	96.7	93.3
각두기(萝卜块泡菜)	96.7	96.0	97.3	90.0	100.0	100.0	100.0	93.3
샐러드김밥(沙拉紫菜卷饭)	92.0	90.7	93.3	93.3	96.7	86.7	93.3	90.0
멸치주먹밥(鲱鱼饭团)	90.7	89.3	92.0	93.3	86.7	96.7	83.3	93.3
약식(韩式八宝饭)	86.7	85.3	88.0	93.3	90.0	83.3	83.3	83.3
오징어순대(鱿鱼血肠)	86.0	85.3	86.7	90.0	90.0	73.3	86.7	90.0
소고기편채(肉片菜丝)	84.0	82.7	85.3	83.3	93.3	73.3	83.3	86.7
콩나물해장국(豆芽醒酒汤)	78.7	77.3	80.0	83.3	86.7	66.7	83.3	73.3
오미자화채(五味子甜茶)	77.3	76.0	78.7	86.7	66.7	80.0	83.3	70.0
초당순두부(草堂嫩豆腐)	76.0	82.7	69.3	73.3	63.3	80.0	86.7	76.7
순댓국(血肠汤)	68.0	62.7	73.3	80.0	66.7	53.3	70.0	70.0
경단(琼团糕)	62.0	62.7	61.3	70.0	56.7	56.7	73.3	53.3
막걸리(马格利酒)	55.3	49.3	61.3	66.7	56.7	36.7	66.7	50.0

의미 수용성에서 여성과 남성 간의 차이는 크지 않았으나, ‘초당순두부(草堂嫩豆腐)’, ‘막걸리(马格利酒)’ 등에서 여성과 남성의 수용성 차이가 비교적 크게 드러났다. 그 외에 연령대 별로는 ‘순댓국(血肠汤)’이 40대에서 다른 연령대보다 낮은 수용성을 보였고, ‘경단(琼团糕)’과 ‘막걸리(马格利酒)’는 전 연령대

에서 상대적으로 낮은 수용성을 보였다. 특히 40대에서는 36.7%로 가장 낮은 수용성이 나타났다. 이에 반해 ‘배추김치(白菜泡菜)’ 등 김치류는 상대적으로 높은 수용도를 보였다.

<표 4-52> 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 의미 수용성 - 국가/관심도별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

[단위 : 긍정응답률%]	전체	국가		한국에 대한 관심도		
		중국	대만	들어본 적이 있지만 잘 알지 못함	잘 아는 편이나 관심 있는 나라가 아님	잘 알고 관심 있는 나라
배추김치(白菜泡菜)	97.3	97.5	96.7	94.1	98.0	98.5
떡볶이(辣炒年糕)	97.3	97.5	96.7	90.9	98.0	100.0
깍두기(萝卜块泡菜)	96.7	97.5	93.3	87.9	100.0	98.5
샐러드김밥(沙拉紫菜卷饭)	92.0	93.3	86.7	94.1	88.2	93.8
멸치주먹밥(鰵鱼饭团)	90.7	92.5	83.3	84.8	93.9	91.2
약식(韩式八宝饭)	86.7	89.2	76.7	85.3	82.4	90.8
오징어순대(鱿鱼血肠)	86.0	86.7	83.3	79.4	82.4	92.3
소고기편채(肉片菜丝)	84.0	88.3	66.7	73.5	76.5	95.4
콩나물해장국(豆芽醒酒汤)	78.7	79.2	76.7	69.7	69.4	89.7
오미자화채(五味子甜茶)	77.3	75.8	83.3	66.7	73.5	85.3
초당순두부(草堂嫩豆腐)	76.0	81.7	53.3	66.7	73.5	82.4
순댓국(血肠汤)	68.0	73.3	46.7	55.9	64.7	76.9
경단(琼团糕)	62.0	68.3	36.7	54.5	51.0	73.5
막걸리(马格利酒)	55.3	60.0	36.7	50.0	43.1	67.7

국가 및 관심도별로 보면 ‘초당순두부(草堂嫩豆腐)’, ‘막걸리(马格利酒)’, ‘경단(琼团糕)’, ‘순댓국(血肠汤)’에서 대만의 의미 수용도가 중국보다 크게 낮았다. 본조사 문항에 이에 관한 이유를 묻는 문항은 포함되지 않아 정확하게 파악하기 어려우나, 이들 어휘들이 성별이나 연령대에서도 높은 수용성이 나타나지 않았다는 사실을 감안하면, 대만이 중국에 비해 이들 어휘에 대해 좀 더 보수적으로 응답을 했을 가능성이 있다.

<표 4-53> 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 표현 수용성 - 성/연령별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

[단위 : 긍정응답률%]	전체	성별		연령				
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상
배추김치(白菜泡菜)	94.0	96.0	92.0	93.3	96.7	90.0	96.7	93.3
떡볶이(辣炒年糕)	98.7	97.3	100.0	96.7	100.0	100.0	100.0	96.7
깍두기(萝卜块泡菜)	94.7	92.0	97.3	86.7	93.3	96.7	96.7	100.0
샐러드김밥(沙拉紫菜卷饭)	92.7	92.0	93.3	96.7	96.7	93.3	90.0	86.7
멸치주먹밥(鯷鱼饭团)	94.0	92.0	96.0	96.7	96.7	93.3	83.3	100.0
약식(韩式八宝饭)	91.3	90.7	92.0	100.0	100.0	93.3	83.3	80.0
오징어순대(鱿鱼血肠)	87.3	86.7	88.0	90.0	90.0	83.3	90.0	83.3
소고기편채(肉片菜丝)	85.3	84.0	86.7	86.7	90.0	73.3	90.0	86.7
콩나물해장국(豆芽醒酒汤)	81.3	77.3	85.3	86.7	93.3	66.7	80.0	80.0
오미자화채(五味子甜茶)	82.0	78.7	85.3	90.0	70.0	86.7	86.7	76.7
초당순두부(草堂嫩豆腐)	82.7	86.7	78.7	76.7	80.0	83.3	86.7	86.7
순댓국(血肠汤)	71.3	68.0	74.7	80.0	70.0	63.3	73.3	70.0
경단(琼团糕)	70.7	65.3	76.0	80.0	70.0	63.3	76.7	63.3
막걸리(马格利酒)	66.0	60.0	72.0	83.3	70.0	56.7	70.0	50.0

성별 및 연령별 표현 수용성은 의미 수용성보다는 높게 나타났지만, ‘막걸리(马格利酒)’의 경우 60대 이상에서 여전히 50%의 낮은 수용성을 보였다. ‘배추김치(白菜泡菜)’ 등에서 비교적 높은 수용성이 나타난 것도 의미 수용성 결과와 동일하다.

<표 4-54> 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 표현 수용성 - 국가/관심도별

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

[단위 : 긍정응답률%]	전체	국가		한국에 대한 관심도		
		중국	대만	들어본 적이 있지만 잘 알지 못함	잘 아는 편이나 관심 있는 나라가 아님	잘 알고 관심 있는 나라
배추김치(白菜泡菜)	94.0	94.2	93.3	91.2	98.0	92.3
떡볶이(辣炒年糕)	98.7	99.2	96.7	93.9	100.0	100.0
깍두기(萝卜块泡菜)	94.7	96.7	86.7	90.9	98.0	94.1
샐러드김밥(沙拉紫菜卷饭)	92.7	95.0	83.3	91.2	86.3	98.5
멸치주먹밥(鯷鱼饭团)	94.0	95.0	90.0	93.9	91.8	95.6
약식(韩式八宝饭)	91.3	92.5	86.7	88.2	88.2	95.4

오징어순대(鱿鱼血肠)	87.3	90.0	76.7	85.3	80.4	93.8
소고기편채(肉片菜丝)	85.3	89.2	70.0	70.6	90.2	89.2
콩나물해장국(豆芽醒酒汤)	81.3	82.5	76.7	75.8	69.4	92.6
오미자화채(五味子甜茶)	82.0	80.8	86.7	69.7	81.6	88.2
초당순두부(草堂嫩豆腐)	82.7	85.8	70.0	72.7	79.6	89.7
순댓국(血肠汤)	71.3	78.3	43.3	58.8	62.7	84.6
경단(琼团糕)	70.7	71.7	66.7	66.7	55.1	83.8
막걸리(马格利酒)	66.0	71.7	43.3	58.8	52.9	80.0

<표 4-54>에서 ‘막걸리(马格利酒)’, ‘순댓국(血肠汤)’ 등의 표현 수용성이 의미 수용성과 동일하게 대만이 중국보다 크게 낮았다. 다만, ‘초당순두부(草堂嫩豆腐)’와 ‘경단(琼团糕)’은 의미 수용성에 비해 그 격차가 작았다. 즉, ‘초당순두부(草堂嫩豆腐)’와 ‘경단(琼团糕)’가 어떤 음식인지 연상되거나 이해가 잘 되지는 않지만, 표현 자체는 받아들일 가능성이 의미에 비해 크다는 결과로 해석될 수 있다. 관심도 부분에서는 한국에 대한 관심이 없거나 배경지식이 거의 없을 경우에 상기 어휘에 대한 수용성이 50~60%대로 낮게 나타났다.

5) 언어별 번역 어휘와의 수용성 비교

한식 메뉴로서의 대표성, 인지도 등을 고려하여 총 58개 한식명을 3개 언어에서 공통으로 선정 조사하였으나 국가별로 한국에 대한 인지도 및 관심도가 차이가 있고, 언어별로 번역 전략이 상이한 가운데 대표적인 음식명에 대한 각 언어권별 수용성 차이를 확인하였다. 이들 58개 어휘 중 조사 결과 중국어권에서 수용성 최상위 어휘 5개 및 수용성 최하위 어휘 5개를 각 선정하여 비교하였다.

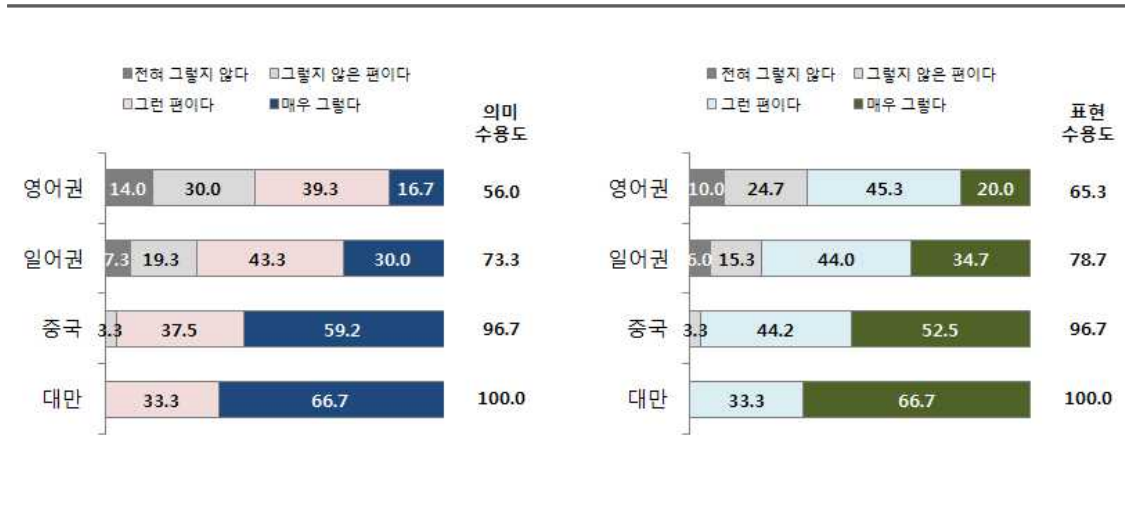
(1) 높은 수용성

① 해파리냉채

‘해파리냉채’는 중국어에서 직역되었다. ‘해파리냉채’는 중국어권에서 의미와 표현 수용성이 모두 평균 98% 이상으로 높게 나타났으며, 특히 대만에서는 의미와 표현 수용성이 100%로 나타났다. 이 같은 결과는 ‘해파리냉채’가 원어민 수용도 측면에서 성공적인 번역임을 시사한다.

<그림 4-42> 언어권별 번역 음식명 수용성_해파리냉채

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %>



<표 4-55> 언어권별 번역 음식명 수용성_해파리냉채

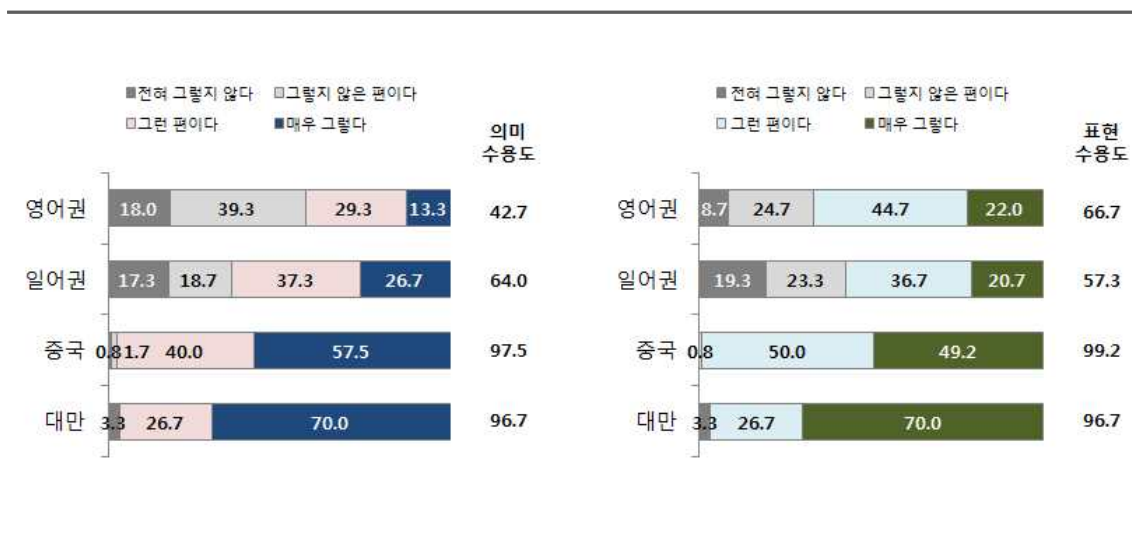
	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Chilled Jellyfish Salad	クラゲの冷菜	凉拌海蜇	凉拌海蜇
번역 전략	직역	직역	직역	직역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	56.0	73.3	96.7	100.0
표현 수용성 (긍정 응답률%)	65.3	78.7	96.7	100.0

② 떡볶이

‘떡볶이’는 기존에 중국어권에 이미 있는 음식인 ‘볶음 떡 요리(炒年糕)’를 차용하고, ‘맵다(辣)’라는 의미를 추가한 구조인데, 중국과 대만에서 의미 및 표현 모두 97% 이상의 높은 수용성을 보였다.

<그림 4-43> 언어권별 번역 음식명 수용성-떡볶이

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %>



<표 4-56> 언어권별 번역 음식명 수용성-떡볶이

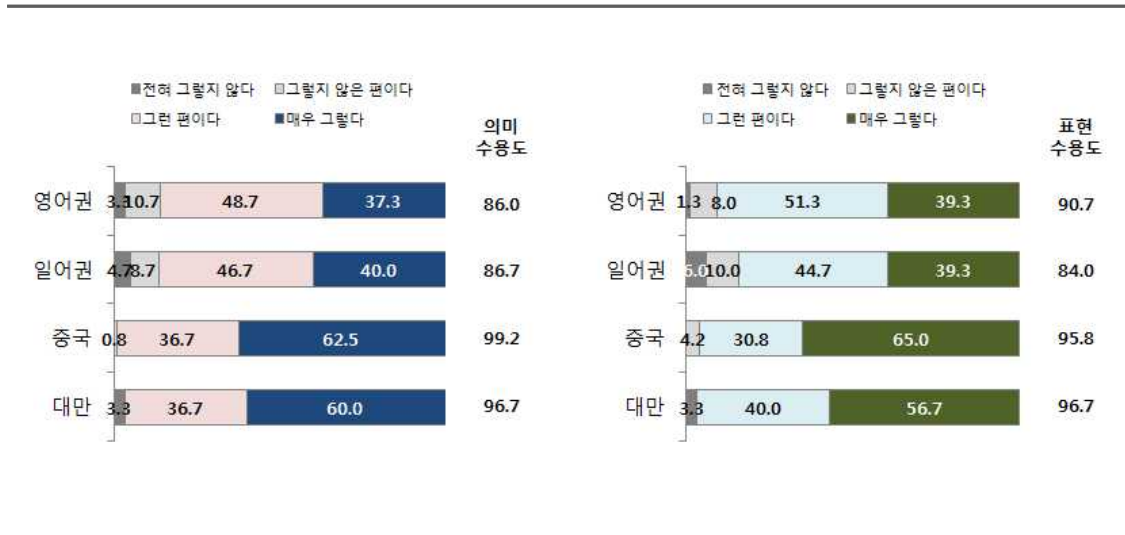
	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역명	Stir-fried Rice Cake	トッポッキ	辣炒年糕	辣炒年糕
번역 전략	의미역	음역	혼합형 (의미역+대응역)	혼합형 (의미역+대응역)
의미 수용도 (긍정응답률%)	42.7	64.0	97.5	96.7
표현 수용도 (긍정응답률%)	66.7	57.3	99.2	96.7

③ 호박죽

‘호박죽’은 직역되었고, 영·중·일 모든 언어권에서 80% 이상의 높은 수용성을 보였다. 중국과 대만에서 의미 및 표현 수용성이 각각 97.95%와 96.25%로 매우 높았다.

<그림 4-44> 언어권별 번역 음식명 수용성_호박죽

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %>



<표 4-57> 언어권별 번역 음식명 수용성_호박죽

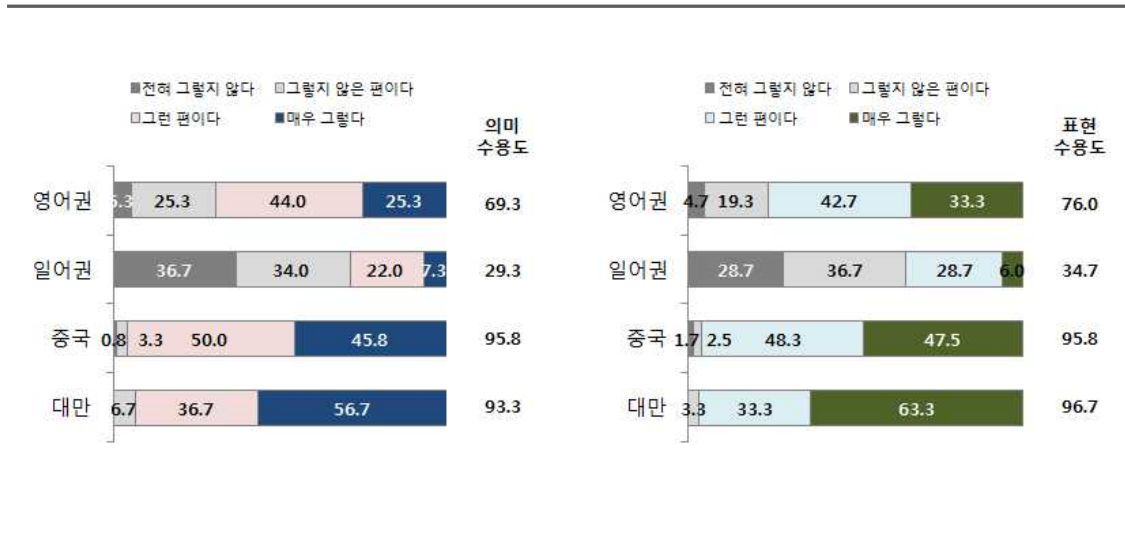
	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Pumpkin Porridge	カボチャ粥	南瓜粥	南瓜粥
번역 전략	직역	직역	직역	직역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	86.0	86.7	99.2	96.7
표현 수용성 (긍정 응답률%)	90.7	84.0	95.8	96.7

④ 곶탕

‘곶탕’은 중국어에서 의미역 전략을 취했다. 의미와 표현 면에서 수용성이 94% 이상으로 높았고, 특히 대만에서 의미 및 표현에 대한 ‘매우 그렇다’는 응답이 56.7%와 63.3%로 중국보다 높게 나타났다.

<그림 4-45> 언어권별 번역 음식명 수용성-곰탕

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %>



<표 4-58> 언어권별 번역 음식명 수용성-곰탕

	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Beef Bone Soup	コムタン	精熬牛骨汤	精熬牛骨湯
번역 전략	의미역	음역	의미역	의미역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	69.3	29.3	95.8	93.3
표현 수용성 (긍정 응답률%)	76.0	34.7	95.8	96.7

⑤ 콩나물국

‘콩나물국’은 직역이 적용되었고, 영어와 일본어에서도 동일한 전략이 사용되었다. 다음과 같이 중국어권에서 ‘콩나물국’은 의미 수용성 중국 98.3%와 대만 93.3%, 표현 수용성 중국 97.0%와 대만 93.3% 등 영어 및 일본어에 비해 월등히 높은 비율로 나타났다.

<그림 4-46> 언어권별 번역 음식명 수용성-콩나물국

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %>



<표 4-59> 언어권별 번역 음식명 수용성-콩나물국

	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Bean Sprout Soup	豆もやしスープ	豆芽汤	豆芽湯
번역 전략	직역	직역	직역	직역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	87.3	88.7	98.3	93.3
표현 수용성 (긍정 응답률%)	90.0	88.0	97.5	93.3

(2) 낮은 수용성

① 경단

‘경단’은 3개 언어에서 각각 다른 전략에 의해 번역되었는데, 중국어는 혼합형 번역 전략을 취하였다. ‘경단’이 본래 한자어이기 때문에 이를 그대로 차용하고 떡류를 나타내는 중국어 ‘糕(gao)’를 첨가하였다. 국가별로 중국(68.3%)에 비해 대만(36.7%)에서 훨씬 낮은 의미 수용성을 보였고, 이와 달리 표현 수용성은 중국 71.7%, 대만 66.7%로 비교적 적은 차이를 보였다. 다만, 긍정 응답 중 ‘매우 그렇다’의 비율은 의미 수용성에서 중국 26.7%, 대만 6.7%로

나타났고, 표현 수용성은 중국 25.8%와 대만 6.7%로 나타나 ‘완전한 긍정’은 의미와 표현 수용성 모두 거의 동일한 결과를 보였다.

<그림 4-47> 언어권별 번역 음식명 수용성_경단

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %>



<표 4-60> 언어권별 번역 음식명 수용성_경단

	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Sweet Rice Balls	団子	琼团糕	瓊團糕
번역 전략	의미역	대응역	혼합형(음역+대응역)	음역+대응역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	80.7	85.3	68.3	36.7
표현 수용성 (긍정 응답률%)	84.7	85.3	71.7	66.7

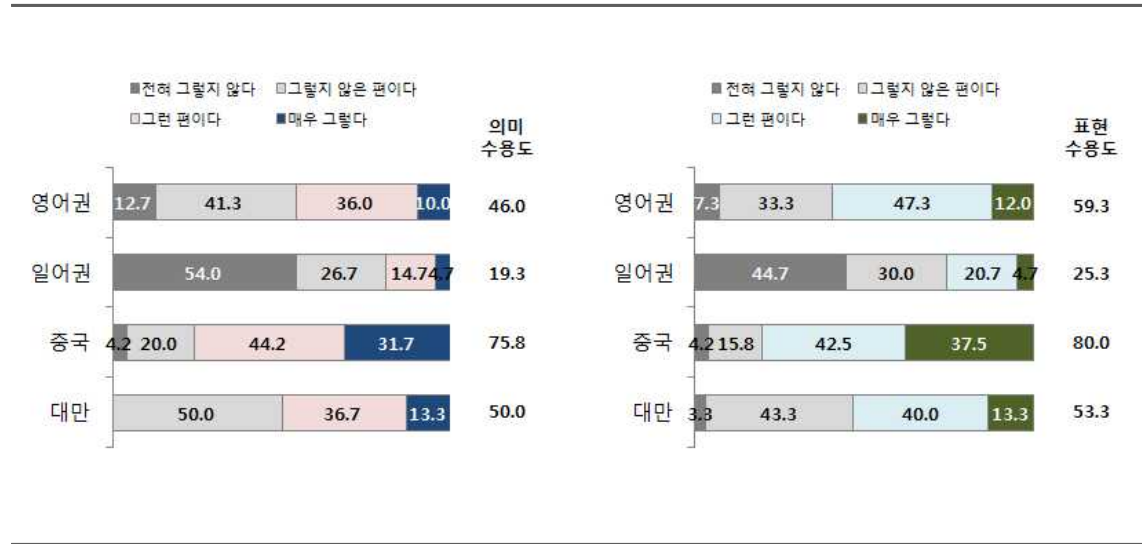
② 보쌈

중국은 ‘보쌈’에 대한 번역 의미 수용성은 31.7%, 표현 수용성은 37.5%으로 나타났고, 대만의 수용성은 이보다 더 낮게 나타났다. 번역 의미 수용성과 표현 수용성 모두 13.3%로, 비교적 적은 수가 ‘매우 그렇다’라고 답했다. ‘보쌈’의 번역어는 음식의 형태를 표현하는 중국어에다가 한식명에서 드러나지 않은

채소와 고기라는 의미가 추가 되었다. 구체적인 조리법이 제시되지 않아서인지, 그 수용성은 중국이 의미와 표현 평균 약 78%로 높지 않았고, 대만은 이보다 더 낮은 약 52% 정도로 나타났다.

<그림 4-48> 언어권별 번역 음식명 수용성_보쌈

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %>



<표 4-61> 언어권별 번역 음식명 수용성_보쌈

	영어	일어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Napa Wraps with Pork	ボサム	菜包肉	菜包肉
번역 전략	의미역	음역	의미역	의미역
의미 수용도 (긍정 응답률%)	46.0	19.3	75.8	50.0
표현 수용도 (긍정 응답률%)	59.3	25.3	80.0	53.3

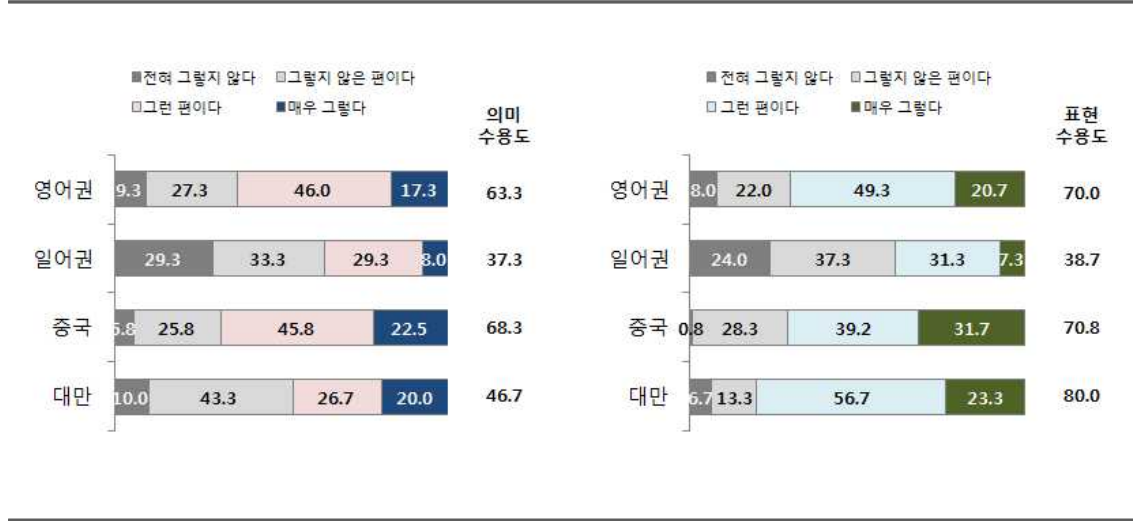
③ 유과

‘유과’는 영어권과 중국어권에서는 응답자의 약 60%가 의미에 대해 긍정 응답하였다. 그러나 국가별 상세 상황을 보면, 대만과 중국 모두 의미 수용성에서 ‘매우 그렇다’의 완전한 긍정 응답은 중국 22.5%와 대만 20.0% 수준으로 낮게 나타났다. 전체 표현 수용성은 중국과 대만이 각 70.8%와 80%로 비교적

높은 반면 역시 ‘매우 그렇다’는 중국 31.7%, 대만 23.3%로 낮게 나타나 해당 번역에 대한 한식의 의미 전달이 잘 되지 않을 가능성이 있고, 표현이 어느 정도 수용되나 자연스러운 중국어 어휘로 수용되지 않을 가능성도 있음을 시사한다.

<그림 4-49> 언어권별 번역 음식명 수용성-유과

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %>



<표 4-62> 언어권별 번역 음식명 수용성-유과

	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Fried Rice Sweet	油菓	油蜜果	油蜜果
번역 전략	의미역	직역	대응역	대응역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	63.3	37.3	68.3	46.7
표현 수용성 (긍정 응답률%)	70.0	38.7	70.8	80.0

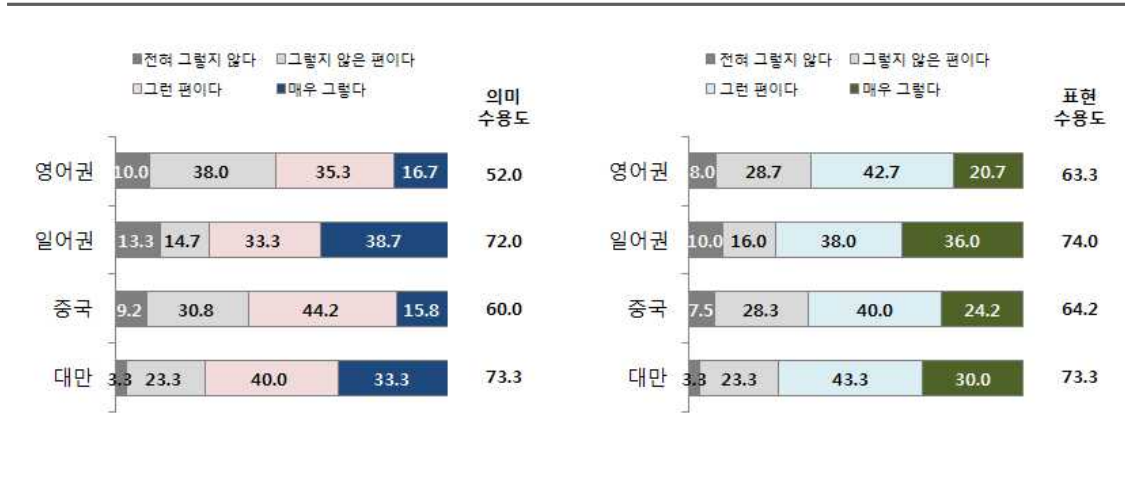
④ 다식

‘다식’은 한식명의 한자를 그대로 사용하는 직역 방식으로 번역되었다. 중국과 대만 모두 ‘매우 그렇다’의 응답률은 낮게 나타났으나, 특히 중국이 의미 및 표현 수용성이 각 15.8%와 24.2%로 크게 낮았다. 그러나 ‘매우 그렇다’와 ‘그런 편이다’를 합친 전체 긍정 응답률은 의미에서 중국 60.0%, 대만 73.3%

로, 표현에서 중국 64.2%, 대만 73.3%로 50% 이상의 수용 가능성을 보였다.

<그림 4-50> 언어권별 번역 음식명 수용성_다식

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %>



<표 4-63> 언어권별 번역 음식명 수용성_다식

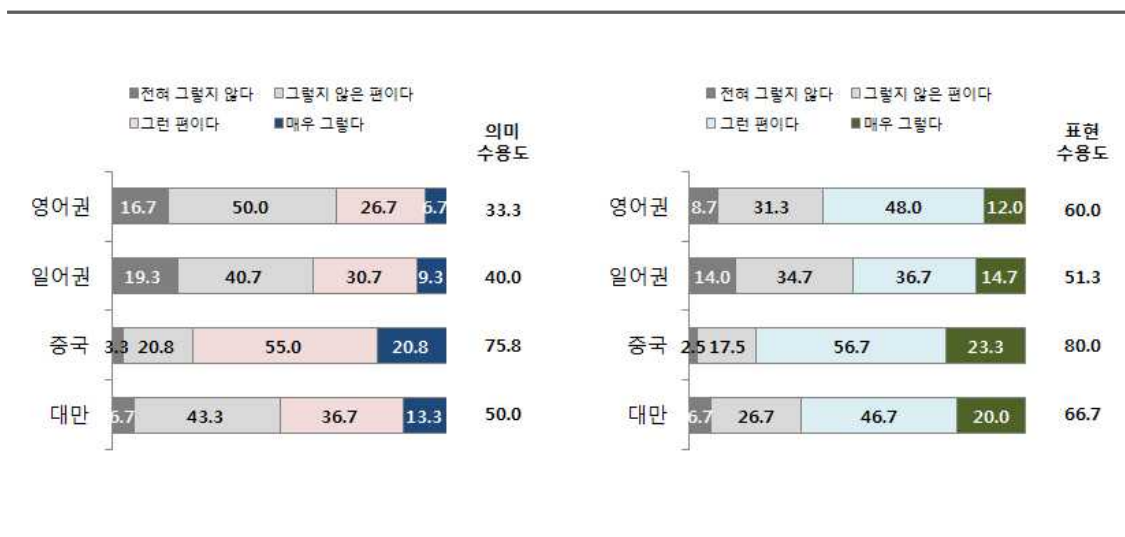
	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Tea Confectionery	らくがん	茶食	茶食
번역 전략	직역	대응역	직역	직역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	52.0	72.0	60.0	73.3
표현 수용성 (긍정 응답률%)	63.3	74.0	64.2	73.3

⑤ 도토리묵

‘도토리묵’은 중국어로 직역되었는데, 전체 평균 수용성은 중국이 약 63%, 대만이 약 73%로 수용성이 낮은 다른 하위 어휘에 비해 높은 편이나, 의미 및 표현에 대한 ‘매우 그렇다’는 응답은 평균 약 20% 미만으로 매우 낮았다.

<그림 4-51> 언어권별 번역 음식명 수용성_도토리묵

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %>



<표 4-64> 언어권별 번역 음식명 수용성_도토리묵

	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Acorn Jelly Salad	どんぐりこんにゃくの和え物	橡子凉粉	橡子凉粉
번역 전략	의미역	혼합형(직역+의미역)	직역	직역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	33.3	40.0	75.8	50.0
표현 수용성 (긍정 응답률%)	60.0	51.3	80.0	66.7

이상의 내용과 같이 수용성이 높게 나타난 어휘와 낮게 나타난 어휘에 적용된 번역 전략은 중국어의 경우 조사 대상 어휘에 직역이 많이 해당되는 면이 있으며, 그 외에 의미역, 대응역, 혼합형 등도 다양하게 나타났다. 수용성이 높게 나타난 어휘들은 ‘곰탕’이나 ‘떡볶이’처럼 음식 재료와 조리법이 구체적으로 표현된 경우가 대부분이었고, 반대로 수용성이 낮은 어휘는 음식에 대한 구체화가 결여되어 있거나 한식명의 한자를 그대로 차용한 경우가 해당되었다. 즉, 중국어권 원어민은 한식명이 음식 재료 및 조리법이 노출되도록 번역되었을 때 보다 긍정적인 반응을 보였다고 정리할 수 있다.

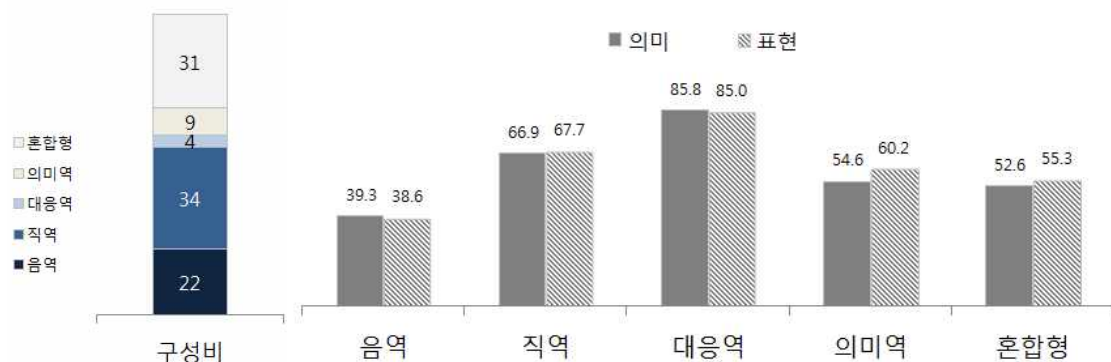
4.2.3. 일본어 번역 전략별 수용성

일본어권 조사 어휘 중 직역된 어휘가 34개로 가장 많았고, 혼합형 번역 전략도 31개로 많은 편이다. 음역된 음식명은 22개로 3개 언어 중 가장 많았다. 번역 전략별 수용성을 살펴보았을 때 대응역의 수치가 가장 높았으며, 가장 비중이 큰 직역 어휘는 수용성의 평균값이 60% 이상으로 높은 편이었다. 타 번역 전략에 비해 음역 어휘의 수용성은 가장 낮았으나, 영어권 음역의 수용성에 비해서는 높았다.

<그림 4-52> 일본어권 번역 전략별 수용성

[Base: 전체 어휘(N=100), 단위: %]

[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정응답률%]

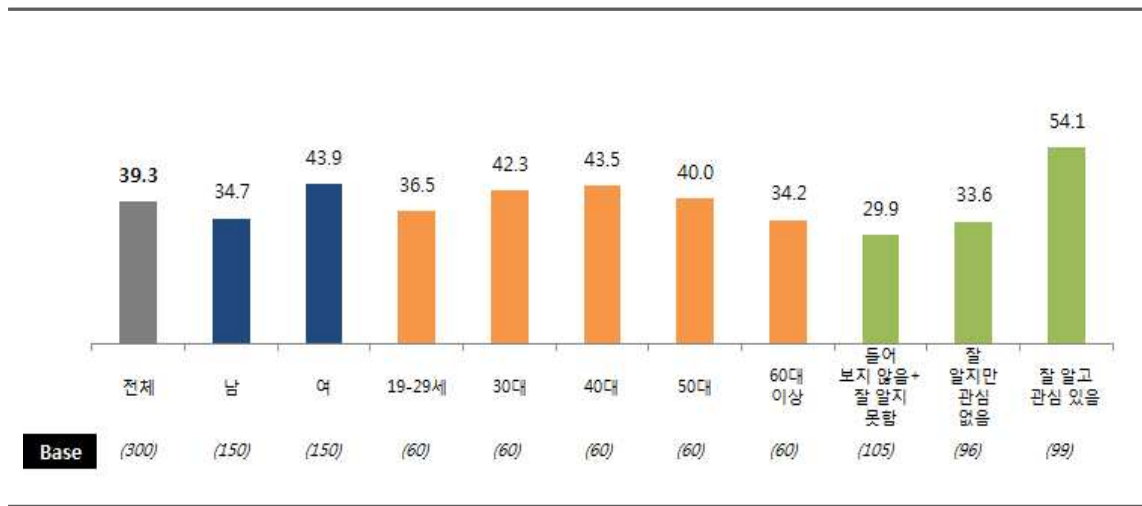


1) 음역

음역된 음식명에 대한 수용성은 여성이 남성에 비해 더 높고, 연령별로는 30-50대의 긍정 응답률이 비교적 높았다. 한국에 대한 관심 수준에 따라 수용성의 차이가 나타나고 있는데, 한국에 대해 잘 알지 못하거나 관심이 적은 응답자의 30% 정도가 음역된 음식명을 통해 ‘음식에 대해 알 수 있다’고 응답한 반면, 한국에 대한 관심이 많은 응답자는 절반 이상이 알 수 있다고 응답하였다.

<그림 4-53> 조사 대상자별 일본어 음역 어휘 의미 수용성 - 음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다

[Base: 전체(N=300), 단위: 긍정응답률%]



<그림 4-54> 조사 대상자별 일본어 음역 어휘 표현 수용성 - 음식명 표현이 일본어로 자연스럽다

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



(1) 개별 음역 어휘 수용성

음역 어휘 중 ‘비빔밥’의 수용성이 가장 높았고, 육회, 고추장 등이 높았다. 한편, ‘가래떡’, ‘구절판’, ‘수정과’의 의미 수용성은 10% 수준으로 낮았다.

수용성이 높게 나타난 어휘를 살펴보면 ‘비빔밥 (ビビンバ)’의 경우, 이미

일본 내 한식당의 주요 메뉴인 ‘돌솥비빔밥(石焼きビビンバ)’으로 그 이름이 널리 알려져 일본인에게 친숙한 한식명이다. ‘육회(ユッケ)’ 역시 일본의 야키니쿠(갈비집) 식당에서 하나의 어엿한 메뉴로 자리 잡았다. ‘고추장(コチュジャン)’은 비록 음식명은 아니지만, 한국 음식을 요리하는 데 사용되는 식재료로 일본의 일반 슈퍼 등에서도 판매되어 일본인에게는 더 이상 낯설지 않은 양념이라고 할 수 있다. 또한, 일본 내 이용자 수 순위 상위¹⁸⁾에 드는 조리법 사이트 ‘쿡패드(クックパッド)’¹⁹⁾나 ‘큐피3분쿡 (キューピー3分 Cooking)’²⁰⁾과 같은 사이트에서는 ‘고추장’을 이미 하나의 식재료로 사용한 조리법을 소개하고 있으며, ‘고추장’을 음역된 표현 그대로 사용하고 있다. 이러한 점을 보더라도 일본인에게는 ‘고추장’이 음역 표현 그대로 친숙하다는 사실을 알 수 있다. 그 외에도 수용성이 높게 나타난 ‘불고기’, ‘삼계탕’, ‘잡채’ 등도 모두 일본 내 한식당에서 하나의 메뉴로 제공되고 있어 일본인에게 이미 잘 알려진 음식명이라 할 수 있다. ‘깍두기’의 경우, 수용성은 높지만, 의미 수용성에 비해 표현 수용성이 낮은 이유는 일반적으로 일본인들에게 친숙한 ‘깍두기’의 발음 및 표기가 ‘カクトゥギ(카쿠투기)’가 아닌 ‘カクテキ(카쿠테키)’라는 점에 기인한다고 해석할 수 있다. ‘カクトゥギ(카쿠투기)’의 구글 검색건수(12,000건)와 쿡패드 검색 건수(4건), 그리고 ‘カクテキ(카쿠테키)’의 구글 검색 건수(109,000건)와 쿡패드 검색 건수(391건)만을 보더라도 일본인들에게 더욱 알려진 ‘깍두기’의 표기와 발음이 무엇인지 가늠할 수 있는 부분이다. 이처럼 일본어 번역 표현을 봤을 때, 의미는 충분히 이해되지만, 늘 사용되어 온 표기와 다소 다른 표기에는 이질감을 느껴 의미와 표현의 수용성 차이가 나타난 것으로 분석된다.

이에 반해 ‘가래떡(カレットク)’은 떡국이나 떡볶이와 같은 요리의 재료로는 사용되지만, 그 자체로는 하나의 메뉴로 나오는 경우가 별로 없어 일본인이 그 자체로 접할 일이 드물기 때문에 일본인에게 친숙하지 않은 음식이라고 이해할 수 있다. 이러한 음식명이 발음 그대로 음역되었기 때문에 일본인에게는 어

18) 온라인 사이트의 이용자 수 순위를 분야별로 보여주는 일본 사이트 ‘벤리코무(便利コム)’의 일본 요리 조리법 주간 순위 참조

19) 일본 최대의 요리 조리법 사이트(cookpad. com). 온라인, 스마트폰 애플리케이션을 모두 운영하며, 60만 개가 넘는 조리법을 검색할 수 있다. 가정에서 쉽게 만들어 먹을 수 있는 실용적인 조리법이 많아 이용자 수가 680만 명을 넘고 월 접속 건수 15,000건에 육박한다. 개인이 자기만의 조리법을 공개할 수도 있다.

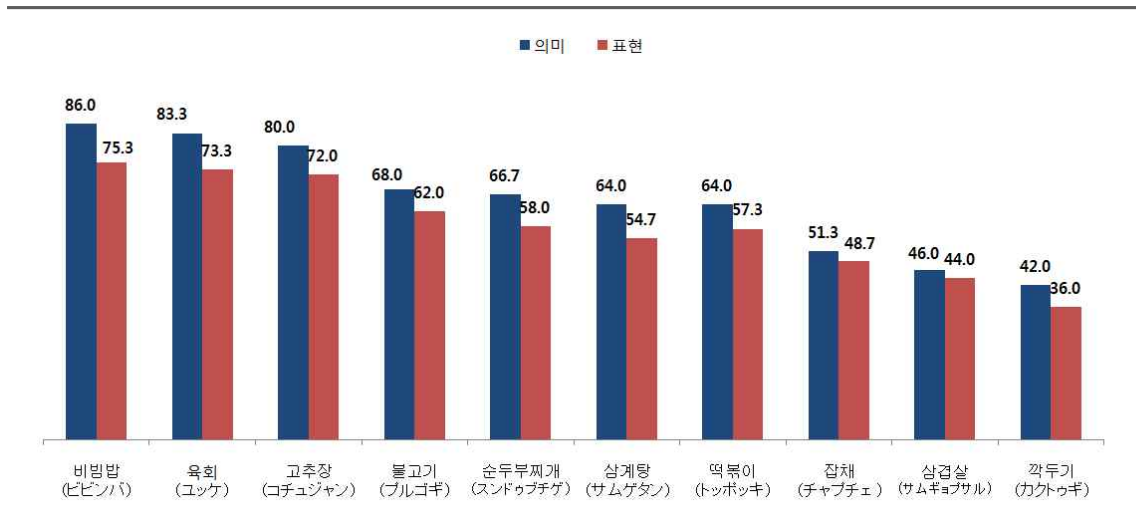
20) 니혼테레비(日本テレビ) 계열에서 방영되는 요리 프로그램에서 소개된 조리법 게재 사이트. 월별 접속 건수 12,000건을 넘는다.

휘 수용성이 낮게 나타난 것으로 보인다. ‘떡’이 음역된 표현 중에 수용성이 낮게 나타난 것은 ‘떡국(トックク)’인데, 의미와 표현 모두 수용성이 20%대로 낮게 나타났다. 이와 관련하여 떡국과 비슷한 음식인 ‘떡만둣국’은 ‘떡과 만두 스프(餅と餃子のスープ)’로 직역 전략으로 번역되었고, 이 표현의 의미와 표현 수용성이 모두 70%대로 높게 나타난 점을 고려하면 아직 ‘떡’의 음역 표현도 ‘국’의 음역 표현도 일본인에게는 침투하지 않은 낮은 표현이라고 해석할 수 있다.

또한 ‘구절판(クジョルパン)’이나 ‘수정과(スジョングァ)’는 하나의 음식명으로 한국 식당이나 조리법 사이트 등을 통해 접해봤을 확률이 있어 가래떡에 비해 수용성은 높지만, 구절판도 비빔밥, 불고기, 삼계탕처럼 대중적으로 쉽게 접할 수 있는 음식은 아니라는 점에서 수용성이 낮게 나타난 것으로 분석된다. 또한 수정과도 주요리라기보다는 디저트의 개념으로 먹는 음식이라는 점에서 다른 한식명에 비해 일본인들이 자주 접할 기회는 적었을 것으로 추정된다. 또한 구절판이나 수정과가 표현 수용성에 비해 의미의 수용성이 낮은 이유는 표현 자체는 들어봤을 수 있으나, 음식명에 대한 어떠한 설명도 없이 가타카나만으로 표기되어 어떤 뜻을 가진 음식인지 파악하는 게 쉽지 않았을 것으로 사료된다. 만약 음식의 재료나 조리법, 형태 등을 설명하는 방식으로 번역된다면 어떤 음식인지 파악하는 데 도움이 되어 의미의 수용성이 조금은 개선될 수도 있을 듯하다.

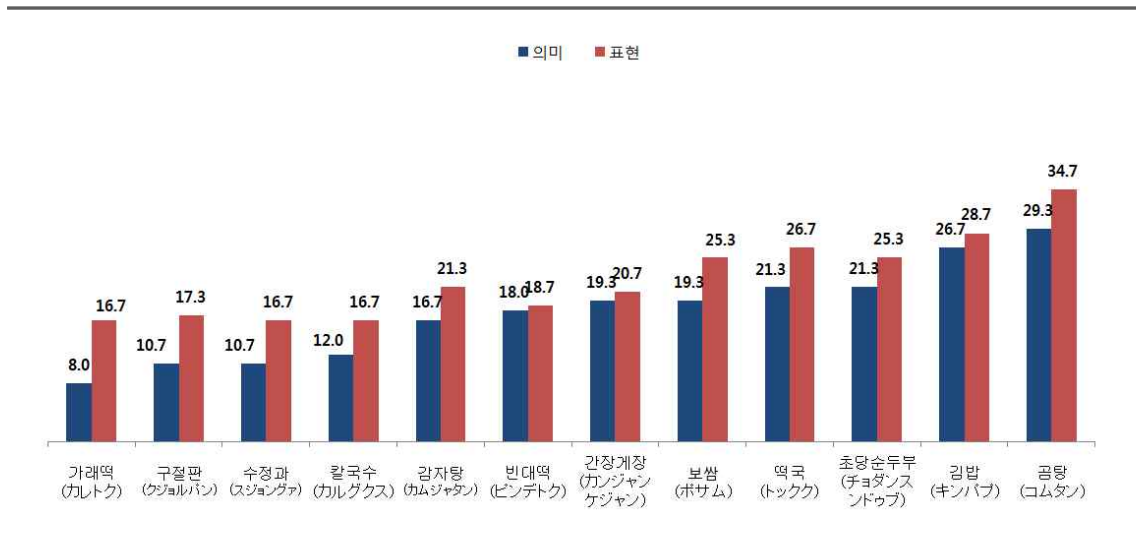
<그림 4-55> 의미 및 표현 수용성 상위 음역 어휘

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%>



<그림 4-56> 의미 및 표현 수용성 하위 음역 어휘

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%>



(2) 조사 대상자별 개별 음역 어휘 수용성

음역 어휘에 대한 수용성 조사 결과를 보면, 수정과, 가래떡 등은 응답자가 한국에 대해 잘 알고 있다고 대답했음에도 의미와 표현 수용성이 20% 미만으로 낮게 나타났다. 반면, 비빔밥, 육회는 한국에 대해 들어본 적이 없거나 잘 알지 못 한다고 응답한 경우에도 긍정응답률이 80% 가까운 수준으로 높게 나

타났다. 이러한 결과는 앞서 설명한 대로 일본 내 한국 식당이나 조리법 소개 등으로 일본인들에게 친숙한 한식명인지 여부와 관련이 있는 것으로 보인다.

<표 4-65> 조사 대상자별 음역 어휘 의미 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 어휘 없음+ 잘 알지 못함	잘 아니나 편이 관심 있는 나라 가 아 님	잘 알 고 심 심 했 나
비빔밥(ビビンバ)	86.0	76.0	96.0	86.7	86.7	86.7	90.0	80.0	78.0	85.2	92.7
육회(ユッケ)	83.3	76.0	90.7	83.3	86.7	76.7	86.7	83.3	78.0	79.6	90.9
고추장 (コチュジャン)	80.0	72.0	88.0	76.7	86.7	83.3	86.7	66.7	63.4	85.2	87.3
불고기(プルゴギ)	68.0	62.7	73.3	63.3	70.0	73.3	66.7	66.7	62.5	61.9	81.8
순두부찌개 (スンドゥブチゲ)	66.7	53.3	80.0	66.7	80.0	66.7	70.0	50.0	56.1	63.0	78.2
삼계탕(サムゲタン)	64.0	54.7	73.3	53.3	70.0	66.7	63.3	66.7	60.9	57.1	75.0
떡볶이(トッポッキ)	64.0	54.7	73.3	63.3	70.0	63.3	66.7	56.7	51.2	55.6	81.8
잡채(チャプチェ)	51.3	40.0	62.7	53.3	70.0	53.3	50.0	30.0	41.5	37.0	72.7
삼겹살 (サムギョプサル)	46.0	42.7	49.3	30.0	60.0	60.0	46.7	33.3	35.9	42.9	63.6
깍두기(カクトウギ)	42.0	40.0	44.0	30.0	40.0	46.7	46.7	46.7	35.9	31.0	61.4
곰탕(コムタン)	29.3	29.3	29.3	16.7	30.0	36.7	40.0	23.3	21.9	21.4	47.7
김밥(キンパブ)	26.7	20.0	33.3	20.0	23.3	40.0	26.7	23.3	9.8	24.1	41.8
떡국(トックク)	21.3	17.3	25.3	20.0	13.3	23.3	26.7	23.3	14.1	9.5	43.2
초당순두부(チョダ ンスンドゥブ)	21.3	22.7	20.0	23.3	20.0	13.3	23.3	26.7	14.1	11.9	40.9
간장게장(カンジャン ケジャン)	19.3	17.3	21.3	13.3	30.0	26.7	20.0	6.7	4.9	9.3	40.0
보쌈(ポサム)	19.3	14.7	24.0	16.7	16.7	30.0	16.7	16.7	2.4	14.8	36.4
빈대떡(ピンデトク)	18.0	17.3	18.7	13.3	13.3	30.0	23.3	10.0	4.9	22.2	23.6
감자탕 (カムジャタン)	16.7	16.0	17.3	16.7	26.7	26.7	6.7	6.7	7.8	2.4	43.2
칼국수(カルグクス)	12.0	13.3	10.7	16.7	10.0	10.0	13.3	10.0	6.3	7.1	25.0
구절판 (クジョルパン)	10.7	8.0	13.3	20.0	6.7	10.0	6.7	10.0	1.6	4.8	29.5
수정과 (スジョングァ)	10.7	9.3	12.0	6.7	13.3	26.7	3.3	3.3	2.4	9.3	18.2
가래떡(カレトク)	8.0	5.3	10.7	13.3	6.7	6.7	0.0	13.3	4.7	4.8	15.9

<표 4-66> 조사 대상자별 음역 어휘 표현 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 어휘+ 없음+ 잘 알지 못함	잘 아는 어휘나 관심 있는 나라 가 아 님	잘 알고 있 는 나 라
비빔밥(ビビンバ)	75.3	64.0	86.7	70.0	83.3	70.0	83.3	70.0	68.3	70.4	85.5
육회(ユッケ)	73.3	64.0	82.7	76.7	83.3	66.7	73.3	66.7	61.0	68.5	87.3
고추장 (コチュジャン)	72.0	64.0	80.0	73.3	80.0	80.0	73.3	53.3	53.7	75.9	81.8
불고기(プルゴギ)	62.0	56.0	68.0	56.7	63.3	66.7	70.0	53.3	56.3	57.1	75.0
순두부찌개 (スンドゥブチゲ)	58.0	50.7	65.3	56.7	70.0	50.0	63.3	50.0	34.1	59.3	74.5
삼계탕(サムゲタン)	54.7	46.7	62.7	56.7	66.7	46.7	50.0	53.3	51.6	45.2	68.2
떡볶이(トッポッキ)	57.3	50.7	64.0	53.3	66.7	56.7	60.0	50.0	41.5	51.9	74.5
잡채(チャプチェ)	48.7	40.0	57.3	50.0	60.0	56.7	46.7	30.0	34.1	40.7	67.3
삼겹살 (サムギョプサル)	44.0	36.0	52.0	40.0	56.7	50.0	40.0	33.3	42.2	35.7	54.5
깍두기(カクトウギ)	36.0	29.3	42.7	20.0	53.3	30.0	40.0	36.7	32.8	23.8	52.3
곰탕(コムタン)	34.7	29.3	40.0	26.7	33.3	46.7	40.0	26.7	28.1	23.8	54.5
김밥(キンパプ)	28.7	24.0	33.3	26.7	33.3	33.3	23.3	26.7	4.9	25.9	49.1
떡국(トックク)	26.7	20.0	33.3	26.7	30.0	16.7	33.3	26.7	23.4	14.3	43.2
초당순두부 (チョダン 스ンドゥ브)	25.3	22.7	28.0	23.3	36.7	13.3	20.0	33.3	18.8	14.3	45.5
간장게장 (カンジャン 게ジャン)	20.7	21.3	20.0	13.3	36.7	16.7	20.0	16.7	4.9	16.7	36.4
보쌈(ボサム)	25.3	22.7	28.0	26.7	30.0	23.3	23.3	23.3	2.4	22.2	45.5
빈대떡(ピンデトク)	18.7	17.3	20.0	16.7	16.7	30.0	13.3	16.7	7.3	24.1	21.8
감자탕 (カムジャタン)	21.3	17.3	25.3	26.7	33.3	23.3	6.7	16.7	15.6	9.5	40.9
칼국수(カルグクス)	16.7	17.3	16.0	13.3	26.7	13.3	16.7	13.3	10.9	7.1	34.1
구절판 (クジョルパン)	17.3	16.0	18.7	26.7	23.3	13.3	10.0	13.3	7.8	9.5	38.6
수정과 (スジョンガ)	16.7	18.7	14.7	13.3	13.3	26.7	20.0	10.0	2.4	20.4	23.6
가래떡(カレトク)	16.7	13.3	20.0	16.7	23.3	20.0	6.7	16.7	12.5	11.9	27.3

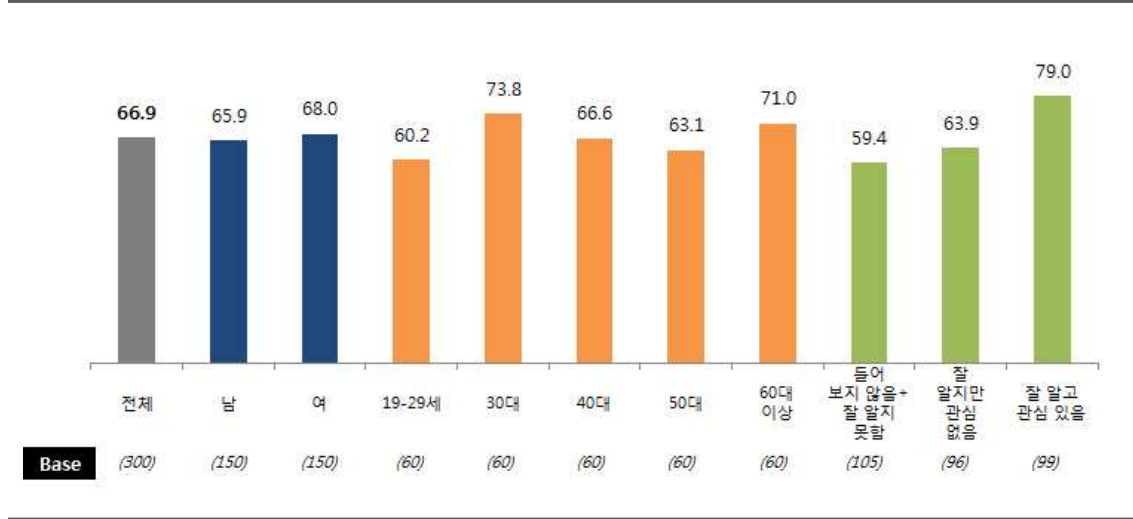
2) 직역

직역 어휘에 대한 수용성은 30대와 60대 이상 연령층에서 비교적 높고, 한

국에 대한 관심이 많은 응답자들에서 높았다.

<그림 4-57> 조사 대상자별 일본어 직역 어휘 의미 수용성 - 음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



<그림 4-58> 조사 대상자별 일본어 직역 어휘 표현 수용성 - 음식명 표현이 일본어로 자연스럽다

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



(1) 개별 직역 어휘 수용성

직역 어휘 중 ‘김’, ‘장어구이’, ‘콩나물국’ 등의 수용성이 높았고, ‘매작과’, ‘오미자 화채’, ‘더덕구이’의 수용성은 비교적 낮았다.

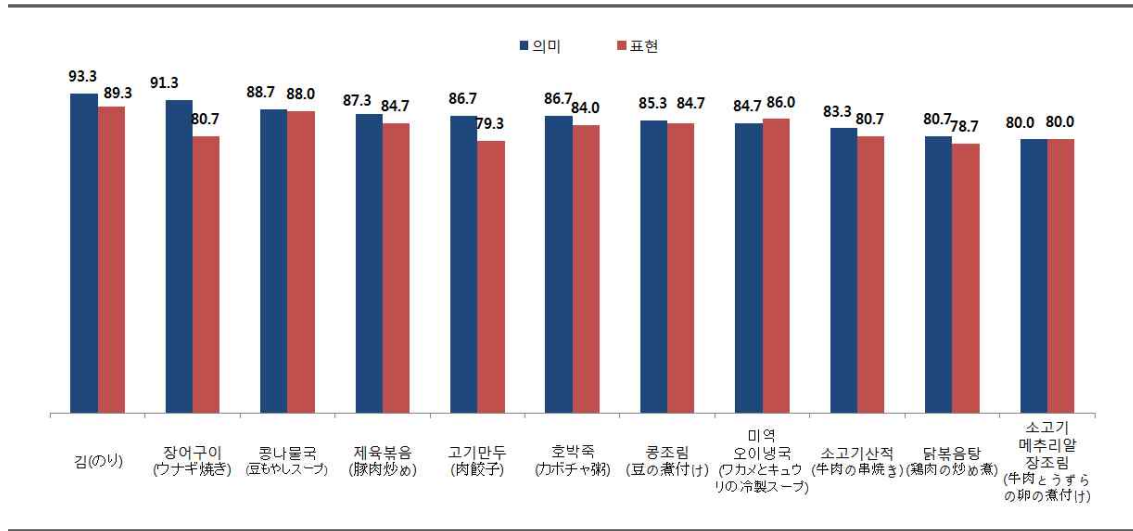
직역 어휘는 원문 한식명에 표현된 재료명과 조리법에 대응하는 도착어 표현을 그대로 번역하거나 원문 한식명의 한자를 그대로 사용하여 번역한 경우 등이 포함된다. ‘김(のり)’, ‘장어구이(ウナギ焼き)’, ‘콩나물국(豆もやしスープ)’, ‘고기만두(肉餃子)’ 등 의미와 표현 면에서 모두 수용성이 높은 어휘들은 일본에 비슷한 음식이 존재하든 존재하지 않든 번역어 자체로 의미의 파악이 가능하고 표현도 자연스러운 일본어로 성립이 되는 어휘들이다. 단지 장어구이의 경우, 의미 수용성과 표현 수용성의 차이가 다른 어휘에 비해 큰 편인데, 이는 일본에서 장어구이를 지칭하는 ‘가바야키(かば焼き)’라는 표현이 있음에도 재료명인 ‘장어’와 조리법인 ‘구이’를 그대로 일본어로 번역한 ‘우나기야키(ウナギ焼き)’로 표현되었기 때문에 의미 파악은 충분히 가능하지만, 일본인들이 알고 있는 장어 요리를 지칭하는 음식명 ‘가바야키’와의 차이에서 괴리를 느낀 결과로 분석된다.

‘매작과(梅雀菓)’는 직역 어휘 중 수용성이 가장 낮게 나타났는데, 이는 원문 한식명의 한자를 그대로 사용하여 번역했기 때문에 일본인들이 한자를 통해 일단 그 의미를 추정해볼 수는 있겠으나, 한자만으로는 이 한식명이 어떤 재료로 어떠한 방식으로 만들어진 어떤 종류의 음식인지를 추정하기는 쉽지 않을 것으로 보인다. 여기서 식재료명으로 추정할 수 있는 한자는 ‘매화 매(梅)’라는 글자이며, ‘과자 과(菓)’를 통해 과자임을 추정할 수는 있을 것이다. 그러나 ‘참새 작(雀)’이라는 글자는 의미를 파악하는 데 별반 도움이 되지 않는다. 이처럼 각각의 한자의 의미를 통해 그 정확성 여부를 떠나 일본인은 아마도 매실로 만든 과자가 아닐까 추정할 수는 있겠으나, 여전히 어떤 음식일지 파악하기는 힘든 것으로 보인다. 그래도 이처럼 한자로 표기되어 있어 의미 수용성에 비해 표현 수용성은 높게 나타났다. ‘오미자 화채(五味子ポンチ)’의 경우, ‘오미자(五味子)’에 대한 이해와 인지도 부족으로 의미 면에서의 수용성이 낮게 나타난 것으로 보인다. ‘더덕구이(蔓人蔘焼き)’는 ‘더덕’이라는 식재료가 일본 요리에 자주 사용되는 식재료가 아니라는 점, 더덕을 의미하는 ‘쓰루닌진(蔓人蔘)’의 ‘덩굴’이라는 의미의 한자 ‘蔓(쓰루)’가 상용한자가 아니며, 대다수의 일반인

들이 읽을 수 있는 쉬운 한자가 아니라는 점 때문에 의미 수용성이 낮게 나타난 것으로 보인다. 의미 수용성에 비해 표현 수용성은 비교적 높게 나타났는데, 이는 일본 음식명에서 ‘구이’라는 의미로 ‘야키(焼き)’라는 표현이 일상적으로 사용되기 때문에 표현 측면에서의 수용성이 의미 측면보다 높게 나타난 것으로 분석된다.

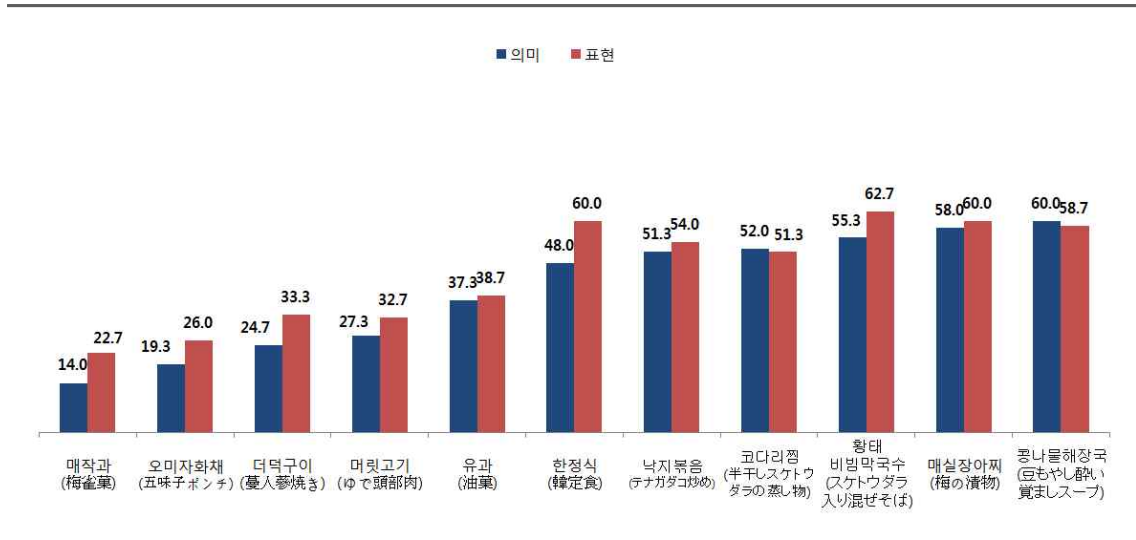
<그림 4-59> 의미 및 표현 수용성 상위 지역 어휘

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%>



<그림 4-60> 의미 및 표현 수용성 하위 지역 어휘

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%>



(2) 조사 대상자별 지역 어휘 수용성

지역된 어휘 중, 의미 수용성이 80% 이상으로 높게 나타난 의미 수용성 상위 어휘는 한국에 대한 관심도가 높은 경우는 90% 내외로 나타났다. 또한 한국에 대한 관심도가 낮은 경우, 즉 한국에 대해 들어본 적 없거나 잘 알지 못한다고 응답한 경우에도 의미 수용성이 80% 내외로 높게 나타났다. 특히 ‘김’, ‘장어구이’는 한국에 대한 관심도가 낮은 응답자들 사이에서도 90% 가까이 높은 수용성을 보인다.

표현 수용성이 80% 내외로 높게 나타난 표현 수용성 상위 어휘는 한국에 대한 관심도가 높은 경우는 80% 내외, 한국에 대한 관심도가 높지 않은 경우에도 표현 수용성이 최소 75% 이상으로 높게 나타났다. 특히 ‘콩조림’은 한국에 대한 관심도가 낮은 응답자들 사이에서도 표현 수용성 90.2%, ‘김’, ‘콩나물국’은 85.9%로 높은 수준이다.

반면, 의미 수용성이 30% 미만으로 낮게 나타난 지역 어휘는 ‘매작과’, ‘오미자화채’, ‘더덕구이’, ‘머릿고기’이다. 이 중 ‘매작과’, ‘오미자화채’는 한국에 대한 관심도가 높은 대상자들 사이에서도 20~30%대의 낮은 수용성을 나타냈다.

표현 수용성이 30% 미만으로 낮게 나타난 지역 어휘는 ‘매작과’, ‘오미자화채’로 한국에 대한 관심도가 높은 경우에도 40% 이하의 낮은 수용성을 보인다.

의미 및 표현 수용성 상·하위 어휘는 아래와 같이 각각의 표로 제시하였다.

<표 4-67> 조사 대상자별 직역 어휘 의미 수용성 (상위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적없음+ 잘알지 못함	잘 아는 편이나 관심 있는 나라 가 아님	잘 알고 있 는 나 라
김(のり)	93.3	92.0	94.7	90.0	93.3	93.3	93.3	96.7	89.1	97.6	95.5
장어구이 (ウナギ焼き)	91.3	85.3	97.3	86.7	100.0	96.7	80.0	93.3	87.5	88.1	100.0
콩나물국 (豆もやしスープ)	88.7	84.0	93.3	73.3	93.3	93.3	83.3	100.0	84.4	92.9	90.9
제육볶음(豚肉炒め)	87.3	86.7	88.0	86.7	90.0	86.7	80.0	93.3	85.4	83.3	92.7
고기만두(肉餃子)	86.7	82.7	90.7	80.0	96.7	86.7	80.0	90.0	79.7	90.5	93.2
호박죽(カボチャ粥)	86.7	88.0	85.3	90.0	86.7	86.7	86.7	83.3	85.4	79.6	94.5
콩조림(豆の煮付け)	85.3	84.0	86.7	73.3	83.3	83.3	90.0	96.7	87.8	83.3	85.5
미역오이냉국 (ワカメとキュウリの冷製スープ)	84.7	85.3	84.0	83.3	90.0	76.7	80.0	93.3	73.4	92.9	93.2
소고기산적 (牛肉の串焼き)	83.3	85.3	81.3	80.0	80.0	80.0	83.3	93.3	78.0	79.6	90.9
닭볶음탕 (鶏肉の炒め煮)	80.7	81.3	80.0	76.7	80.0	76.7	80.0	90.0	78.0	72.2	90.9
소고기 메추리알장조림 (牛肉とうずらの卵の煮付け)	80.0	78.7	81.3	66.7	86.7	83.3	83.3	80.0	82.9	68.5	89.1

<표 4-68> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 표현 수용성 (상위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적없음+ 잘알지 못함	잘 아는 편이나 관심 있는 나라 가 아님	잘 알고 있 는 나 라
김(のり)	89.3	89.3	89.3	86.7	90.0	90.0	83.3	96.7	85.9	90.5	93.2
장어구이(ウナギ焼き)	80.7	80.0	81.3	63.3	86.7	90.0	76.7	86.7	81.3	81.0	79.5
콩나물국 (豆もやしスープ)	88.0	81.3	94.7	80.0	90.0	90.0	83.3	96.7	85.9	90.5	88.6
제육볶음(豚肉炒め)	84.7	84.0	85.3	76.7	90.0	90.0	76.7	90.0	80.5	79.6	92.7
고기만두(肉餃子)	79.3	76.0	82.7	73.3	90.0	86.7	63.3	83.3	75.0	71.4	93.2

호박죽(カボチャ粥)	84.0	84.0	84.0	83.3	83.3	80.0	86.7	86.7	82.9	75.9	92.7
콩조림(豆の煮付け)	84.7	82.7	86.7	70.0	90.0	83.3	93.3	86.7	90.2	77.8	87.3
미역오이냉국 (ワカメとキュウリの冷製スープ)	86.0	84.0	88.0	83.3	86.7	86.7	80.0	93.3	78.1	92.9	90.9
소고기산적 (牛肉の串焼き)	80.7	85.3	76.0	73.3	83.3	76.7	83.3	86.7	75.6	75.9	89.1
닭볶음탕 (鶏肉の炒め煮)	78.7	81.3	76.0	73.3	80.0	70.0	76.7	93.3	75.6	70.4	89.1
소고기매추리알 장조림 (牛肉とうずらの卵の煮付け)	80.0	85.3	74.7	73.3	90.0	76.7	80.0	80.0	78.0	72.2	89.1

<표 4-69> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 의미 수용성 (하위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적없음+ 잘알지 못함	잘 아는 나 관심 있는 나라 가 아 님	잘 고 관 심 했 나 라
매작과(梅雀菓)	14.0	12.0	16.0	20.0	13.3	20.0	13.3	3.3	9.8	9.3	21.8
오미자화채 (五味子ポンチ)	19.3	18.7	20.0	16.7	20.0	33.3	10.0	16.7	7.3	14.8	32.7
더덕구이 (蔓人蔘焼き)	24.7	25.3	24.0	23.3	23.3	30.0	6.7	40.0	10.9	19.0	50.0
머릿고기 (ゆで頭部肉)	27.3	24.0	30.7	10.0	33.3	40.0	30.0	23.3	14.6	18.5	45.5
유과(油菓)	37.3	34.7	40.0	23.3	40.0	43.3	36.7	43.3	24.4	29.6	54.5
한정식(韓定食)	48.0	46.7	49.3	50.0	56.7	36.7	36.7	60.0	35.9	40.5	72.7
낙지볶음 (テナガダコ炒め)	51.3	50.7	52.0	43.3	73.3	43.3	46.7	50.0	46.3	27.8	78.2
코다리찜 (半干しスケトウダラの蒸し物)	52.0	50.7	53.3	46.7	53.3	46.7	63.3	50.0	43.9	37.0	72.7
황태비빔막국수 (スケトウダラ入り 混ぜそば)	55.3	54.7	56.0	46.7	70.0	50.0	46.7	63.3	40.6	52.4	79.5
매실장아찌 (梅の漬物)	58.0	61.3	54.7	50.0	73.3	53.3	46.7	66.7	46.9	59.5	72.7
콩나물해장국 (豆もやし酔い 覚ましスープ)	60.0	62.7	57.3	63.3	70.0	56.7	50.0	60.0	45.3	64.3	77.3

<표 4-70> 조사 대상자별 개별 직역 어휘 표현 수용성 (하위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대	들어본	잘	잘

								이상	적음+ 없잘지 알못함	아는나 편이심는 관심는가 아님	알고 관심 있나
매작과(梅雀菓)	22.7	21.3	24.0	26.7	23.3	23.3	26.7	13.3	14.6	14.8	36.4
오미자화채 (五味子ポンチ)	26.0	28.0	24.0	33.3	33.3	30.0	13.3	20.0	19.5	16.7	40.0
더덕구이 (蔓人蔘焼き)	33.3	32.0	34.7	40.0	33.3	33.3	13.3	46.7	25.0	28.6	50.0
머릿고기 (ゆで頭部肉)	32.7	33.3	32.0	16.7	36.7	46.7	33.3	30.0	22.0	24.1	49.1
유과(油菓)	38.7	38.7	38.7	33.3	46.7	40.0	33.3	40.0	24.4	33.3	54.5
한정식(韓定食)	60.0	56.0	64.0	56.7	63.3	63.3	56.7	60.0	51.6	52.4	79.5
낙지볶음 (テナガダコ炒め)	54.0	56.0	52.0	40.0	76.7	43.3	56.7	53.3	48.8	35.2	76.4
코다리찜(半干し スケトウダラの 蒸し物)	51.3	52.0	50.7	43.3	56.7	43.3	60.0	53.3	31.7	40.7	76.4
황태비빔막국수 (スケトウダラ入り 混ぜそば)	62.7	60.0	65.3	53.3	70.0	70.0	53.3	66.7	48.4	57.1	88.6
매실장아찌 (梅の漬物)	60.0	60.0	60.0	53.3	76.7	60.0	43.3	66.7	53.1	59.5	70.5
콩나물해장국 (豆もやし 酔い覚ましスープ)	58.7	58.7	58.7	50.0	53.3	70.0	50.0	70.0	39.1	64.3	81.8

3) 대응역

한국 음식명이 비슷한 일본 음식의 명칭으로 번역되는 대응역의 경우 전 조사 대상자에서 수용성이 80% 수준으로 높았다. 한국에 대해 잘 알지 못하는 응답자도 80% 이상이 음식명을 보고 음식에 대해 알 수 있다고 응답하였다.

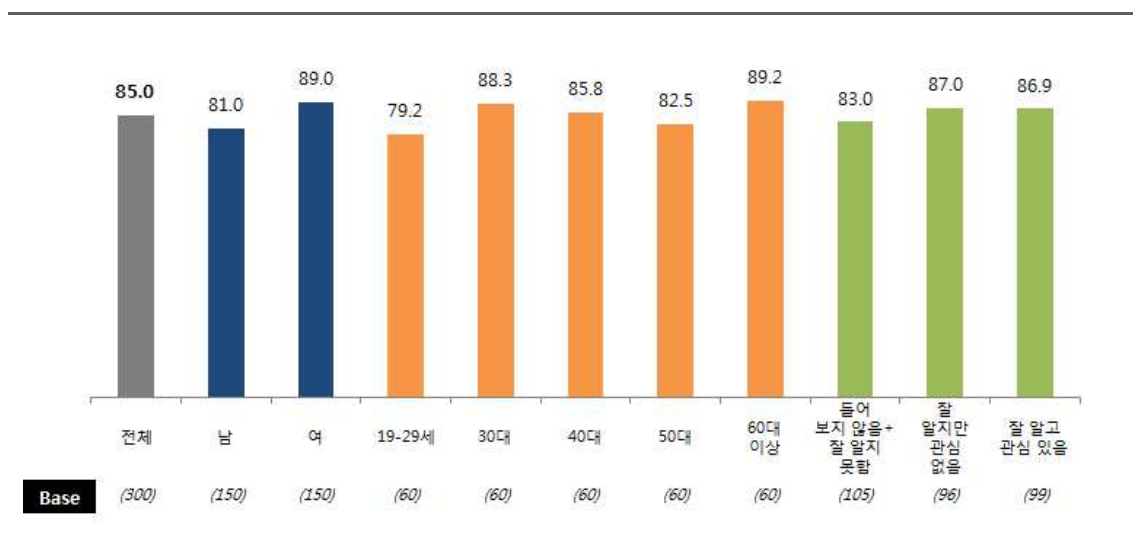
<그림 4-61> 조사 대상자별 일본어 대응역 어휘 의미 수용성 - 음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



<그림 4-62> 조사 대상자별 일본어 대응역 어휘 표현 수용성 - 음식명 표현이 일본어로 자연스럽게

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



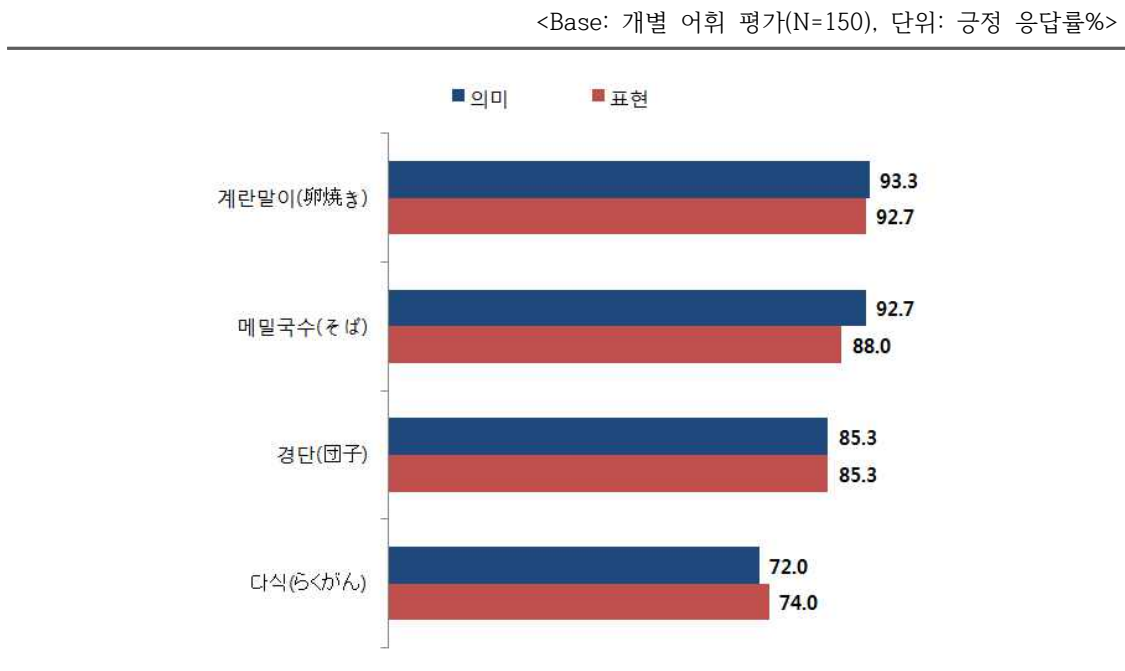
(1) 개별 대응역 어휘 수용성

대응역 어휘의 수용성은 90% 수준으로 높았고, ‘다식’은 수용성이 70% 수준이

었다.

대응역 어휘는 해당 언어권에 맛과 모양, 조리법 등이 거의 비슷한 음식이 있고, 해당 언어권에서 실제로 사용되는 음식 이름으로 번역된 한식명인데, 이번 조사 대상인 어휘 ‘계란말이(卵焼き, 다마고야키)’, ‘메밀국수(そば, 소바)’, ‘경단(団子, 당고)’, ‘다식(らくがん, 라쿠간)’ 모두 일본에 존재하는 음식명이라는 점에서 의미나 표현의 수용성이 높게 나타난 것으로 분석된다. 이 중 ‘다식’의 번역어인 ‘라쿠간(らくがん)’은 다른 어휘에 비해 상대적으로 의미와 표현의 수용성이 낮게 나타났는데, 이는 ‘라쿠간’이 일본에 존재하는 음식명이기는 하지만, 다른 음식에 비해 일상적으로 먹는 음식이 아니라 취식 상황이 한정적인 전통 과자에 속한다는 점 때문인 것으로 보인다. ‘라쿠간’의 조사 대상자별 수용성을 보더라도 젊은 층(20대)의 수용성이 가장 낮다는 점도 이를 뒷받침한다.

<그림 4-63> 개별 대응역 어휘 수용성



(2) 조사 대상자별 개별 대응역 어휘 수용성

대응역 어휘는 조사 대상 어휘 모두 의미 및 표현 측면에서 수용성이 높게 나타

났다. 또한, 한국에 대한 관심도에 따른 수용성 차이도 크지 않음을 알 수 있다.

의미와 표현 수용성이 다른 어휘에 비해 가장 낮은 ‘다식’도 70% 이상의 높은 수용성을 보이며, 한국에 대한 관심도가 높은 경우는 모두 70% 이상, 한국에 대한 관심도가 높지 않은 경우에도 의미와 표현 측면 모두 70% 내외의 높은 수용성을 보였다. ‘다식’의 경우 앞서 기술한 것처럼 20대에서의 의미 및 표현 수용성이 50~60%대 수준으로 다른 연령층에 비해 낮게 나타난 점이 특기할 만하다.

개별 어휘의 의미 및 표현 수용성은 아래와 같이 각각의 표로 제시하였다.

<표 4-71> 조사 대상자별 개별 대응역 어휘 의미 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 어휘+ 적응+ 없음+ 잘 알지 못함	잘 아는 편이나 관심 있는 나라가 아님	잘 알고 있 는 나 라
계란말이(卵焼き)	93.3	93.3	93.3	83.3	100.0	90.0	93.3	100.0	95.1	90.7	94.5
메밀국수(そば)	92.7	88.0	97.3	90.0	96.7	93.3	90.0	93.3	85.9	97.6	97.7
경단(団子)	85.3	82.7	88.0	80.0	96.7	86.7	80.0	83.3	79.7	92.9	86.4
다식(らくがん)	72.0	66.7	77.3	56.7	73.3	73.3	76.7	80.0	67.2	76.2	75.0

<표 4-72> 조사 대상자별 개별 음역 어휘 표현 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

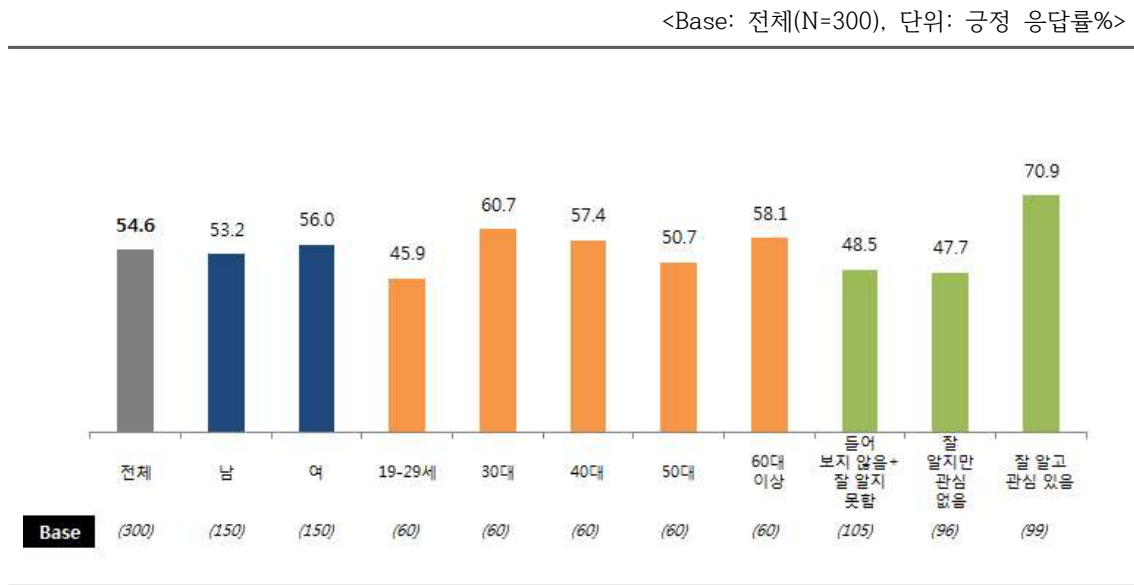
<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 어휘+ 적응+ 없음+ 잘 알지 못함	잘 아는 편이나 관심 있는 나라가 아님	잘 알고 있 는 나 라
계란말이(卵焼き)	92.7	89.3	96.0	86.7	93.3	90.0	93.3	100.0	97.6	90.7	90.9
메밀국수(そば)	88.0	84.0	92.0	83.3	90.0	90.0	86.7	90.0	84.4	92.9	88.6
경단(団子)	85.3	81.3	89.3	80.0	90.0	93.3	76.7	86.7	79.7	88.1	90.9
다식(らくがん)	74.0	69.3	78.7	66.7	80.0	70.0	73.3	80.0	70.3	76.2	77.3

4) 의미역

의미역 어휘에 대해서는 응답자의 54.6%가 음식명을 통해 음식에 대해 알

수 있다고 응답하였다. 조사 대상자별로는 30대의 수용성이 가장 높고 50대 이상도 평균 이상으로 높다. 한국에 대한 관심여부에 따라 의미역 어휘에 대해서도 20%p 이상의 차이를 보였다.

<그림 4-64> 조사 대상자별 일본어 의미역 어휘 의미 수용성 - 음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다



<그림 4-65> 조사 대상자별 일본어 의미역 어휘 표현 수용성 - 음식명 표현이 일본어로 자연스럽다

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



(1) 개별 의미역 어휘 수용성

의미역 어휘 중 ‘쌈밥’, ‘콩국수’의 수용성이 가장 높았고, ‘신선로’, ‘무지개 떡’의 수용성이 낮았다.

의미역 어휘는 이름만으로는 어떤 음식인지 파악하기 어려운 경우, 음식의 기본 의미 중심, 맛, 특징, 형태 등을 제시한 번역어로 원문에 없는 단어나 설명 표현 등이 나타나는 번역어이다. ‘쌈밥(野菜包みご飯)’은 ‘야채를 싸 밥’이라는 의미의 일본어 표현으로 번역되어 음식의 재료와 형태를 파악할 수 있어 의미 측면에서 수용성이 높게 나타난 것으로 보인다. 표현 측면에서도 ‘쓰쓰미야키(包み焼き: 생선, 고기, 채소 등을 종이, 호일, 기타 식재료로 싸서 굽는 요리 종류)’를 연상시키는 ‘쓰쓰미(包み=쌈)’라는 표현과 ‘고항(ご飯: ‘밥’이라는 뜻으로 다양한 재료를 밥에 넣고 짓는 음식명에 이 표현이 자주 들어감)’이라는 일본인들에게 친숙한 표현이 들어가 표현 측면의 수용성도 높게 나타난 것으로 분석된다. 또한 ‘콩국수(豆乳素麵)’는 ‘두유 소면’이라고 번역되어 식재료가 무엇인지를 명확히 알 수 있고 표현 또한 일본인이 이질감을 느끼지 않을 만한 표현으로 번역되어 의미와 표현 측면 모두에서 수용성이 높게 나타난 것으로 보인다.

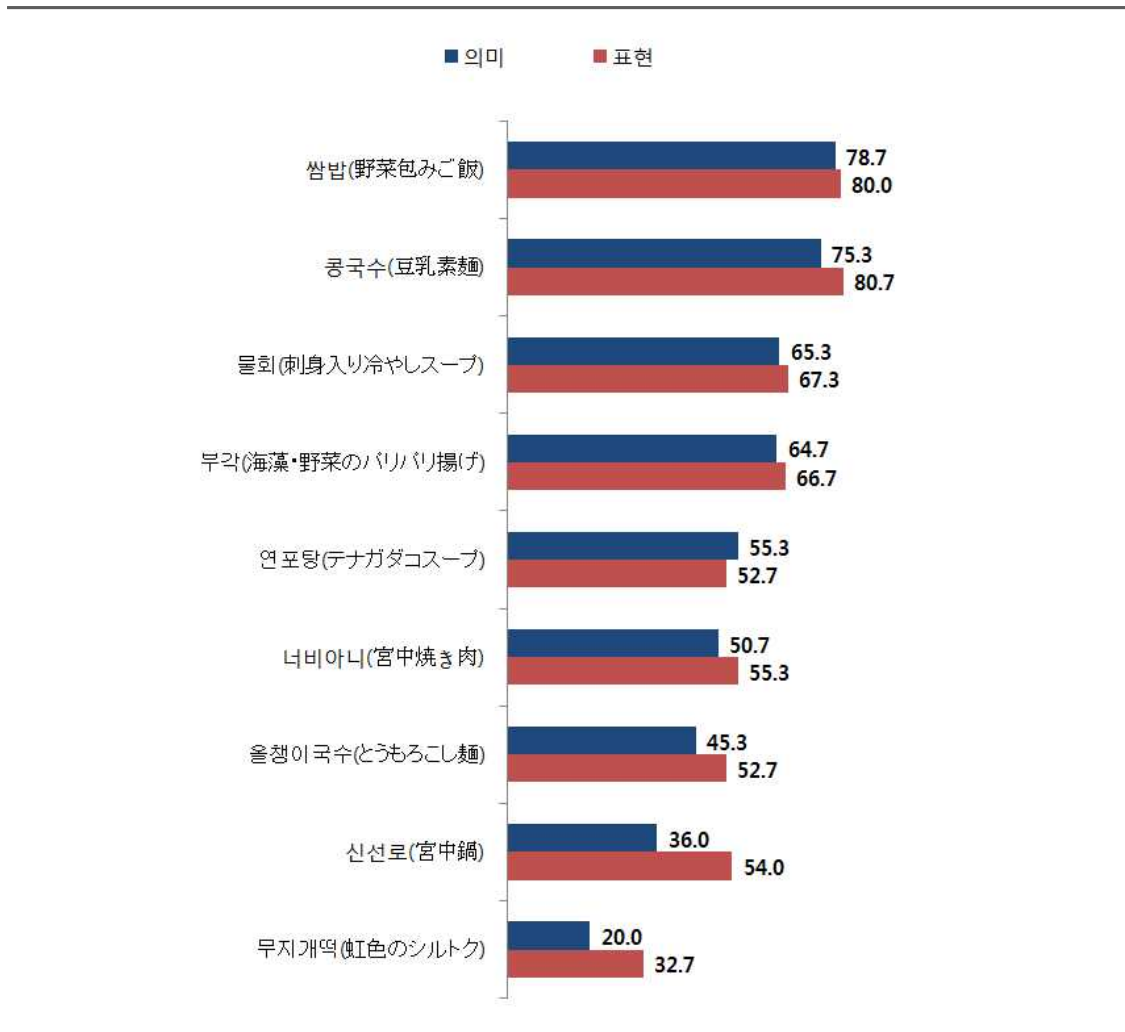
이에 비해 ‘신선로(宮中鍋)’는 해당 한식의 유래에 근거하여 과거에 궁궐에

서 왕과 귀족들이 먹었던 요리라는 의미를 담아 ‘규추나베(宮中鍋, 궁중냄비)’라는 표현으로 번역되었다. 신선로는 한국에서도 대중적인 음식이 아닌 것처럼 일본인들도 자국에서 접할 기회가 거의 없어 친숙한 요리가 아니다. 뿐만 아니라 ‘궁중냄비’라는 번역 표현만으로는 어떤 재료가 들어간 음식인지 추측하기도 어렵다는 점에서 의미를 파악하기 쉽지 않다. 이러한 이유로 의미의 수용성이 낮게 나타난 것으로 분석된다. 그러나 일본의 전골 요리에서 자주 사용되는 ‘나베(鍋)’라는 표현을 사용하여 표현 면에서의 수용성은 의미 수용성에 비해 높게 나타난 것으로 보인다. ‘무지개떡(虹色のシルトク)’은 무지개떡의 의미를 설명하는 방식, ‘무지개 색 시루떡’으로 번역됐는데, 이때 ‘시루떡’은 음역으로 번역되었다.²¹⁾ 시루떡의 음역 표기(シルトク)만으로는 일본인이 이 음식의 조리법이나 종류가 무엇인지 파악할 수 없으며, ‘무지개 색’이라는 정보 또한 무지개떡이 어떤 재료로 만들어진 어떤 종류의 음식인지를 파악하는 데 아무런 정보를 제공할 수 없다. 이 때문에 의미 측면에서의 수용성이 낮게 나타난 것으로 보인다. 또한 시루떡은 일본 내 한국 식당에서 자주 접할 수 있는 음식도 아니고, 떡이라는 음식 자체의 특성상 개개인이 집에서 일상적으로 만들어 먹기 위해 요리 조리법을 찾아보거나 공유하는 종류의 음식도 아니다. 이러한 이유로 시루떡 자체가 일본인에게 생소한 음식이기 때문에 음역 표기(シルトク)도 일본인에게는 수용성이 낮게 나타난 것으로 분석된다.

21) 이 어휘를 혼합형으로 분류하지 않은 이유는 ‘시루떡’의 음역 표현이 원문의 어휘에는 없었으며, 원문의 어휘에 없는 내용을 의미로 풀어서 설명한 경우에도 의미역으로 분류한다는 원칙하에 의미역으로 분류한 것이다.

<그림 4-66> 일본어 개별 의미역 어휘 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률>



(2) 조사 대상자별 의미역 어휘 수용성

의미 수용성이 70% 이상으로 높게 나타난 의미역 어휘는 ‘쌈밥’, ‘콩국수’가 있으며, 특히 ‘쌈밥’은 한국에 대한 관심도가 높은 경우 및 한국에 대한 관심도가 높지 않은 경우 모두 의미 수용성이 80% 이상으로 높게 나타났다.

표현 수용성이 80% 이상으로 높게 나타난 의미역 어휘 역시 ‘쌈밥’, ‘콩국수’였으며, 한국에 대한 관심도가 높은 경우는 85% 이상, 한국에 대한 관심도가 높지 않은 경우에도 표현 수용성이 70% 이상으로 높은 수준임을 알 수 있다.

반면, 의미 수용성과 표현 수용성 모두 20~30%대로 낮게 나타난 ‘무지개떡’은 한국에 대한 관심도가 높은 경우와 낮은 경우 모두 의미 및 표현 수용성이 각각

40%대, 10~20%대에 머물렀다. 이는 ‘무지개떡’의 번역 어휘가 ‘虹色のシルトク(무지개색 시루떡)’으로 표현 측면에서도 일본인에게 친숙하지 않은 ‘시루떡’의 음역 표현이 들어가 있고, ‘시루떡’을 알지 못 한다면 이 번역 표현만으로는 어떤 재료로 만든 음식인지 파악할 수 있는 정보가 부족하기 때문으로 보인다.

의미 및 표현 수용성 상·하위 어휘는 아래와 같이 각각의 표로 제시하였다.

<표 4-73> 조사 대상자별 개별 의미역 어휘 의미 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적없음+ 잘 알지 못함	잘 아는 편이나 관심 있는 나라가 아님	잘 알고 관심 있는 나라
쌈밥(野菜包みご飯)	78.7	80.0	77.3	63.3	80.0	76.7	90.0	83.3	82.9	74.1	80.0
콩국수(豆乳素麵)	75.3	70.7	80.0	73.3	90.0	70.0	53.3	90.0	62.5	83.3	86.4
물회(刺身入り 冷やしスープ)	65.3	64.0	66.7	60.0	73.3	63.3	66.7	63.3	68.3	48.1	80.0
부각 (海藻・野菜の パリパリ揚げ)	64.7	58.7	70.7	50.0	70.0	66.7	66.7	70.0	63.4	46.3	83.6
연포탕 (テナガダユスープ)	55.3	54.7	56.0	53.3	56.7	63.3	50.0	53.3	43.8	57.1	70.5
너비아니 (宮中焼き肉)	50.7	48.0	53.3	43.3	60.0	46.7	50.0	53.3	39.1	40.5	77.3
올챙이국수 (とうもろこし麵)	45.3	50.7	40.0	33.3	53.3	56.7	36.7	46.7	48.8	27.8	60.0
신선로(宮中鍋)	36.0	36.0	36.0	16.7	43.3	56.7	30.0	33.3	15.6	45.2	56.8
무지개떡 (虹色のシルトク)	20.0	16.0	24.0	20.0	20.0	16.7	13.3	30.0	12.5	7.1	43.2

<표 4-74> 조사 대상자별 개별 의미역 어휘 표현 수용성

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적없음+ 잘 알지 못함	잘 아는 편이나 관심 있는 나라가 아님	잘 알고 관심 있는 나라
쌈밥(野菜包みご飯)	80.0	81.3	78.7	63.3	83.3	80.0	83.3	90.0	78.4	74.1	85.5
콩국수(豆乳素麵)	80.7	77.3	84.0	80.0	86.7	83.3	63.3	90.0	70.3	88.1	88.6
물회(刺身入り 冷やしスープ)	67.3	70.7	64.0	60.0	76.7	66.7	66.7	66.7	70.3	55.6	76.4
부각 (海藻・野菜の)	66.7	62.7	70.7	56.7	73.3	70.0	60.0	73.3	59.5	51.9	87.3

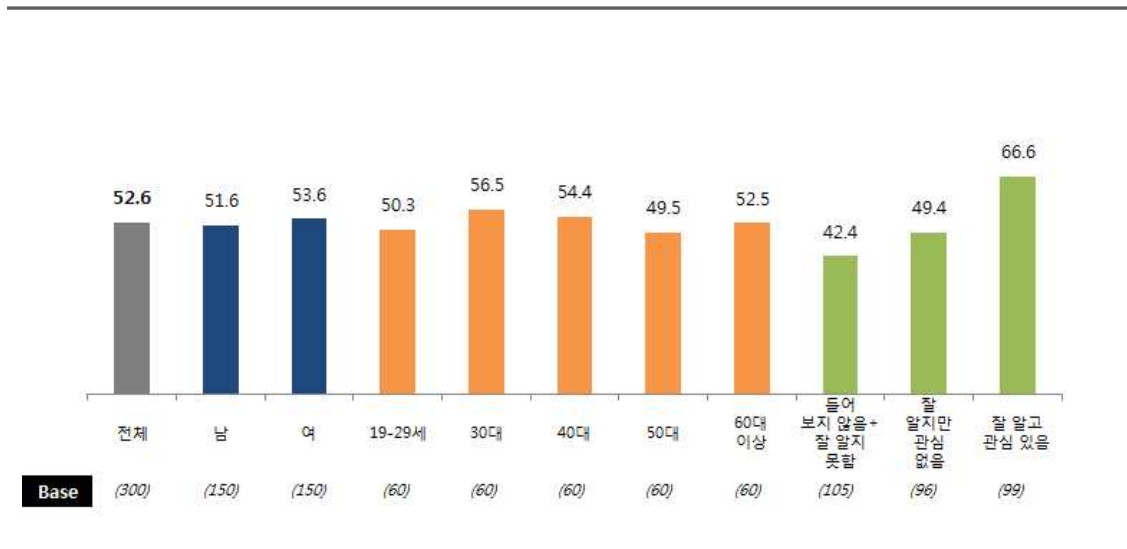
バリバリ揚げ)											
연포탕 (テナガダユスープ)	52.7	54.7	50.7	56.7	63.3	50.0	36.7	56.7	42.2	45.2	75.0
너비아니 (宮中焼き肉)	55.3	56.0	54.7	53.3	63.3	60.0	46.7	53.3	45.3	50.0	75.0
올챙이국수 (とうもろこし麵)	52.7	53.3	52.0	53.3	50.0	60.0	43.3	56.7	45.9	48.1	61.8
신선로(宮中鍋)	54.0	53.3	54.7	50.0	70.0	63.3	40.0	46.7	43.8	50.0	72.7
무지개떡 (虹色のシルトク)	32.7	28.0	37.3	26.7	40.0	20.0	30.0	46.7	28.1	28.6	43.2

5) 혼합형 번역 전략

본 전략에 해당되는 어휘들은 음역과 타 전략이 혼합된 형태로 한국에 대한 관심 여부에 따라 수용성의 차이가 나타나며 성별과 연령에 의한 차이는 크게 보이지 않는다.

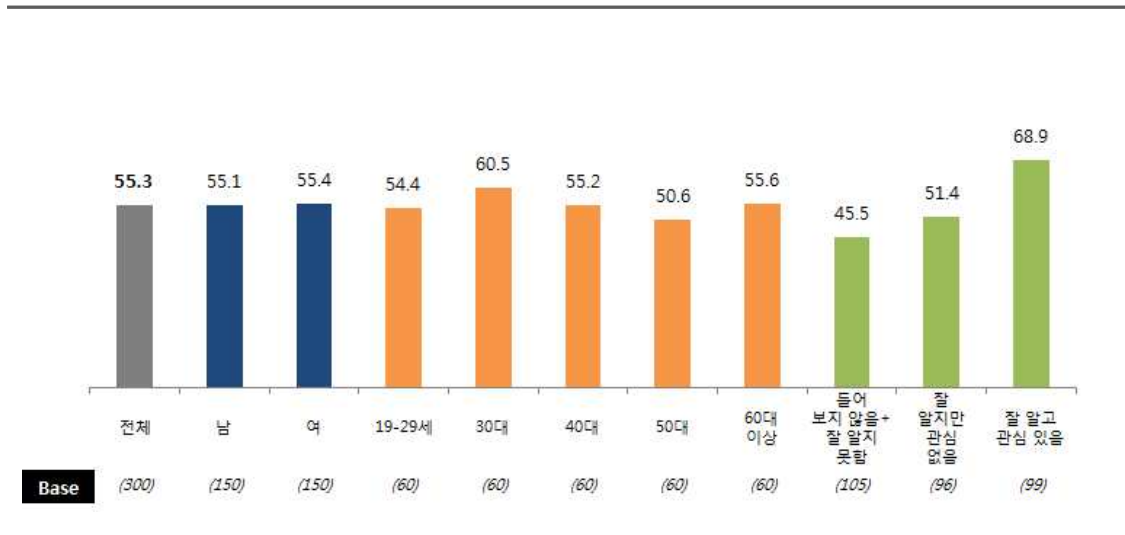
<그림 4-67> 조사 대상자별 일본어 혼합형 번역 전략 의미 수용성 - 음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



<그림 4-68> 조사 대상자별 일본어권 혼합형 번역 전략 표현 수용성 - 음식명 표현이 일본어로 자연스럽게

<Base: 전체(N=300), 단위: 긍정 응답률%>



(1) 개별 혼합형 번역 전략 어휘 수용성

혼합형 번역 전략 어휘 중 ‘배추김치’, ‘돌솥비빔밥’, ‘광어회’ 등의 수용성이 높았고, ‘송편’, ‘선짓국’, ‘시금치된장국’의 수용성이 낮았다.

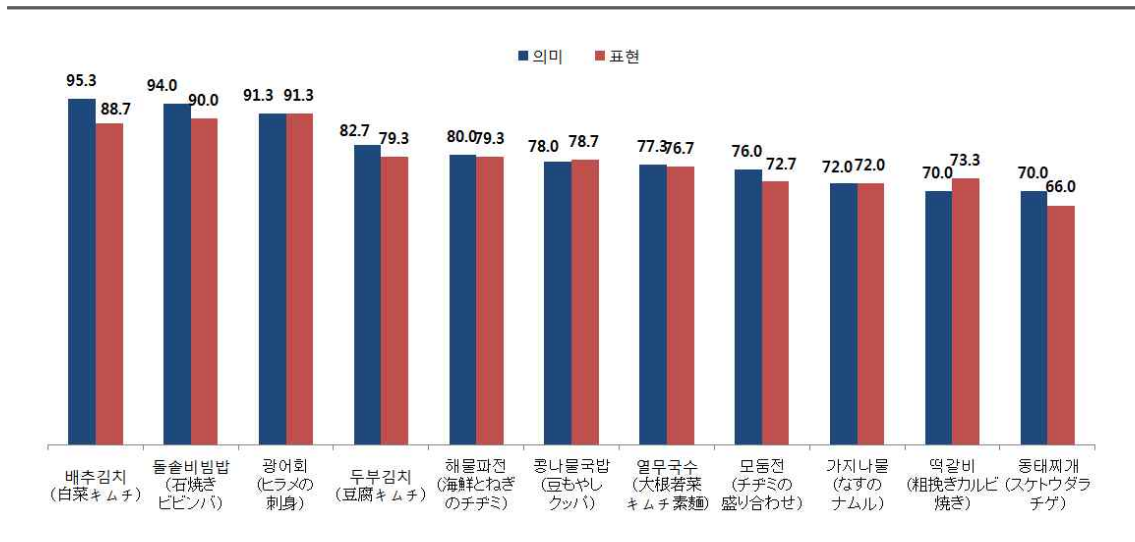
혼합형 번역 전략은 번역 전략의 ‘혼합형’으로, 하나의 어휘에 음역, 직역, 대응역, 의미역 중 두 개 이상이 혼합되어 나타난 경우이다. ‘배추김치(白菜キムチ)’는 직역(배추=白菜)과 음역(김치=キムチ)이 복합된 형태로 번역되었는데, 일본에서는 배추도 자주 사용되며 취식되는 식재료이고, 김치 역시 음역 표현 그대로 오래전부터 사용되어 왔고, 일본인에게는 친숙한 음식 중 하나이기 때문에 의미와 표현 측면에서의 수용성이 높게 나타났다. ‘돌솥비빔밥(石焼きビビンバ)’ 역시 일본 내 한국 식당에서 빼놓을 수 없는 메뉴로 일본인들에게 인지도가 높은 음식이다. 직역과 대응역으로 번역된 ‘광어회(ヒラメの刺身)’의 경우, ‘광어(ヒラメ)’ 역시 일본에서는 매우 친숙한 식재료이며 ‘회(刺身)’는 말할 것도 없다.

이에 비해 ‘송편(콩)’은 직역과 음역의 복합 형태인 ‘콩송편(豆ソングン)’으로 번역되었는데, 일본인이 접해볼 기회가 많지 않은 떡 종류 중 하나인 ‘송편’이 음역으로 번역되어 어떤 종류의 음식인지 파악하기 쉽지 않아 수용성이 낮게 나타난 것으로 보인다. ‘선짓국(ソンジスープ)’도 ‘국’은 ‘수프’로 직역되

어 음식의 종류는 파악할 수 있으나, ‘선지’가 한국어 발음 그대로 번역되어 일본인으로서 어떤 재료가 들어간 음식인지는 알 수 없게 되어 수용성이 낮게 나타났다고 해석할 수 있다. ‘시금치된장국(ほうれん草テンジャンク)’ 역시 음식 재료인 ‘시금치’는 그대로 직역되었고, 일본에서도 자주 사용되는 식재료이므로 음식의 재료는 알 수 있으나, ‘된장국’이 음역되어 일본인에게는 아직 생소한 이름인 ‘덴장쿠쿠(デンジャンク)’만으로는 일본인들이 음식 종류를 파악하기 힘들다. 혼합형에서 수용성이 낮은 어휘들의 공통점은 ‘송편(ソンプション)’, ‘선지(ソンジ)’, ‘된장국(テンジャンク)’, ‘순대(スン데)’, ‘식혜(シケ)’, ‘쌈밥(サムハブ)’처럼 일본인에게 생소한 식재료나 조리법, 음식 종류를 음역으로 표기했거나 음식 자체는 친숙하더라도 아직 음역이 보급되지 않은 표현들이라는 점이다. 이에 반해 동일하게 음역이 포함되었으나 수용성이 높은 어휘들은 음역 자체가 일본인들에게 널리 보급되어 친숙해진 음식들, 예를 들면 ‘김치(キムチ)’, ‘나물(ナムル)’, ‘국밥(クッパ)’, ‘상추(サンチュ)’ 등이라는 점은 시사하는 바가 크다.

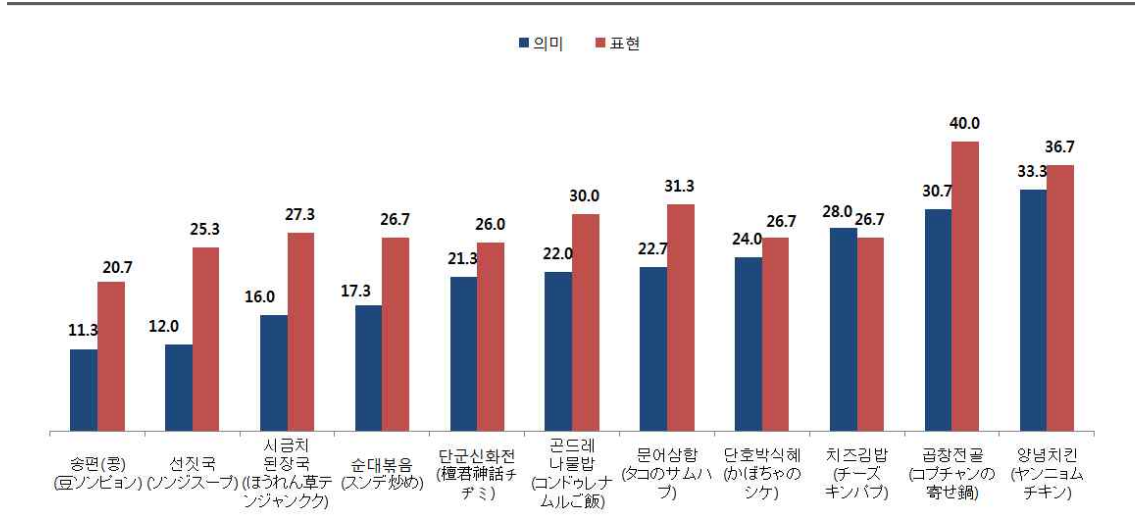
<그림 4-69> 의미 및 표현 수용성 상위 혼합형 번역 전략 어휘

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%>



<그림 4-70> 의미 및 표현 수용성 하위 혼합형 번역 전략 어휘

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 단위: 긍정 응답률%>



(2) 조사 대상자별 혼합형 번역 전략 어휘 수용성

혼합형 번역 전략 어휘 중, 의미 및 표현 수용성 모두 70% 이상으로 높게 나타난 어휘는 ‘배추김치’, ‘돌솥비빔밥’, ‘광어회’, ‘두부김치’, ‘해물파전’, ‘콩나물국밥’, ‘열무국수’, 모듬전, ‘가지나물’, ‘떡갈비’로 혼합형 번역 전략 조사 대상 어휘 31개 중, 약 1/3을 차지한다. 한국에 대한 관심도가 높은 경우는 80% 내외로 높게 나타났으며, 한국에 대해 들어본 적 없거나 잘 알지 못 한다고 응답하여 한국에 대한 관심도가 높지 않은 경우에도 의미 수용성이 60% 내외로 비교적 높게 나타났다.

특히 ‘배추김치’, ‘돌솥비빔밥’, ‘광어회’는 한국에 대한 관심도가 낮은 응답자들 사이에서도 80% 이상의 높은 수용성을 보인다.

반면, 의미 및 표현 수용성이 30% 미만으로 낮게 나타난 혼합형 번역 전략 어휘는 ‘송편(콩)’, ‘선짓국’, ‘시금치된장국’, ‘순대볶음’, ‘단군신화전’, ‘곤드레나물밥’, ‘문어삼합’, ‘단호박식혜’, ‘치즈김밥’으로 모든 어휘가 음역이 혼용된 번역 전략을 취하고 있음이 특기할 만하다. 이러한 어휘는 한국에 대해 관심도가 높은 경우에도 ‘곤드레나물밥’을 제외하고는 모두 의미 및 표현 수용성이 50% 미만 수준에 그쳤다. 특히 ‘송편’과 ‘선짓국’은 한국에 대한 관심도가 높은 경우에도 의미 수용성이 30% 미만으로 낮게 나타났다.

의미 및 표현 수용성 상·하위 어휘는 아래와 같이 각각의 표로 제시하였다.

<표 4-75> 조사 대상자별 개별 혼합형 번역 전략 어휘 의미 수용성 (상위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적없음+ 잘알지 못함	잘아 는나 편이나 관심 있는 나라가 아님	잘 알고 관심 있는 나라
배추김치 (白菜キムチ)	95.3	93.3	97.3	93.3	96.7	93.3	93.3	100.0	96.9	95.2	93.2
돌솥비빔밥 (石焼きビビンバ)	94.0	92.0	96.0	86.7	96.7	96.7	90.0	100.0	93.8	97.6	90.9
광어회 (ヒラメの刺身)	91.3	96.0	86.7	90.0	96.7	83.3	90.0	96.7	80.5	90.7	100.0
두부김치 (豆腐キムチ)	82.7	80.0	85.3	76.7	90.0	83.3	90.0	73.3	78.0	77.8	90.9
해물파전(海鮮と ねぎのチヂミ)	80.0	73.3	86.7	73.3	83.3	86.7	90.0	66.7	68.3	79.6	89.1
콩나물국밥 (豆もやしクッパ)	78.0	77.3	78.7	83.3	76.7	70.0	83.3	76.7	65.9	74.1	90.9
열무국수(大根若菜 キムチ素麺)	77.3	77.3	77.3	76.7	86.7	70.0	66.7	86.7	68.8	85.7	81.8
모듬전(チヂミの 盛り合わせ)	76.0	72.0	80.0	73.3	86.7	76.7	63.3	80.0	68.8	76.2	86.4
가지나물 (なすのナムル)	72.0	66.7	77.3	60.0	80.0	60.0	80.0	80.0	57.8	83.3	81.8
떡갈비 (粗挽きカルビ焼き)	70.0	76.0	64.0	70.0	80.0	63.3	63.3	73.3	59.4	69.0	86.4
동태찌개 (スケトウダラチゲ)	70.0	66.7	73.3	63.3	70.0	63.3	73.3	80.0	56.1	63.0	87.3

<표 4-76> 조사 대상자별 개별 혼합형 번역 전략 어휘 표현 수용성 (상위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 적없음+ 잘알지 못함	잘아 는나 편이나 관심 있는 나라가 아님	잘 알고 관심 있는 나라
배추김치 (白菜キムチ)	88.7	89.3	88.0	76.7	100.0	86.7	83.3	96.7	89.1	88.1	88.6
돌솥비빔밥 (石焼きビビンバ)	90.0	88.0	92.0	83.3	90.0	93.3	86.7	96.7	89.1	90.5	90.9
광어회 (ヒラメの刺身)	91.3	96.0	86.7	93.3	96.7	90.0	80.0	96.7	82.9	90.7	98.2
두부김치 (豆腐キムチ)	79.3	80.0	78.7	70.0	90.0	73.3	80.0	83.3	75.6	72.2	89.1
해물파전(海鮮とね)	79.3	73.3	85.3	76.7	86.7	83.3	86.7	63.3	70.7	75.9	89.1

ぎのチヂミ)											
콩나물국밥 (豆もやしクッパ)	78.7	80.0	77.3	80.0	83.3	70.0	80.0	80.0	68.3	74.1	90.9
열무국수(大根若菜 キムチ素麺)	76.7	76.0	77.3	83.3	76.7	76.7	66.7	80.0	64.1	85.7	86.4
모듬전(チヂミの盛 り合わせ)	72.7	74.7	70.7	76.7	83.3	70.0	63.3	70.0	65.6	71.4	84.1
가지나물 (なすのナムル)	72.0	65.3	78.7	63.3	73.3	73.3	76.7	73.3	60.9	81.0	79.5
떡갈비 (粗挽きカルビ焼き)	73.3	78.7	68.0	76.7	83.3	70.0	63.3	73.3	68.8	73.8	79.5
동태찌개 (スケトウダラチゲ)	66.0	64.0	68.0	60.0	66.7	60.0	70.0	73.3	51.2	57.4	85.5

<표 4-77> 조사 대상자별 개별 혼합형 번역 전략 어휘 의미 수용성 (하위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150)>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 어휘+ 없음+ 잘 알지 못함	잘 아니나 관심 있는 나라가 아님	잘 알고 심는 나라
송편(콩) (豆ソンピョン)	11.3	10.7	12.0	13.3	16.7	10.0	6.7	10.0	3.1	7.1	27.3
선짓국 (ソンジスープ)	12.0	12.0	12.0	20.0	10.0	20.0	3.3	6.7	9.4	2.4	25.0
시금치된장국 (ほうれん草 テンジャンクク)	16.0	10.7	21.3	16.7	16.7	23.3	6.7	16.7	7.8	4.8	38.6
순대볶음 (スンデ炒め)	17.3	14.7	20.0	20.0	13.3	30.0	10.0	13.3	4.9	11.1	32.7
단군신화전 (檀君神話チヂミ)	21.3	24.0	18.7	20.0	13.3	30.0	23.3	20.0	17.1	18.5	27.3
콘드레나물밥 (コンドウレ ナムルご飯)	22.0	25.3	18.7	16.7	33.3	16.7	20.0	23.3	7.8	9.5	54.5
문어삼합 (タコのサムハプ)	22.7	21.3	24.0	30.0	16.7	26.7	23.3	16.7	12.2	24.1	29.1
단호박식혜 (かぼちゃのシケ)	24.0	22.7	25.3	30.0	16.7	30.0	13.3	30.0	9.8	22.2	36.4
치즈김밥 (チーズキンパプ)	28.0	20.0	36.0	23.3	30.0	40.0	26.7	20.0	7.3	27.8	43.6
곱창전골(ユブチ ヤンの寄せ鍋)	30.7	30.7	30.7	33.3	33.3	33.3	26.7	26.7	12.2	25.9	49.1
양념치킨(ヤンニ ユムチキン)	33.3	29.3	37.3	23.3	40.0	43.3	23.3	36.7	14.1	31.0	63.6

<표 4-78> 조사 대상자별 개별 혼합형 번역 전략 어휘 표현 수용성 (하위 어휘)

<Base: 개별 어휘 평가(N=150), 의미 수용성 기준 정렬>

<단위 : 긍정 응답률%>	전체	성별		연령					한국에 대한 관심도		
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상	들어본 어휘 없음+ 잘 알지 못함	잘 아는 어휘 관심 있는 나라 아님	잘 알고 있 는 나라
송편(콩) (豆ソンプション)	20.7	17.3	24.0	23.3	26.7	13.3	10.0	30.0	14.1	11.9	38.6
선짓국 (ソンジスープ)	25.3	21.3	29.3	36.7	26.7	33.3	6.7	23.3	20.3	11.9	45.5
시금치된장국 (ほうれん草テン ジャンクク)	27.3	22.7	32.0	30.0	30.0	16.7	23.3	36.7	20.3	21.4	43.2
순대볶음 (スンデ炒め)	26.7	28.0	25.3	26.7	33.3	26.7	26.7	20.0	12.2	20.4	43.6
단군신화전 (檀君神話チヂミ)	26.0	28.0	24.0	30.0	23.3	33.3	23.3	20.0	14.6	20.4	40.0
콘드레나물밥 (コンドゥレナム ルご飯)	30.0	32.0	28.0	33.3	33.3	20.0	30.0	33.3	20.3	14.3	59.1
문어삼합 (タコのサムハプ)	31.3	28.0	34.7	36.7	40.0	26.7	36.7	16.7	14.6	29.6	45.5
단호박식혜 (かぼちゃのシケ)	26.7	29.3	24.0	30.0	23.3	30.0	16.7	33.3	7.3	22.2	45.5
치즈김밥 (チーズキンパプ)	26.7	26.7	26.7	23.3	30.0	33.3	23.3	23.3	4.9	29.6	40.0
곱창전골(ユブチ ヤンの寄せ鍋)	40.0	44.0	36.0	40.0	43.3	40.0	43.3	33.3	22.0	31.5	61.8
양념치킨(ヤンニ ョムチキン)	36.7	36.0	37.3	33.3	50.0	30.0	33.3	36.7	21.9	35.7	59.1

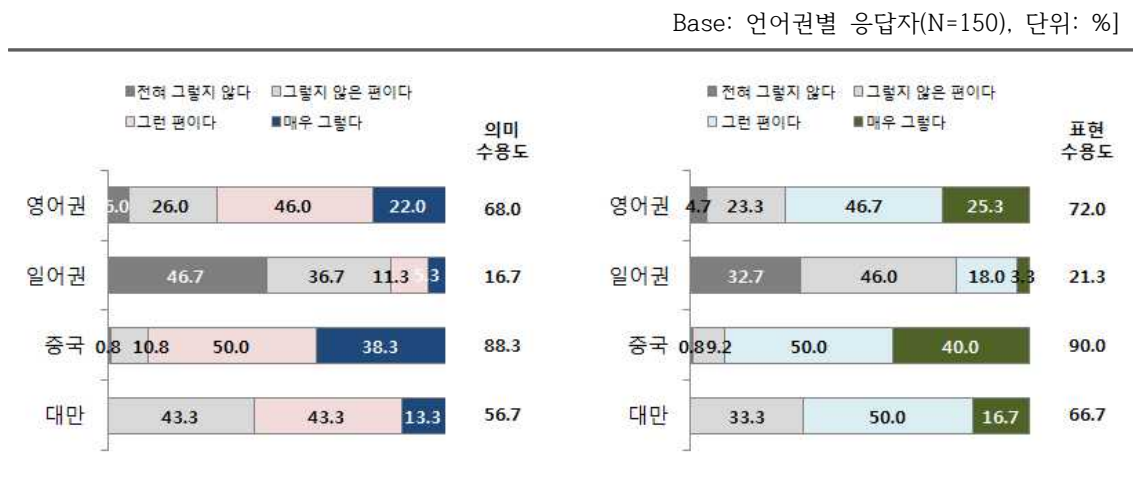
6) 언어별 번역 어휘와의 수용성 비교

영어, 중국어, 일본어권 조사 대상자들에게 공통적으로 질문한 58개 어휘 중, 일본어 번역 어휘의 의미, 표현 수용성이 각각 30% 미만인 어휘를 기준으로 영어, 중국어권 모두, 또는 어느 한 언어권과의 수용성에 차이가 있는 어휘, 즉 일본어 번역 어휘의 수용성이 다른 언어권에 비해 낮은 어휘를 살펴보았다. 이러한 어휘들의 공통점은 모두 음역된 어휘라는 점이였다. 구체적인 대상 어휘 및 수용성은 다음과 같다.

① 감자탕

‘감자탕’은 일본어에서 음역 전략으로 번역되었고, 응답자의 16.7%가 음식명을 통해 음식에 대해 알 수 있었다고 응답하였으며, 표현에 대한 수용성도 21.3%로 수용성이 높지 않은 편이다. 이에 반해 의미역으로 번역된 영어와 중국어권의 수용성은 70% 이상으로 높은 수용성을 나타내고 있다.

<그림 4-71> 언어권별 번역 음식명 수용성-감자탕



<표 4-79> 언어권별 번역 음식명 수용성-감자탕

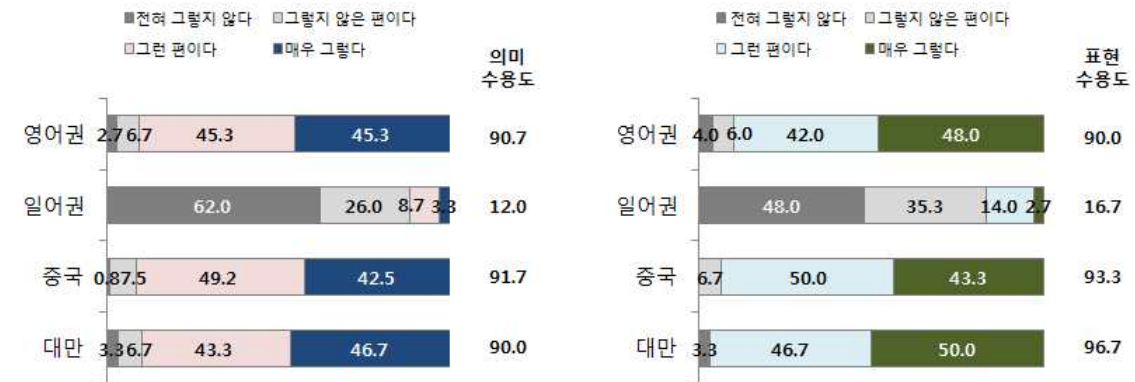
	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Pork Back-bone Stew	カムジャタン	脊骨土豆汤	脊骨土豆湯
번역 전략	의미역	음역	의미역	의미역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	68.0	16.7	88.3	56.7
표현 수용성 (긍정 응답률%)	72.0	21.3	90.0	66.7

② 칼국수

‘칼국수’는 일본어에서 음역 전략으로 번역되었고, 의미의 수용성은 12%, 표현은 16.7%로 낮은 수용성을 보인 데 반해, 직역으로 번역된 영어와 중국어권의 수용성은 90% 이상으로 높은 수용성을 나타내고 있다.

<그림 4-72> 언어권별 번역 음식명 수용성_칼국수

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-80> 언어권별 번역 음식명 수용성_칼국수

	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Noodle Soup	カルグクス	刀切面	刀切面
번역 전략	직역	음역	직역	직역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	90.7	12.0	91.7	90.0
표현 수용성 (긍정 응답률%)	90.0	16.7	93.3	96.7

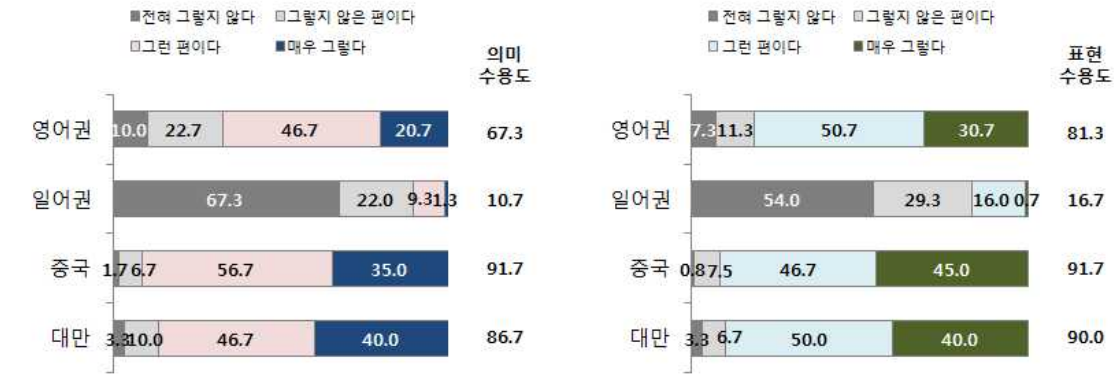
③ 수정과

‘수정과’는 영어권에서는 의미역되었는데 표현은 영어로 자연스러우나 그에 비해 음식에 대해 알 수 있다는 응답은 좀 더 낮았다. 일본어에서는 음역되었는데 의미에 대한 수용성이 10.7%로 낮았다.

위에서 기술한 바와 같이 ‘수정과’는 일본어에서 음역 전략으로 번역되었고, 의미의 수용성은 10.7%, 표현은 16.7%로 낮은 수용성을 보인 데 반해, 의미역으로 번역된 영어와 중국어권의 수용성은 영어 약 60% 이상, 중국어 90% 이상으로 높은 수용성을 나타내고 있다.

<그림 4-73> 언어권별 번역 음식명 수용성-수정과

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-81> 언어권별 번역 음식명 수용성-수정과

	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Cinnamon Punch	スジョングァ	生姜桂皮茶	生姜桂皮茶
번역 전략	의미역	음역	의미역	의미역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	67.3	10.7	91.7	86.7
표현 수용성 (긍정 응답률%)	81.3	16.7	91.7	90.0

④ 간장게장

‘간장게장’은 일본어에서 음역 전략으로 번역되었고, 의미, 표현의 수용성은 약 10% 내외로 낮게 나타난 데 반해, 의미역으로 번역된 영어권과 직역으로 번역된 중국어권의 수용성은 80% 이상으로 높은 수용성을 나타내고 있다.

<그림 4-74> 언어권별 번역 음식명 수용성-간장게장

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-82> 언어권별 번역 음식명 수용성-간장게장

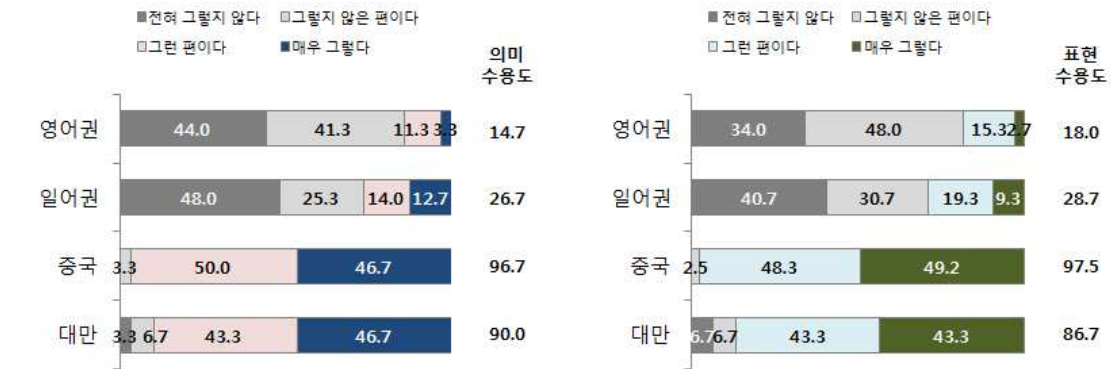
	영어	일본어	중국어	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Soy Sauce Marinated Crab	カンジャン ケジャン	酱生蟹	醬生蟹
번역 전략	의미역	음역	직역	직역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	84.0	19.3	85.0	70.0
표현 수용성 (긍정 응답률%)	85.3	20.7	85.0	73.3

⑤ 김밥

‘김밥’은 일본어에서 음역 전략으로 번역되었고, 의미, 표현 모두 수용성이 30% 미만이다. 음역된 영어권 역시 수용성이 20% 미만으로 수용성이 낮다. 한 가지 특기할 만한 점은 의미역으로 번역된 중국어권이 90% 이상의 수용성을 보이는 등, 유일하게 높은 수용성을 나타내고 있다는 점이다.

<그림 4-75> 언어권별 번역 음식명 수용성-김밥

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-83> 언어권별 번역 음식명 수용성-김밥

	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Gimbap	キンパブ	紫菜卷饭	紫菜卷飯
번역 전략	음역	음역	의미역	의미역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	14.7	26.7	96.7	90.0
표현 수용성 (긍정 응답률%)	18.0	28.7	97.5	86.7

⑥ 초당순두부

‘초당순두부’는 일본어에서 음역 전략으로 번역되었고, 의미, 표현의 수용성은 20%대로 낮게 나타났다. 음역과 의미역이 함께 사용된 영어권 역시 수용성이 30%대에 그쳐 수용성이 낮게 나타났는데, 반면 같은 음역 전략을 사용했지만, 대응역이 함께 사용된 중국어권(본토)만 수용성이 80% 이상으로 유일하게 높은 수용성을 나타내고 있다.

<그림 4-76> 언어권별 번역 음식명 수용성_초당순두부

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-84> 언어권별 번역 음식명 수용성_초당순두부

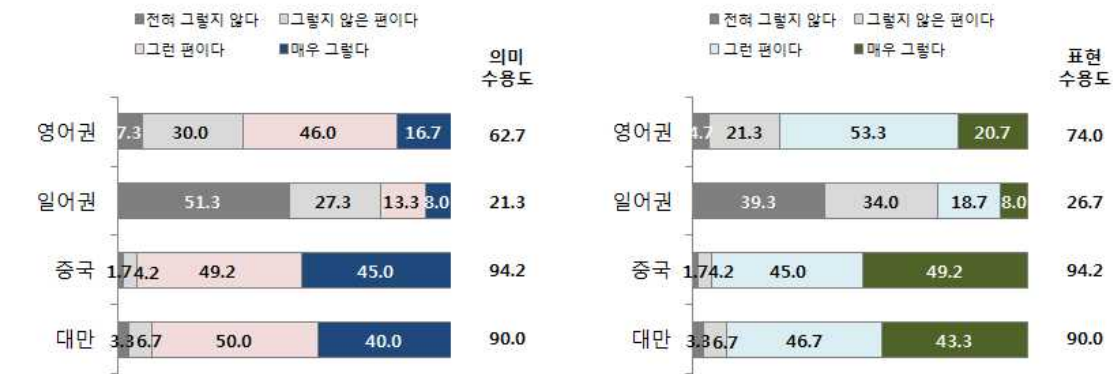
	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Chodang Soft Bean Curd	チョダン スンドゥブ	草堂嫩豆腐	草堂嫩豆腐
번역 전략	혼합형 (음역+의미역)	음역	혼합형 (음역+대응역)	혼합형 (음역+대응역)
의미 수용성 (긍정 응답률%)	32.0	21.3	81.7	53.3
표현 수용성 (긍정 응답률%)	39.3	25.3	85.8	70.0

⑦ 떡국

‘떡국’은 일본어에서 음역 전략으로 번역되었고, 의미, 표현의 수용성은 약 20% 내외로 낮게 나타난 데 반해, 의미역으로 번역된 영어권에서는 응답자의 60% 이상이 긍정 응답을 했고, 직역으로 번역된 중국어권의 수용성은 90% 이상으로 높은 수용성을 나타내고 있다.

<그림 4-77> 언어권별 번역 음식명 수용성_떡국

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-85> 언어권별 번역 음식명 수용성_떡국

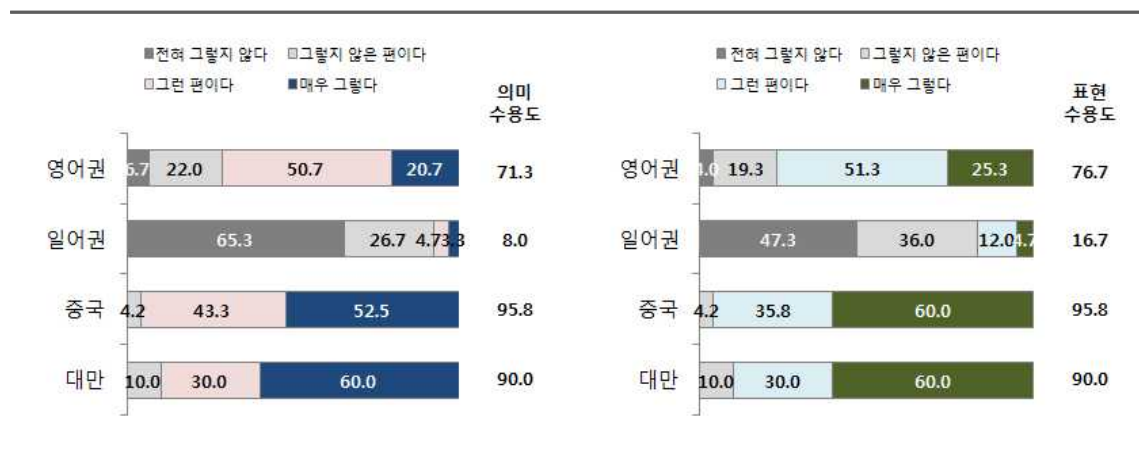
	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Sliced Rice Cake Soup	トックク	年糕汤	年糕湯
번역 전략	의미역	음역	직역	직역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	62.7	21.3	94.2	90.0
표현 수용성 (긍정 응답률%)	74.0	26.7	94.2	90.0

⑧ 가래떡

‘가래떡’은 일본어에서 음역 전략으로 번역되었고, 의미, 표현의 수용성은 약 10% 내외로 낮게 나타난 데 반해, 의미역으로 번역된 영어권은 70% 이상의 수용성을, 직역으로 번역된 중국어권은 90% 이상의 높은 수용성을 나타내고 있다.

<그림 4-78> 언어권별 번역 음식명 수용성_가래떡

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-86> 언어권별 번역 음식명 수용성_가래떡

	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Rice Cake Stick	カレットク	长条年糕	長條年糕
번역 전략	의미역	음역	직역	직역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	71.3	8.0	95.8	90.0
표현 수용성 (긍정 응답률%)	76.7	16.7	95.8	90.0

⑨ 보쌈

‘보쌈’은 일본어에서 음역 전략으로 번역되었고, 의미, 표현의 수용성이 20% 내외로 낮게 나타난 데 반해, 직역으로 번역된 중국어권의 수용성은 80% 내외로 높게 나타났다. 의미역으로 번역된 영어권은 50% 전후의 수용성을 나타내고 있다.

<그림 4-79> 언어권별 번역 음식명 수용성_보쌈

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-87> 언어권별 번역 음식명 수용성_보쌈

	영어	일어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Napa Wraps with Pork	ボサム	菜包肉	菜包肉
번역 전략	의미역	음역	의미역	의미역
의미 수용도 (긍정 응답률%)	46.0	19.3	75.8	50.0
표현 수용도 (긍정 응답률%)	59.3	25.3	80.0	53.3

⑩ 빈대떡

‘빈대떡’은 일본어에서 음역 전략으로 번역되었고, 의미, 표현의 수용성은 약 18%로 낮게 나타난 데 반해, 영어권과 중국어권에서는 의미역으로 번역되었고, 영어권에서는 60% 이상이, 중국어권(본토)에서는 80% 이상이 긍정 응답하여 높은 수용성을 나타내고 있다.

<그림 4-80> 언어권별 번역 음식명 수용성-빈대떡

Base: 언어권별 응답자(N=150), 단위: %]



<표 4-88> 언어권별 번역 음식명 수용성-빈대떡

	영어	일본어	중국	대만
Base	(150)	(150)	(120)	(30)
번역 음식명	Mung Bean Pancake	ピンデトク	绿豆煎饼	綠豆煎餅
번역 전략	직역	음역	직역	직역
의미 수용성 (긍정 응답률%)	62.7	18.0	87.5	83.3
표현 수용성 (긍정 응답률%)	66.7	18.7	87.5	90.0

5. 주요 한식명 표준 번역안 개선 방안 제안

5.1. 심층 조사

5.1.1. 심층 조사의 목적 및 방법

1) 심층 조사의 목적

앞서 실시한 실태 본조사를 통해, 영·중·일 3개 언어의 한식명 번역안에 대해 원어민들의 수용성을 확인할 수 있었다. 실태 본조사는 특정 한식명의 번역안, 또는 특정 번역 전략을 구사한 한식명에 대한 수용성을 상세히 파악하는데 큰 도움을 주었으나, 각각의 번역안에 대해 왜 수용성이 높게, 혹은 낮게 나타났는지 그 이유 등을 밝혀내는 데는 한계가 있었다.

번역안의 개선 방안을 마련하기 위해서는 그 이유를 밝혀낼 필요가 있고, 또한 원어민들은 번역안에 대해 어떠한 생각을 가지고 있는지 파악하고자 심층 조사를 실시하였다. 실태 본조사가 양적 조사였다면, 심층 조사는 그 결과에 대한 신뢰성을 확보하기 위해 질적 조사를 실시한 것이며, 이를 통해 1차 수용성 실태 조사에서 나타난 번역 전략별 수용성 차이의 원인을 밝히고, 동일 전략 내 번역어 간 수용성 차이도 확인하고자 했다. 그뿐만 아니라, 번역 전략의 기본 방향으로서 설문 조사에서 초점을 맞춘 의미 전달과 표현의 자연스러움 간에 우선순위가 있는지도 살펴봄으로써 번역 전략 방향성의 타당성을 확인하는 근거로 삼고자 했다. 나아가, 심층 조사 참여자들로부터 구체적인 번역 전략 대안들도 모색하고, 특히 음역의 효과를 보완할 수 있는 방안에 대한 의견을 적극 수렴하고자 했다.

2) 심층 조사의 방법

심층 조사의 개요는 다음과 같다.

<표 5-1> 심층 조사 개요

구분	내용
조사 대상 국가	영어(미국, 영국, 캐나다)·중국어(중국 본토)·일본어(일본) 3개 언어권
조사 대상 프로필	- 언어별 10명(1년 이상 거주자 5명 + 1년 미만 거주자 5명) - 한국외대 한국어문화교육원에 협조 요청하여 대상자들의 성별, 연령, 한국 거주 기간 등을 보고 가능한 범위 내에서 결정. 단, 영어 조사 대상자들 중 5명은 한국 거주 기간이 1년 이상 조건을 맞추기 위해 외부에서 섭외.
설문 기간	2017년 11월 첫째 주 ~11월 둘째 주

심층 조사는 실태 본조사와는 달리 본 연구에 참여한 연구원이 직접 국내 거주 영어·중국어·일본어 원어민을 만나 면대면 면접 형식으로 진행하였다. 언어별로 한국 거주 1년 미만인 사람 5명과 1년 이상인 사람 5명, 총 10명씩 조사 참여자를 섭외했으며, 두 개 그룹으로 나누어(x 3개 언어=총 6개 그룹), 그룹 면접(FGI, Focused Group Interviews) 형식으로 진행하였다. 상세한 질문 내용은 언어와 그룹, 진행 상황에 따라 다르지만 각 그룹 면접은 반구조적 면담조사(semi-structured interview)로 이루어졌다.

일 대 일 면접으로 진행할 경우, 조사 참여자가 큰 심적 부담을 느낄 수 있으며, 적극적이면서도 다양한 발언을 유도하기 위해서는 그룹 면접이 보다 효과적일 것이라 판단하였다. 또한 국내 거주 기간에 따라 한식명이나 한국어, 한국 문화에 대한 이해의 정도가 다를 것이며, 생각에도 차이가 있을 것으로 예상되어 다양한 대상자의 의견을 청취하고자 하였다.

심층 조사 실시 시기는 11월 초순에서 중순이었으며, 한국외국어대학교 교내 혹은 부근에서 실시하였다. 원어민 조사 참여자들이 자유롭고 편하게, 그리고 정확하게 의견을 개진할 수 있도록 해당 외국어로 진행했으며, 각 언어 담당 연구원의 진행 하에, 참여자들의 양해를 얻어 대화 내용을 녹음하고 사후에 전사 작업을 거친 후 분석과 고찰을 하였다.

심층 조사의 주요 질문은 다음과 같다.

<표 5-2> 심층 조사 공통 문항

번호	문항
1	번역에 있어서 의미 전달과 표현의 자연스러움에 대해 어떻게 생각하는가?
2	동일 번역 전략 내 수용성 차이의 원인은 무엇인가?
3	번역 전략 간 수용성 차이의 원인은 무엇인가?
4	의미 전달과 표현의 자연스러움 간 우선순위가 있는가?
5	한국과 모국에서의 음식명 기술 방법에 어떤 차이가 있는가?
6	번역어나 번역 전략에 대한 대안 제안이 있는가?
7	음역 보완 전략을 제안할 수 있는가?
8	기타

이상과 같은 방식으로 진행한 심층 조사의 결과를 반영하여, 한식명 표준 번역안 개선 방안을 제안하고자 했다.

5.1.2. 심층 조사 결과

1) 영어

(1) 방법

① 심층 조사 진행 방식

심층 조사는 실태 조사와 마찬가지로 예비 조사와 본조사 순서로 진행했다. 예비 조사에서 질문 초안으로 질문의 타당성을 검증한 다음, 질문지를 작성하여 심층 조사 진행의 기초 자료로 활용하였다. 예비 조사를 위해 통번역대학원의 원어민 번역 교수자 1인을 대상으로 모의 심층 조사를 실시하였다. 예비 조사 결과 심층 조사 질문지에 음역에 관한 보완 전략 질문을 추가하였다.

예비 조사를 거쳐 완성된 질문지로 본조사를 실시하였다. 본조사는 그룹 면접(FGI) 형식으로 4~5명으로 구성된 그룹 토론 형식으로 진행하였다. 준비된 질문을 제시한 다음, 그룹 참여자들이 각자 답을 제시하고, 뒤를 이어 서로 자유롭게 토론을 하도록 유도하였다. 심층 조사에서는 음식 사진을 음식명과 함께 제시하지 않고 조사 참여자들이 토론 과정에서 음식에 대한 보다 명확한 이해를 필요로

할 때 사진을 제시하였다. 본조사는 2회에 걸쳐 진행하였으며, 각각 2시간이 소요되었다.

본조사 참여자는 총 9명의 영어 원어민이 참여하였다. 원래 10명의 참여자를 확보하였으나 1년 미만 대상자 면접 당일에 한 명이 개인사정으로 참석을 하지 못함에 따라 최종 참여자 수는 9명이 되었다. 이들 중 5명은 한국 거주 기간이 1년 이상이었고, 나머지 4명은 모두 한국 거주 기간이 6개월 미만이었다. 1년 이상 거주자들은 2명의 대학교 강사와 2명의 학원 강사, 1명의 국제대학원생이었으며, 20대 후반~30대의 연령대이다(남자 3명, 여자 2명). 1년 미만 거주자들은 모두 한국외대의 한국어교육과에서 수학 중인 영국인 교환학생들로서, 20대 초반의 연령대이다(남자 1명, 여자 3명). 1년 이상 거주자들은 물론이고, 한국 거주 기간이 6개월 미만인 교환 학생 참여자들도 한식 경험이 풍부하였다. 참고로, 교환 학생들이 즉석에서 언급할 수 있는 한식명이 30가지가 넘었다. 이러한 참여자들의 풍부한 한식 경험은 한식 번역어에 대해 객관적이기는 하나 일방적이고 편향적일 가능성이 있는 설문조사 결과에 비해 다소 주관적일 수도 있겠으나 보다 깊은 통찰력을 제시할 수 있을 것으로 기대하였다.

② 심층 조사 대상 어휘

심층 조사 대상 번역어는 번역 전략별로 의미 전달과 표현의 자연스러움 항목에서 가장 높은 점수를 받은 번역어와 가장 낮은 점수를 받은 번역어를 쌍으로 묶어 조사 참여자들에게 제시하고 의견을 수렴하였다. 단, 두 번역어가 유사할 경우 차점대의 번역어로 대체하였다. 예를 들어, 음역의 경우 가장 높은 점수와 가장 낮은 점수를 받은 번역어가 모두 김밥 종류여서 하나를 비빔밥으로 대체하였다. 영어 번역의 경우, 전략별로 다음의 번역어를 선택하였다.

<표 5-3> 영어 심층 조사 대상 어휘 항목

번역 전략 분류 어휘	음역	직역	의미역	혼합형	
				음역 + 직역	음역 + 의미역

수용성 최상위 어휘	비빔밥 (Bibimbap)	돼지고기볶음 (Stir-fried pork)	너비아니 (Marinated Grilled Beef Slices)	김치말이국수 (Kimchi Noodles)	초당순두부 (Chodang Soft Bean Curd)
의미/표현수 용도%	17.3/19.3	92.7/94.0	91.3/92.7	63.3/62.0	32.0/39.3
수용성 최하위 어휘	김밥 (Gimbap)	김 (Laver)	탕국 (Ancestral Ritual Soup)	더덕구이 (Grilled Deodeok)	오미자 화채 (Omija Punch)
의미/표현 수용도%	14.7/18.0	20.0/27.3	22.7/40.7	16.7/26.0	22.0/32.0

(2) 결과

심층 조사 결과를 요약하면 다음과 같다.

<표 5-4> 영어 심층 조사 결과

한국어	영어	의미 전달 ²²⁾	표현 자연스러움
돼지고기볶음	Stir-Fried Pork	5/4	5/4
김	Laver	1/3	1/0
너비아니	Marinated Grilled Beef Slices	5/4	4/3
탕국	Ancestral Ritual Soup	2/1	1/3
비빔밥	Bibimbap	4/3	4/2
김밥	Gimbap	4/3	4/2
김치말이국수	Kimchi Noodles	4/4	4/4
더덕구이	Grilled Deodeok	2/1	2/3
초당순두부	Chodang Soft Bean Curd	3/3	1/2
오미자화채	Omija Punch	3/1	1/4

① 번역의 의미 전달과 표현의 자연스러움에 대한 의견

위 표에서 나타난 바와 같이, 돼지고기볶음, 너비아니, 김치말이국수에 대해 참여자들이 의미 전달과 표현의 자연스러움 항목 모두에서 긍정적인 대답을 하였다. 또한, 두 그룹이 모두 대체로 부정적인 대답을 한 항목은 김, 탕국, 더덕구이이다.

22) 의미 전달과 표현의 자연스러움은 (1년 이상 거주자의 긍정 답)/(1년 미만 거주자의 긍정 답)으로 표시함

1년 미만 그룹은 탕국의 경우 표현의 자연스러움에 비교적 높은 점수를 주었는데, 번역어에서 의미를 유추할 수 있기 때문에 자연스럽다고 해석하였고, 같은 이유로, 더덕구이의 ‘grilled’에서 의미를 유추할 수 있기 때문에 자연스럽다고 해석하였다. 그러나 이 그룹은 김밥과 비빔밥 항목에서 탕국과 더덕구이와 달리 음식 재료나 요리법이 명시되지 않아 의미 전달과 표현의 자연스러움에서 비교적 낮은 점수를 주었다. 김의 경우, 번역어가 의미는 전달하나, 상용어가 아니므로 자연스럽지 않다고 평가한 점이 특기할만하다.

1년 이상 그룹은 특히 표현의 자연스러움에서 1년 미만 그룹보다 더 부정적인 평가를 하였으나 김밥, 비빔밥의 번역 전략인 음역에 대해서는 관대하다. 한국 거주 기간이 길기 때문에 한국 문화에 대한 적응도가 반영된 결과로 판단된다.

② 동일 번역 전략 내 고수용성-저수용성 간 차이

두 그룹 모두 같은 번역 전략을 적용하더라도 음식명에 그 음식의 재료나 요리법이 포함되어 있을 때 수용성이 높은 것으로 답하였는데, 특히 1년 미만 그룹의 반응이 더 두드러졌다. 이러한 현상은 음역 전략군을 제외한 모든 번역 전략군에서 나타났다. 1년 이상 그룹은 토론에서 번역에 재료나 조리법을 표시해 주면 좋겠다는 의견을 제시했고, 음식 그림이 추가되면 수용성이 제고될 것으로 판단했다.

③ 번역 전략 간 수용성 차이

두 그룹 모두 특별히 선호하거나 기피하는 번역 전략은 없다고 답했다. 특정 번역 전략으로 인해 수용성이 영향을 받기보다는 위에서 언급한 바와 같이 음식의 재료와 조리법이 수용성에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났고, 번역 전략 자체는 수용성에 영향을 그다지 미치지 않는 것으로 조사되었다.

④ 의미 전달과 표현의 자연스러움 간 우선순위

1년 이상 그룹에서는 이 두 항목에 대해서 2명은 의미 전달을, 2명은 표현의 자연스러움을 더 중요하다고 보았고, 나머지 1명은 두 항목 모두 중요하다고 답하였다. 그에 반해 1년 미만 그룹은 1명만 표현의 자연스러움이 중요하

다고 한 반면, 나머지 3명은 모두 의미 전달이 중요하다고 답함으로써, 번역의 기본 방향에 있어서 1년 이상 그룹과 기본적인 차이를 보였다. 1년 미만 그룹은 토론에서 의미 전달의 중요성을 강조하면서, 음역할 경우 반드시 설명을 추가하는 방안을 제안하였다.

⑤ 음역 보완 전략

위에서 언급한 바와 같이 1년 미만 그룹이 설명 추가를 제안한 것과 마찬가지로, 1년 이상 그룹도 ‘음역 + 설명 추가’안을 제안하였다. 1년 이상 그룹은 대표적인 한식명은 음역 전략을 적용하는 것이 적당하되, 음식명이 짧아야 한다고 지적했다. 특히 해외 시장을 목표로 할 경우, ‘표현의 자연스러움’이 소비자의 입맛을 자극하는 데 더 중요한 요소가 될 것으로 보았다.

두 그룹 모두 비빔밥과 김밥이 익숙한 음식이기에 의미 전달과 표현의 자연스러움 항목에서 모두 높은 점수를 주었지만, 본인들과 같이 한국 문화와 음식에 익숙하지 않은 외국인의 경우 반드시 설명이나 사진 또는 그림을 추가해야만 해당 음식에 대한 수용성을 높일 것이라고 조언하였다. 추가 설명 내용으로는 음식의 재료와 조리법이 포함될 수 있는데, 조사 참여자들은 조리법보다 재료가 더 중요한 정보라고 하였다.

번역 제시 방법은 ‘음역(설명)’ 또는 ‘설명(음역)’이 있을 수 있다. 두 그룹 모두 이러한 표기법이 익숙하다고 했는데, 본국의 식당들에서 대부분 메뉴 작성을 그러한 방식으로 하기 때문이라고 하였다.

⑥ 대안 번역 및 기타 제안

심층 조사 참가자들이 제안한 대안 번역은 다음과 같다.

<표 5-5> 영어 심층 조사 참여자의 대안 번역

선정어휘		대안	설명
수용성 최상위 어휘	돼지고기볶음 (Stir-fried Pork)	Spicy stir-fried pork	'spicy' is a very important feature.
	너비아니 (Marinated Grilled Beef Slices)	Thinly sliced marinated grilled beef Marinated grilled beef	
	비빔밥(Bibimbap)	Mixed meat and	Vocal translation says

		vegetables with rice	nothing about the dish.
	김 치 말 이 국 수 (Kimchi Noodles)	Kimch noodle soup	
	초당순두부 (Chodang Soft Bean Curd)	Chodang (soft) tofu Soft tofu	
수 용 성 최 하 위 어휘	김(Laver)	Seaweed Dried seaweed paper Seasoned seaweed	
	탕국(Ancestral Ritual Soup)	Ceremonial beef and radish soup	Add some ingredients. Explain what is in the soup. Sounds too formal of a translation.
	김밥(Gimbap)	Rice roll Seaweed rice rolls	Notorious name. Vocal translation says nothing about the dish. Vegetable sushi(?)
	더덕구이(Grilled Deodeok)	Grilled deodeok root Grilled marinated roots Grilled root	Is it spicy? Sounds like a meat.
	오미자화채(Omija Punch)	Omija berry /fruit punch 5 flavor punch	

‘김’의 번역어가 상용어가 아니라는 점에 모든 참여자가 동의하면서 위 표에
서와 같은 번역 대안들을 제안하였다. 그리고 탕국의 번역어에 쓰인 ‘ritual’이
종교적 의미가 강하므로 ‘ceremonial’을 대안으로 제안하였고, 더덕, 오미자와
같은 음역의 경우 내용을 추측할 수 있는 용어를 추가하도록 권고하였다. 특기
할 만한 사항은, 참여자 모두 ‘두부’의 번역어로 ‘tofu’를 선호하였다는 점이
다. 중국식 두부가 그만큼 널리 인식되고 있다는 점을 잘 보여줄 뿐만 아니라,
한 참여자는 ‘curd’라는 용어가 ‘milk curd’를 연상시키면서 오히려 역한 느
낌을 준다고 지적하였다. 또한, 김밥의 음역에 대해 모든 참여자가 익숙한 음
식이기 때문에 의미 전달과 표현의 자연스러움에서 높은 점수를 주기는 하였
으나 한 참여자가 괄호에 기술한 내용(notorious name)은 유의할 필요가 있
는 것으로 본다. 즉, 음역만으로는 의미가 전달되지 않기 때문에 불편하다는
것으로 해석된다. 이 외에도 참여자들은 음식명에 ‘맛’, 특히 매운맛은 반드시
표기해 줄 것을 제안하였다. 매운 음식이 많지 않은 영어권 문화에서는 매운

음식을 예상치 않고 접할 때 크게 당황할 수 있다는 것이다.

심층 조사 참여자들이 제안한 번역 대안들은 기본적으로 직역이나 의미역의 전략에 음식 재료를 명시하는 방식인 것을 알 수 있다. 한 참여자는 혼합형 전략(의미역 + 음역)으로 두 언어가 섞여 있을 때 가장 혼돈스럽다고 답하였고, 특히 ‘Grilled Deodeok’은 ‘Grilled’라는 용어 때문에 육류 요리일 것으로 추측했다. 음식 이름들이 대부분 한 단어로만 번역될 수 없다는 점을 감안할 때, 유의할 지적 내용들이다. 그리고 음역에서 한국어의 로마자 표기에도 불편함을 표시하였다. 로마자 표기대로 읽으면 한글과는 다른 소리로 발화된다고 지적하였다.

2) 중국

(1) 방법

① 심층 조사 진행 방식

3장의 본조사 결과를 바탕으로 한식명 중국어 번역에 대한 각 번역 전략별 장단점과 수용도 제고를 위한 방안 모색을 위해 각 번역 전략별로 수용도 최상위 및 최하위 어휘를 선정하여 원어민을 대상으로 면접 조사를 하였다. 한국 거주 기간 1년 미만 조사 대상자와 1년 이상 조사 대상자에게 각각 어휘의 의미 및 표현에 대한 의견, 각 번역 전략 간 수용성 차이, 수용성 최상위 어휘와 최하위 어휘에 대한 의견, 한국과 중국의 음식명 차이, 원어민의 입장에서 원하는 번역안에 대한 의견 등을 청취하였다. 구체적인 문항은 아래와 같다.

첫째, 11개 번역안의 의미 전달과 표현의 자연스러움에 대한 의견은 어떠한가?

- 내용: 식당 메뉴판을 봤을 때라고 가정하고, 직관적 느낌을 질의

둘째, 번역 전략별 고수용성-저수용성 간 차이는 무엇인가?

- 내용: <표 5-6>을 제시하고, 각 전략별로 조사 대상자의 선호도에 차이가 나타나는 원인 및 본인의 의견 질의

셋째, 번역 전략 간 수용성 차이는 어떠한가?

- 내용: 각 번역 전략에 대한 응답자의 주관적 의견 질의. 어떠한 전략이 적용된 번역안이 본인에게 더 쉽게 이해되는 지 등.

넷째, 의미 전달과 표현의 자연스러움 간 우선순위는?

- 내용: 의미 전달과 표현 간 우선순위에 대해 주관적 의견을 묻고, 순위별로 배치해달라 요청. 순위 배치 결과에 대한 이유 질의.

다섯째, 한국과 중국의 음식명 기술 방법 차이는?

- 내용: 중국 음식의 일반적인 작명 구조와 특성을 질의하고, 한국 음식명과 비교 요청

여섯째, 번역 개선안 및 기타 의견이 있으면 제시해 달라.

- 내용: <표 5-6>에 제시된 번역안에 대해, 개선할 사항이나 새로운 번역안이 있는지, 구체적 방안 질의

② 심층 조사 대상 어휘

면접 조사 대상 어휘로 직역, 대응역, 의미역, 혼합형 번역 전략에 대해 수용성 최상위 어휘와 최하위 어휘를 선정하였으며, 중국어는 음역이 없어 대신 직역 어휘 수용성 차상위 및 차하위 어휘를 추가로 선정하여 총 11개 어휘(대응역은 수용성 최상위가 2개)를 조사에 활용하였다. 심층 조사 대상 어휘는 아래 <표 5-6>과 같다.

<표 5-6> 중국어 심층 조사 대상 어휘

번역 전략	수용성 최상위 번역안(의미/표현 %)	수용성 최하위 번역안(의미/표현 %)
직역	호박죽 南瓜粥(98.7/96.0)	탕평채 蕩平菜(46.7/51.3)
대응역	물만두 水餃(98.7/97.3)	산자 饊子油蜜果(60.7/67.3)
의미역	삼겹살 烤五花肉(96.7/98.0)	탕국 祭祀汤(40.0/48.7)
혼합형	각두기 萝卜块泡菜(96.7/94.7) 떡볶이 辣炒年糕(97.3/98.7)	막걸리 马格利酒(55.3/66.0)
직역(차상하위)	콩나물국 豆芽汤(97.3/96.7)	구절판 九折坂(46.7/55.3)

(2) 결과

총 10인의 조사 대상자들로부터 청취한 의견을 정리하여 아래 <표 5-7>에 정리하였다.

<표 5-7> 중국어 선정 어휘에 대한 면접자 의견

선정 어휘		의견
수용성 최상위 어휘	호박죽 南瓜粥	<ul style="list-style-type: none"> - 중국에도 호박죽이 있어 이해하기 쉽다. - 이해하기 쉽고 음식이 떠오를 수 있으나, 한국의 호박죽과 중국의 호박죽은 조리법이 다르다.
	떡볶이 炒年糕 물만두 水餃	<ul style="list-style-type: none"> - 쉽게 이해가 된다. - 떡볶이는 이미 중국에도 많이 알려진 음식이다. - 특히 ‘맵다(辣)’는 표현을 넣어 준 것이 좋다.
	삼겹살 烤五花肉	<ul style="list-style-type: none"> - 쉽게 이해되며, 중국에도 많이 알려진 음식이다. - ‘굽다(烤)’라는 의미가 포함되어 이해가 더 쉽다. - ‘삼겹살(五花肉)’만 있었다면 어떤 요리인지 의아해 할 수 있다. 중국어권에서 고기의 부위만 음식명으로 사용하는 경우는 드물다.
	깍두기 萝卜块泡菜	<ul style="list-style-type: none"> - 무가 들어간 김치가 쉽게 떠오른다. - ‘맵다’는 의미가 없어, 소금에 절인 무를 떠올릴 수도 있다.
	콩나물국 豆芽汤	<ul style="list-style-type: none"> - 맑은 탕이 연상된다. - 중국어권에서 콩나물로 국을 끓이지 않기 때문에 익숙하지는 않지만, 대략 어떠한 음식인지는 상상이 된다.
수용성 최하위 어휘	탕평채 蕩平菜	<ul style="list-style-type: none"> - 무슨 의미인지 모르겠다. - 전혀 음식이라는 생각이 들지 않고, 글자 자체도 중국어권에서는 음식명에 사용하지 않는 글자이다. - ‘菜’가 있어 음식일 것이라 추측되나, 어떤 음식인지 연상되지 않아 실제 음식점 메뉴라면 주문하지 않을 것 같다. - (탕평채에 대한 역사를 이야기해 주자) 배경 이야기가 있다면 나쁘지 않다. 하지만 설명은 필요하다. - ‘蕩平’이 전투적인 느낌이 들고, 중국에서도 잘 쓰지 않는 단어이다.
	산자 釀子油蜜果	<ul style="list-style-type: none"> - 설탕에 절인 말린 과일류가 연상된다.

		<ul style="list-style-type: none"> - ‘饅子’는 무슨 글자인지 모르겠다. - ‘饅子’라는 중국 소수 민족 음식이 있는데, 사진으로 보여준 한국의 ‘산자’와는 완전히 다르다. - ‘果’ 때문에 과일이라는 인상을 준다.
	탕국 祭祀汤	<ul style="list-style-type: none"> - 제사 때 올리는 국이라는 것은 알겠다. - 음식점 메뉴에 있다면 주문하지는 않겠다. - 중국에서는 제사에 올리는 음식은 먹지 않는다. - 음식명으로는 긍정적이지 않다.
	막걸리 马格利酒	<ul style="list-style-type: none"> - ‘酒’가 있어 술이라는 것은 알겠는데, 백색의 술이 떠오르지는 않는다. - ‘马格利’ 발음이 서양 술의 이미지를 준다. - ‘马格利’ 발음이 마음에 든다. - ‘马格利’가 몽고 지역의 발음 같아 쌀이나 곡물로 만든 백색의 술이 연상된다. - ‘马格利’를 상표로 인식할 가능성이 있다.
	구절판 九折坂	<ul style="list-style-type: none"> - 전혀 음식이라는 생각이 들지 않는다. - 너무 추상적이다. - 나무판, 지명, 악기, 무기 이름 같다.

① 조사 대상 어휘에 대한 전반적 평가

이상 <표 5-7>의 내용처럼 면접 참여자들은 본조사 결과와 동일하게 수용성이 높았던 어휘에 대해 긍정적인 평가를 했고, 수용성 최하위 어휘에 대해서는 전반적으로 난해하다는 반응을 보였다.

먼저 수용성 최상위 어휘에 대한 공통적 평가는 ‘어떤 음식인지 쉽게 연상된다’, ‘이해하기 쉽다’, ‘중국에도 많이 알려져 있다’ 등이었다. 다만 ‘호박죽’이나 ‘물만두’처럼 중국어권에도 동일한 명칭의 음식이 있는 경우, 두 음식 간의 차이가 있는지 확인하기도 했다. 특히 한국에서 1년 이상 거주한 경력이 있는 면접 참여자들은 ‘한국의 호박죽’과 ‘중국의 호박죽’ 차이를 지적하며, 만약 이 음식을 주문하고 실제로 받아 보았을 때 원어민의 기대에 부합되지 않을 수 있다고 설명하기도 했다. ‘깍두기’에 대해서는 대체로 긍정적인 평가를 했으나, 한국 거주 기간 1년 미만의 면접 참여자 중 한 명은 ‘맵다’거나 ‘고추’ 등의 표현이 없어 소금에 절인 무를 떠올릴 수 있다는 의견을 밝혔다. 중국에 고춧가루를 사용하지 않고 채소를 소금물에 절여 만드는 ‘泡菜’가 있기 때문이다.

반면 수용성 최하위 어휘에 대해서 한국 거주 기간 1년 미만/이상 면접 조사자 모두 ‘이해하기 어렵다’는 반응을 보였다. 그 중 가장 하위권으로 지적된 어휘는 ‘탕평채’와 ‘구절판’이었다. 이 두 어휘에 사용된 한자가 중국어권에서 음식명에 절대 사용하지 않는 글자인 것이 주된 원인이었다. ‘탕평채’는 그나마 ‘菜’라는 글자가 있어 음식이라고 추측은 가능하나, ‘구절판’은 음식이라기보다 지명이나 약기 이름, 금속 판자와 같은 물건이 떠오른다고 답했다. ‘산자’는 대부분의 면접 참여자들이 실제 ‘산자’와 동일한 이미지를 연상해내지 못했다. ‘餛飩’의 ‘餛’을 아예 읽지 못하는 응답자도 몇 있었고, 중국 소수 민족 음식 중에 ‘餛飩’이 있는데 이는 얇은 면을 여러 개 겹쳐 파배기처럼 튀긴 음식이기 때문이다. ‘果’도 문제가 되었는데, 말린 과일류를 연상시킨다는 반응이 가장 많았고 일부는 중국의 특정 전통 과자류를 언급하며 그것이 떠오른다는 응답도 있었다. ‘祭祀湯’에 대해서는 한국과 중국어권 문화 정서 차이가 크게 드러났는데, 중국어권에서 ‘祭祀’라는 말이 사용된 음식은 사람이 먹는 음식이 아니라는 인식이 있다고 한다. 수용성 최하위 어휘 중 가장 긍정적 평가를 받은 어휘는 ‘막걸리’였다. 다만 ‘马格利’ 발음이 한국적이지 않고 오히려 서양 언어권의 술이 떠오른다는 반응이 많았고, 술 상표로 인식될 수 있다는 답변도 있었다.

② 수용성 최상위 어휘와 최하위 어휘 간의 차이

면접 참여자들은 수용성 최상위 어휘는 번역 전략과 관계없이 모두 해당 음식의 조리법이나 재료가 노출되어 있기 때문에 한국에 대한 이해도가 낮은 외국인도 번역안을 통해 음식이 대략 어떠한 것인지 예측할 수 있다고 평가했다. 한국 문화에 익숙하지 않은 중국어권 사람이라면 새로운 음식에 두려움을 가지고 있을 것이다. 따라서, 그러한 상황에서 음식점의 메뉴판에 사진이나 기타 정보가 없이 음식명만으로 주문할 경우 재료나 조리법을 확인할 수 있는 음식을 선호할 가능성이 크다는 면접 참여자의 의견이 지배적이었다.

최하위 어휘에 대해 대부분 ‘음식명으로 어울리지 않는다’, ‘해당 음식과는 다른 음식이 연상된다’는 반응이 지배적이었는데, 이는 최하위 어휘 번역안에 음식 재료나 조리법이 드러나지 않기 때문이라고 했다.

③ 각 번역 전략별 수용성 차이

번역 전략에 대한 특별한 선호도는 드러나지 않았다. 면접 참여자들은 번역 전략에 대해, 상황에 맞게 적절한 방법을 선택하거나 혼합적으로 사용할 것을 제안했다.

④ 의미 전달과 표현 중 우선순위

면접 참여자들은 모두 의미 전달에 높은 우선순위를 두었다. 특히 한국에 대한 이해도가 낮거나 처음으로 한국을 방문하는 중국어권 수용자들에게 음식명은 의미 전달이 중요하다는 의견이 많았다. 낯선 지역에서 처음 접하는 음식에 대한 두려움을 인지하고, 최대한 음식을 예측할 수 있도록 번역해 주는 것이 외국인의 입장에서는 편리하다고 했다.

⑤ 한국과 중국의 음식명 기술 방법의 차이

중국어권은 자주 접하는 보편적 음식의 경우 조리법, 재료, 형태 등이 음식명에 포함된다. 다만, 특별한 ‘불도장(佛跳牆)’처럼 역사가 있는 음식이나 ‘어향육사(鱼香肉丝)’처럼 ‘어류’가 사용되지 않음에도 이름에 ‘고기 어(鱼)’자가 들어가기도 한다. 또한, 호텔이나 고급 레스토랑에서 음식명에 재료나 조리법 등이 전혀 드러나지 않는 명칭을 붙이기도 하는데(예를 들어 ‘蚂蚁上树’, ‘百年好合’ 등), 이는 요리를 고급스럽게 보이게 만들기 위해 사용하는 방법이라고 한다. 이밖에 중국은 음식명에 과장된 어휘를 붙이는 경우가 많다는 응답자도 있었다. ‘튀기다(炸)’ 대신 ‘폭발적으로 튀기다(爆炸)’를 붙이는 것이 그러한 예이다. 이에 비해 한국의 음식명은 비교적 단순하고 있는 그대로를 표현한다는 느낌이 강하다고 설명했다.

⑥ 번역에 대한 제안

조사 대상 어휘에 대한 의견 청취 후, 부정적인 의견이 나왔던 어휘들에 대한 대안이나 기타 건의 사항을 질의하였다. 그에 대한 면접 참여자들의 의견은 <표 5-8>과 같다.

<표 5-8> 중국어 대안 번역안 및 기타 의견

선정 어휘		의견
수용성	호박죽 南瓜粥	-

최상위 어휘	떡볶이 辣炒年糕	-
	물만두 水餃	-
	삼겹살 烤五花肉	-
	깍두기 萝卜块泡菜	-
수용성 최하위 어휘	콩나물국 豆芽汤	-
	탕평채 蕩平菜	- 설명을 덧붙임
	산자 饊子油蜜果	- 炸米果 - 炸米饼 - 蜂蜜炸米饼
	탕국 祭祀汤	- 祭祖汤 - 萝卜清汤 - 牛肉萝卜汤
	막걸리 马格利酒	- 马格利米酒 - 稻香米酒
	구절판 九折坂	- 九色拼盘 - 九色包菜 - 宫廷~ - 蔬菜彩虹盘 - 九彩拼盘

조사 대상 어휘 중 ‘탕평채’에 대한 대안 제시에는 면접 참여자 모두가 난색을 보였다. 한 면접 참여자는 ‘탕평채’를 그대로 사용하고 배경 이야기를 첨부한다 해도, 중국어권 수용자가 이 음식을 주문했을 때 실제 음식을 보고 실망할 수 있다고 밝혔다. ‘탕평채’에 사용되는 녹두묵이 중국의 ‘凉粉’과 유사한데, 이 음식은 길거리에서도 사 먹을 수 있는 저렴한 음식이기 때문이다. 따라서 재료가 드러날 수 있는 평범한 이름을 붙이거나 혹은 ‘탕평채’ 뒤에 음식 재료에 대한 설명을 짧게 붙여주는 것도 한 방법이라고 제언했다. 면접 참여자에게 가장 부정적인 의견이 나왔던 ‘구절판’의 경우 9가지 찬이 나온다는 사실을 드러낼 수 있도록 번역하는 것이 좋다는 의견이 많았다. 한편 ‘탕국’은 ‘제사’의 의미를 숨기고 사용된 재료가 나타나게 번역하는 것이 좋다는 지적이었고, 막걸리는 ‘쌀’이라는 의미를 추가하자는 대안이 많이 제시되었다.

3) 일본

(1) 방법

① 심층 조사 진행 방식

양적 조사인 실태 본조사 결과에 대한 신뢰성을 질적으로 확보하기 위해 그룹 면접(FGI, Focused Group Interview: 표적집단면접법)을 실시했다. 그룹 면접의 면담 대상자는 한국 거주 기간 1년 이상의 일본인 5명과 한국 거주 기간 1년 미만의 일본인 5명 등 총 2 그룹으로 선정했다. 본 보고서에서는 전자를 A그룹, 후자를 B그룹으로 칭하기로 한다. A그룹과 B그룹에 대한 그룹 면접은 그룹 면접은 시차를 두고 각각 2시간 동안 실시했고, 모든 진행 방식 및 질문 내용 등은 2 그룹 모두 동일 조건 하에서 이루어졌다. ‘한국 거주 기간’을 기준으로 조사 대상 그룹을 나눈 이유는 한식에 대한 수용자의 노출 빈도가 번역 수용성의 변수가 될 수 있을 것으로 판단했기 때문이다. 즉, 상대적으로 한식에 노출이 많이 된 면담 대상자(A그룹)와 노출이 덜 된 면담 대상자(B그룹) 간에 수용성 면에서 유의미한 차이를 드러낼 것으로 예상했다.

조사자는 한식명의 일본어 번역 수용성 조사를 위해 면담 대상자들에게 미리 준비한 질문을 하고, 패널들의 답변 및 토론을 유도했다. 인터뷰 내용은 패널들에게 미리 사전 양해를 구한 후 처음부터 끝까지 녹음하고 전사하는 방식으로 진행되었다.

② 심층 조사 대상 어휘

심층 조사에서는 실태 본조사에서 수용도가 최상위로 나온 어휘와 최하위로 나온 어휘를 중심으로 인터뷰를 했다.

다음 표는 조사 대상 어휘 항목을 정리한 내용이다.

<표 5-9> 일본어 심층 조사 대상 어휘 항목

번역 전략 분류 어휘	음역	직역	대응역	의미역	혼합형
수용성 최상위어휘	비빔밥 (ビビンバ)	김 (のり)	계란말이 (卵焼き)	쌈밥 (野菜包み ご飯)	배추김치 (白菜)

					キムチ)
의미/표현 수용도%	86.0/75.3	93.3/89.3	93.3 /92.7	78.7/80/0	95.3/88.7
수용성 최하어휘 ²³⁾	가래떡 (カレトク)	매작과 (梅雀菓)	다식 (らくがん)	신선로 (宮中鍋)	선짓국 (ソンジ スープ)
의미/표현 수용도%	8.0/16.7	14.0/22.7	72.0/74.0	36.0/54.0	25.3/12.0

상기 표와 같이 조사 대상 어휘는 번역 전략(음역, 직역, 대응역, 의미역, 혼합형)별로 최상위 어휘와 최하위 어휘를 한 세트로 묶어 인터뷰를 진행했다. 면담 대상자들에게는 동일 번역 전략 어휘 간의 수용성 차이를 비교할 수 있도록 하기 위해 동일 번역 전략 하의 수용성 최상위 어휘와 최하위 어휘를 순서대로 보여주고 질문과 토론을 유도했다. 예를 들면, 음역에 해당하는 수용성 최상위 어휘인 ‘비빔밥 (ビビンバ)’을 면담 대상자들에게 먼저 보여주고 준비된 질문을 한 후, 곧바로 같은 음역의 수용성 최하위 어휘인 ‘가래떡 (カレトク)’을 보여주고 질문과 토론을 진행하는 식이다. 수용성 최하위 어휘의 경우는, 번역어만 보았을 때 대체로 원어인 면담 대상자들이 해당 음식을 특정하지 못했다. 그러나 최대한 번역어 자체에 대한 수용성 조사에 초점을 맞추기 위해 번역어와 음식 사진을 동시에 보여주지 않고, 번역어를 먼저 보여주고 인터뷰를 한 후, 음식 사진을 보여주고 다시 인터뷰와 토론을 진행했다. 이렇게 총 10개의 한식명 일본어 번역에 대한 수용성 조사를 A그룹과 B그룹을 대상으로 실시했다.

③ 심층 조사 질문 내용

심층면접에서는 면담 대상자들에게 차례로 수용성 최상위 어휘와 최하위 어

23) 의미역과 혼합은 차하위 어휘이다. 그 이유는 최하위 어휘가 의미역이 ‘무지개떡’, 혼합이 ‘송편’으로 음역의 ‘가래떡’과 함께 모두 떡 종류로 편중되기 때문이다.

회에 대해 총 5단계에 걸쳐 질문을 심화시켜나가고, 그에 대한 답변을 듣고 토론을 유도했다. 그리고 인터뷰 말미에 조사 대상 한식명에 대한 바람직한 번역 방식을 제안해 주도록 요청했다. 구체적인 질문 내용을 순서대로 정리하면 다음과 같다.

1단계 질문: 개별 어휘 번역어에 대한 의미 및 표현 면에서의 수용성 질문

- 제시된 번역어에 대해 먼저 의미 전달 정도를 묻고 답변과 의견을 들은 후, 이어서 같은 번역어에 대해 표현의 자연스러움 정도에 대해 질문한다.

2단계 질문: 동일 번역 전략하의 수용성 상위어와 하위어에 대한 수용성 차이 질문

- 동일 번역 전략의 수용성 상위 어휘와 하위 어휘를 세트로 묶어 질문과 인터뷰를 구성하고, 실태 본조사 결과 동일 번역 전략을 사용한 번역어임에도 불구하고 수용성에서 큰 차이를 보인 이유에 대해 질문한다.

3단계 질문: 번역 전략 차이에 대한 수용성 질문

- 번역 전략(음역, 직역, 대응역, 의미역, 혼합형)의 수용성 차이를 조사하기 위해, 수용성 최상위 어휘끼리 세트로 묶고, 최하위 어휘끼리 세트로 묶어서 의미 전달 정도와 표현의 자연스러움 정도를 질문한다. 예를 들면, 최상위 어휘 중에서 어떤 번역어가 가장 알기 쉽고 표현이 자연스러운지, 그 이유는 무엇인지, 반대로 최하위 어휘 중에서 어떤 번역어가 가장 알기 어렵고 표현이 부자연스러운지, 그 이유는 무엇인지, 등의 질문을 한다.

4단계 질문: 번역어의 의미 대(對) 표현 수용성 관련 질문

- 일본어 원어민 수용자 입장에서 번역어의 의미 전달과 표현의 자연스러움 가운데 어느 쪽을 더 중시하는지 등의 질문을 한다.

5단계 질문: 한국과 일본에서의 한식명 번역어 표현 및 표기 차이에 대한 질문

- 면담 대상자 본인의 경험을 바탕으로 한식명 번역이 한국과 일본에서 다르게 표현되거나 표기되는 것이 있다면 어떤 것이 있는지 등을 질문한다.

6단계: 바람직한 번역 방식 제안 요청

- 수용도가 낮은 어휘(가래떡, 매작과, 신선로, 선짓국 번역)를 중심으로 원

어민 입장에서 어떻게 번역하면 좋을지 자유롭게 의견을 개진하도록 유도한다.

(2)결과

1단계 질문: 개별 어휘 번역어에 대한 의미 및 표현 면에서의 수용성 질문

- A그룹과 B그룹 모두 실태 본조사의 수용성 결과와 거의 일치하는 답변이 나왔다. 한국 거주 경험이 1년 이상인 일본인과 1년 미만인 일본인 모두 특정 음식명 번역어에 대해 수용성에 대한 긍정 응답률과 부정 응답률에서 거의 차이를 보이지 않았다. 이는 수용성 상위어(비빔밥, 김)는 A그룹과 B그룹을 막론하고 일본인들에게 전반적으로 익숙한 음식임을 보여주고, 반대로 수용성 하위어(매작과, 가래떡)는 A그룹과 B그룹을 막론하고 일본인들에게 전체적으로 익숙하지 않은 음식임을 다시 한 번 확인해 주는 결과이다.
- 1단계 인터뷰를 통해, 개별 음식별 번역어가 원어민 수용자에게 구체적으로 어떻게 심상화되는지, 수용성이 떨어지는 이유는 무엇인지 등을 파악할 수 있었다.

다음 표는 구체적으로 어떤 의견들이 나왔는지를 개괄하고 있다.

<표 5-10> 일본어 개별 음식명 번역어의 의미 및 표현에 대한 수용성 답변

개별 음식명 번역어	의미 전달 및 표현의 자연스러움	비고
비빔밥 (ビビンバ)	A그룹과 B그룹 모두 의미 전달이 잘 되고, 번역 표현이 자연스럽다고 응답.	‘ビビンバ’의 표기도 자연스럽다는 의견이 많았음.
가래떡 (カレトク)	A그룹과 B그룹 모두 번역어만 보았을 때 어떤 요리인지 전혀 알 수 없다는 의견이었음. 즉 의미 전달도 안되고, 표현도 자연스럽지 않다는 응답.	A그룹과 B그룹 모두 번역어만 보았을 때 유사발음으로 인해 ‘카레’로 만든 요리를 연상하거나 B그룹의 일부에서는 ‘カレ(남자친구)’와 관련된 어휘가 연상된다는 응답이 있었음.
김 (のり)	A그룹과 B그룹 모두 번역어만으로 의미 전달이 되고, 표현도 비교적 자연스러운 편이라고 응답.	일본에서의 ‘김’은 한국처럼 조미김이 아니기 때문에, 한국의 조미김을 표현하기 위해서는

		‘味付け海苔’등의 표현이 적절하다는 의견도 있었음.
매작과 (梅雀菓)	A그룹과 B그룹 모두 과자의 종류일 것이라는 짐작은 되지만, 구체적으로 어떤 재료와 조리법이 사용되었는지 연상이 되지 않는다는 답변이 많았음. 즉, 의미 전달이 잘 되지 않고, 표현도 자연스럽지 못하다는 반응이 지배적이었음. 한국 문화에 비교적 친숙한 A그룹에서는 일부 사진을 보고 음식명을 특정하기도 함.	한자어를 보고 ‘매실’이 들어간 전통 과자가 연상된다는 응답이 많았음.
계란말이 (卵焼き)	A그룹과 B그룹 모두 일본에서 일상적으로 먹고 있는 음식을 대응시킨 번역어인 만큼 의미 전달이 잘 되고 표현도 부자연스럽지 않다는 응답이었음.	다만, 일본의 ‘卵焼き’는 한국의 ‘계란말이’와 식재료에서 약간의 차이를 보인다는 지적이 많았음. 예를 들면, 한국에서는 소금 간을 하지만, 일본에서는 설탕이나 식초 간을 하는 경우가 많아서 한국의 ‘계란말이’를 일본의 ‘卵焼き’로 대응시키는 데는 약간의 저항감이 있음.
다식 (らくがん)	A그룹과 B그룹 모두 일본의 ‘らくがん’ 자체에 대해 생소함을 나타냄. 사진을 보고 난 후에도 어떠한 음식인지를 연상하기 어렵다는 응답이 많았음. 일본인 가운데 ‘らくがん’을 아는 사람이라면 의미 전달이 될 테지만, ‘らくがん’ 자체를 모르는 일본인이라면 처음부터 의미 전달을 기대하기 어려울 것이라는 의견이 많았음.	‘落雁’이라는 한자어 표기가 훨씬 이해하기 쉽다는 의견이 A그룹에서 많이 나옴.
쌈밥 (野菜包みご飯)	A그룹과 B그룹 모두 의미 전달이 비교적 잘 되고, 표현도 부자연스럽지 않다는 답변. 대체로 어떤 음식인지 이미지화 가능.	야채가 포괄적인 상위어이기 때문에 어떤 야채인지 특정하기 어렵고, 야채가 김밥처럼 밥 속에 싸여 있다는 뜻인지, 아예 야채로 밥을 싸서 찐 요리가 나

		온다는 것인지 번역어만 보면 알 수 없다는 의견이 지배적이었음.
신선로 (宮中鍋)	A그룹과 B그룹 모두 옛날 궁중에서 먹던 고급요리라는 이미지가 떠오른다는 답변이 많았음. 그러나 번역어만으로는 의미 전달이 어렵고 표현도 부자연스럽다는 응답이 많았음.	‘宮中’은 고급스럽고 상류 이미지가 있지만 ‘鍋’는 서민적인 이미지가 있기 때문에 번역어의 조합이 모순된 느낌이라는 의견도 있었음.
배추김치 (白菜キムチ)	A그룹과 B그룹 모두 의미 전달이 잘 되고, 표현도 부자연스럽지 않다는 응답이 많았음.	일본에서의 ‘キムチ’는 당연히 ‘배추김치’를 가리키기 때문에 ‘白菜キムチ’라는 표현은 어색하다는 의견이 많았음.
선짓국 (ソンスープ)	A그룹과 B그룹 모두 의미 전달이 안 되고, 표현도 부자연스럽다는 응답이 많았음.	번역어만 보았을 때 ‘ソンジ’라는 이름의 인물이 만든 ‘국’으로 이미지화 된다는 의견도 일부 있었음. 일본인은 모험을 싫어하기 때문에 다소 표현이 길어지더라도 식재료에 대한 설명이 추가되는 번역어를 선호한다는 의견이 많았음.

2단계 질문: 동일 번역 전략 하의 수용성 상위어와 하위어에 대한 수용성 차이 질문

- 패널들에게 동일 번역 전략을 적용한 수용성 상위어에 대한 질문을 먼저 하고 답변을 들은 후, 이어서 수용성 하위어에 대해 질문을 하고 답변을 듣는 형태로 2단계 질문을 진행했다. 2단계 질문은 동일한 전략으로 번역이 이루어졌음에도 불구하고 수용성 차이가 크게 발생하는 이유를 추적하기 위해 실시되었다.
- 2단계 질문은 하기 <표 5-8>과 같이 동일 번역 전략의 수용성 상위어와 하위어를 한 세트로 묶어서 진행했다.

<표 5-11> 동일 번역 전략의 수용성 상위어와 하위어 분류

수용성 분류	수용성 상위어	수용성 하위어
--------	---------	---------

번역 전략		
음역	비빔밥 (ビビンバ)	가래떡 (カレトク)
직역	김 (のり)	매작과 (梅雀菓)
대응역	계란말이 (卵焼き)	다식 (らくがん)
의미역	쌈밥 (野菜包みご飯)	신선로 (宮中鍋)
혼합형	배추김치 (白菜キムチ)	선짓국 (ソンジスープ)

- 2단계 질문에 대한 답변을 정리해보면 원천텍스트에 해당하는 한식명에 대한 익숙함 정도가 일본어 번역 수용성에 큰 영향을 미친다는 쪽으로 결론이 모아졌다. 예를 들어, 가장 수용성이 떨어질 수 있는 번역 전략인 음역의 경우, ‘비빔밥(ビビンバ)’은 일본에서도 친숙한 음식이기 때문에 원천텍스트의 ‘음’(音) 자체가 일본 문화에서 정착되었다는 것이다. 반면, ‘가래떡(カレトク)’과 같이 일본인에게 생소한 음식을 수용성이 가장 떨어지는 번역 전략인 음역으로 번역하게 되면 의미 전달이 원천적으로 차단된다는 것이다. 직역의 ‘김(のり)’과 ‘매작과(梅雀菓)’ 역시 일본인에게 익숙한 음식이나 여부에 따라 수용성이 달라질 수 있다. 따라서, 수용성 상위어(비빔밥, 김, 계란말이, 쌈밥, 배추김치)는 모두 일본인들에게 비교적 익숙한 음식들이고, 수용성 하위어(가래떡, 매작과, 다식, 신선로, 선짓국)는 모두 일본인들에게 생소하고 낯선 음식들이라고 할 수 있다. 2단계 질문은, 우리에게 수용문화와 수용자들의 친숙함 정도를 고려해 음식명의 번역 전략을 세워야 함을 시사해 주고 있다.

3단계 질문: 번역 전략 차이에 대한 수용성 질문

- 3단계 질문은 번역 전략 차이에 따른 수용성 양상을 살펴보기 위해 조사 대상 어휘를 크게 수용성 상위어 그룹과 수용성 하위어 그룹으로 나눠서 질문을 진행했다. 구체적으로 수용성 상위어 그룹 가운데 어떤 번역 전략의 번역어가 가장 수용성이 높은지, 그리고 수용성 하위 그룹 가운데 어떤 번역 전략의 번역어가 가장 수용성이 낮은지를 살펴보았다.

질문 대상 번역어의 범주화는 다음 표와 같다.

<표 5-12> 수용성 정도에 따른 음식명 번역어 분류

수용성 상위어 그룹	수용성 하위어 그룹
음역: 비빔밥 (ビビンバ)	음역: 가래떡 (カレトク)
직역: 김 (のり)	직역: 매작과 (梅雀菓)
대응역: 계란말이 (卵焼き)	대응역: 다식 (らくがん)
의미역: 찜밥 (野菜包みご飯)	의미역: 신선로 (宮中鍋)
혼합형: 배추김치 (白菜キムチ)	혼합: 선짓국 (ソンジスープ)

- 수용성 상위어 그룹에서는 음역인 ‘비빔밥 (ビビンバ)’이 의미와 표현 모두에서 가장 높은 수용성을 보였다. 수용문화에서 익숙하지 않은 ‘찜밥 (野菜包みご飯)’을 제외하고 골고루 높은 수용성을 나타냈다. 다만, 표현 면에서는 <표 5-10>의 비교에서 보여주는 것처럼 좀 더 세밀하고 섬세한 번역 전략이 필요함을 시사하고 있다. 수용성 하위 그룹에서는 음역인 ‘가래떡 (カレトク)’이 가장 낮은 수용성을 보였다. 가래떡이 한국의 전통 음식이기 때문에 한국 문화 발신적인 측면에서 음역을 사용하고 있는데, 일본 문화에서 전혀 수용되고 있지 못한 현실을 보여주고 있다. 따라서 음역은 한국 문화의 발신적인 측면도 고려해서 채택하되, 수용성 최하위 어휘들에 대해서는 신중하게 사용할 필요가 있음을 3단계 질문은 시사하고 있다.

4단계 질문: 번역어의 의미 vs 표현 수용성 관련 질문

- A그룹과 B그룹 모두 번역어의 표현보다는 의미를 중시하고 있다고 답했다. 일본 문화에서는 새로운 음식에 대한 모험을 꺼리기 때문에 다소 표현이 길고 설명이 많더라도 식재료와 조리 방법에 대한 설명이 포함된 번역어를 선호하고 있음을 알 수가 있다. 다시 말해, 일본 문화에서는 의미 전달이 되지 않는 음식에 대해서는 번역어의 표현이 아무리 자연스럽더라도 진정한 의미의 수용도가 높다고 볼 수 없다. 특히 ‘선짓국 (ソンジスープ)’과 같이 식재료가 다소 혐오스러울 수 있는 음식의 경우에는 식재료 등에 대한 설명이 포함된 번역 전략을 사용하는 것이 바람직할 것이다.

5단계 질문: 한국과 일본에서의 한식명 번역어 표현 및 표기 차이에 대

한 질문

-깍두기, 호떡, 홍차, 삼겹살, 막걸리 등의 음역 표기가 일본에서도 통일되어 있지 않다는 의견이 다수 나왔다. 일본 내에서 제각각 이루어지고 있는 한식명에 대한 가타카나 표기의 통일성 부재로 인한 일본인들의 혼란으로 보인다. 국립국어원이 현재 교육부의 국어의 가나 문자 표기법에 따라 표기하고 있는 한식명에 대한 가타카나 표기는 앞으로 일본 내 한식명 가타카나 표기 정착에 크게 기여할 것으로 보인다.

5.2. 표준 번역안 개선 방안

5.2.1. 영어

실태 본조사에서 한식명 번역의 의미(음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다)와 표현(음식명 표현이 영어로 자연스럽다)에 대한 수용성의 평균으로 번역 전략별 독자 수용성을 조사한 결과, 영어권에서는 직역된 한식명이 의미 전달과 표현, 모두에서 가장 높은 수용도를 나타내었고, 의미역도 수용도가 높은 편이었다. 반면에, 음역된 음식명의 수용도는 약 20% 정도로 번역 전략 중 가장 낮은 수용성을 보였다. 이는 한식의 국제화와 함께 한국어에 대한 해외 인지도를 높이하고자 하는 시도에 대해 중요한 의미를 갖는 결과이다.

구체적인 예로서, 영어권에서 ‘감자탕’, ‘곰탕’, ‘짬밥’, ‘떡국’, ‘보쌈’ 등의 한식명은 의미역으로 번역되어 높은 수용성을 보인 반면, 음역으로 번역된 ‘김밥’, ‘불고기’, ‘비빔밥’ 등은 매우 낮은 수용성을 보였다. 목표 문화권에서 생소한 음식의 경우 의미역이 음역보다 더 효과적인 것으로 해석할 수 있다. ‘빈대떡’과 같이 직역된 경우 수용성이 의미역만큼 높지는 않았지만 비교적 높은 편이었으나, ‘의미역+음역’의 혼합형 전략으로 번역된 ‘더덕구이’와 같은 한식명들은 수용성이 낮았다.

이러한 실태 본조사 결과에 대한 이유를 심층 조사에서 밝힐 수 있었다. 한국 거주 기간이 1년 이상인 참여자들은 번역어 평가에서 ‘의미’와 ‘음역’에 비교적 높은 점수를 부여한 반면, 표현의 자연스러움에는 상대적으로 낮은 점수

를 주었다. 이러한 반응은 참여자들의 한국 문화에 대한 적응도를 반영하는 것으로 판단되는데, 이 그룹은 표현에서 한국 거주 경험을 바탕으로 한국어의 의미를 더 정확하게 옮길 수 있는 표현을 모색하였다.

한국 거주 기간이 1년 미만인 참여자들은 대조적인 반응을 보였다. 즉, ‘의미’와 ‘음역’에 비교적 낮은 점수를 부여한 반면, 오히려 표현의 자연스러움에는 비교적 높은 점수를 준 것이다. 다시 말해서, 번역어의 의미가 정확하게 전달되지 않으면 만족하지 못하는 반면, 표현의 자연스러움에 대해서는 의미 파악만 되면 자연스럽다고 보는 등, 상당히 너그럽게 평가하는 경향을 보였다. 1년 미만 그룹의 이러한 반응은 그들의 한국 문화 적응도가 상대적으로 낮음을 반영할 뿐만 아니라, 실태 본조사에서 응답한 해외 원어민들과 매우 유사하다는 점을 주목할 필요가 있다.

실태 본조사 및 심층 조사 결과를 한식명이 실제로 활용될 현장에 적용해 본다면, 우선 한국을 찾는 관광객과 방문객을 대상으로 할 경우, 한국 문화와 음식에 관심도가 높으면서 한국 문화 적응도는 낮으므로 심층 조사 대상 중 1년 미만 그룹의 반응이 번역 전략과 방향 설정 기준으로 적합할 것이다. 즉, 의미 전달을 더 중시하는 직역, 의미역 번역 전략을 채택하고, 음식 재료를 포함하여 음식 내용을 예측, 유추할 수 있도록 도움을 주는 번역이 바람직할 것이다.

한식의 세계화를 위해 해외 시장 공략을 목표로 할 경우, 기본적으로는 의미역과 직역을 주로 적용하되, 외국인을 대상으로 한식 인식 조사를 하여 대표적인 한국 음식을 선정하고, ‘음역+(간단한 설명)’ 또는 ‘간단한 기술+(음역)’ 전략을 채택하여 한국어, 한국 문화 홍보 전략으로 확대할 수 있을 것이다.

5.2.2. 중국어

실태 본조사 결과를 토대로 수용성 최상위 및 최하위 어휘를 번역 전략별로 선정하여 국내에 체류하고 있는 원어민을 대상으로 심층 조사를 실시한 결과, 실태 본조사 결과와 유사한 경향을 보였다. 수용성 최상위 어휘에 대해서는 대부분 ‘이해가 쉽다’, ‘어떤 음식인지 예상이 된다’ 등의 반응을 보였으며, 수용성 최하위 어휘에 대해서는 ‘전혀 예측이 안 된다’, ‘음식명이 아닌 것 같다’

등과 같이 부정적 의견이 지배적이었다. 이 같은 반응은 1년 미만 거주자와 1년 이상 거주자 모두에게서 공통으로 나타났다.

긍정적 반응을 보인 어휘들은 ‘만두’나 ‘호박죽’처럼 중국어권에 이미 존재하여 보편적으로 알려진 음식이거나 ‘떡볶이’, ‘삼겹살’ 등 한국 드라마 등의 영향으로 이미 널리 보급된 음식들이었다. 다만, ‘호박죽’처럼 중국어권에 동일한 음식이 있더라도 조리법에 차이가 있는 경우, 이를 차별화해 줄 필요성이 있다.

한편, 부정적 반응을 보인 어휘들은 다음 세 가지 경우로 요약해볼 수 있다.

첫째, 번역안에 중국어권에서 음식명에 금기시되거나 잘 사용하지 않는 글자가 포함된 경우이다.

‘탕국’의 경우, 1년 미만 거주자들은 모두 만약 음식점 메뉴에 있다면 주문하지 않겠다는 응답을 했고, 1년 이상 거주자들 중 4명도 동일한 반응을 보였다. 면접 참여자들이 ‘중국에서는 제사 음식을 사람이 먹지 않는다’고 지적한 사실을 염두에 둘 필요가 있다. 또한, ‘구절판’의 ‘판(坂)’은 모든 면접 참여자들이 중국에서는 음식에 이 글자를 사용하지 않는다고 지적했다.

문화적 차이로 인해 특정 단어를 음식명에 사용하지 않을 수 있다는 사실을 인지하고, 해당 문화권에서 음식에 금기시되는 표현을 번역안 선정 시 반영할 필요가 있다.

둘째, 한식 번역안이 중국어권에 이미 있는 음식명이나, 그 조리법 및 형태, 맛 등이 완전히 달라 오해를 유발할 수 있는 경우이다.

‘산자’가 대표적인 예인데, ‘饊子’나 ‘油蜜果’ 모두 중국어권에서 음식명으로 사용되고 있으나 한국의 ‘산자’와는 전혀 다른 음식이라 오해를 불러올 수 있다. 이러한 오류는 중국어권 음식에 대한 이해와 조사 부족에서 기인한 현상으로, 번역 대상 언어권의 식문화에 대한 이해가 매우 중요함을 시사한다.

셋째, 음역이 적절하지 않은 경우이다.

‘막걸리’의 음역에 대해 면접 참여자 10명 모두가 브랜드명처럼 들린다고 답했고, 이 중 9명은 ‘막걸리’ 음역이 위스키 같은 서양술 브랜드의 느낌을 준다고 했다. 중국어는 음역할 때 한자가 갖는 뜻도 함께 고려하는 경우가 많은데, ‘막걸리’ 음역은 한국어 발음만을 모방하여 조어한 결과 이 부분이 반영되지

못한 것으로 보인다. 면접 참여자들의 위와 같은 의견은 향후 번역안에 음역을 적용할 때 주목해야 할 사항이다.

한국에 익숙하지 않은 외국인들이 한식을 처음 접할 때 ‘두려움’을 갖게 마련이다. 본조사 결과와 심층 조사 결과에서 알 수 있듯, 직역, 대응역, 의미역 등을 적절히 선택 혹은 조합하여 해당 언어권 외국인에게 한식에 대한 정보를 최대한 제공하고 친숙함을 느낄 수 있도록 번역안을 마련해야 할 것이다. 특히, 기존에 해당 언어권에 있는 음식명을 차용할 경우, 한식의 차별성을 드러낼 수 있는 설명 혹은 어휘를 첨가하는 방안도 고려할 만하다. ‘음역(설명)’의 방식이나, 한자를 그대로 사용한 경우는 ‘직역(재료나 조리법 추가)’ 등의 방법을 적용하면 낯선 음식명에 대한 거부감도 줄이고, 외국인이 한식을 접하는 데 편리성도 더해줄 수 있을 것이다.

5.2.3. 일본어

실태 본조사를 바탕으로 실시한 심층 조사를 통해 우리는 다음과 같은 번역 개선 방안을 정리해 볼 수 있다.

첫째, 실태 본조사와 심층 조사를 통해 일본인에게 노출 빈도가 높거나 익숙한 음식에 대해서는 거의 모든 번역 전략에 있어서 높은 수용성을 보이고 있음이 확인되었다. 번역 전략 가운데 특히 음역은 수용성이 가장 떨어지는 번역 전략이지만 발신 문화가 수용자 문화에서 이국적인 요소를 전혀 훼손하지 않고 전달될 수 있는 유일한 번역 전략이기도 하다. 따라서, 일본인에게 익숙한 한국 음식에 대해서는 한국 문화의 발신 측면에서 되도록 음역을 사용하는 것이 바람직하다. 다만, 음역을 가타카나로 표기하는 과정에서 일본 내에서도 혼선이 존재한다. 예를 들면, 심층 조사 토론 과정에서도 지적됐듯이 비빔밥의 ‘ビビンバ’와 ‘ビビンパ’, 막걸리의 ‘マッコリ’, ‘マッカリ’, ‘マッコルリ’ 등의 표기법 혼재가 지적되었다. 한편, 가래떡(カレトク)에 대해서는 심층 조사에서 ‘トク’(떡)를 ‘トック’라고 표기했다면 적어도 상기 음식이 ‘떡’의 한 종류라는 생각했을 것이라는 면담 대상자들의 답변도 있었다. 이렇듯, 한국 음식명에 대한 가타카나 표기에 대해서는 일본인들 사이에서도 인식의 차이를 보이기도 하고, 일부 한국의 표준 가타카나 표기법에 대해 익숙하지 않다는 반응도 확인되었다. 그러나, 한국 음식에 대한 음역 표기는 한국이 발신자인 만큼 국립국

어원 등, 한국 주도로 통일시켜 나갈 필요가 있다. 현재와 마찬가지로 교육부의 가타카나 표기법을 따르면서 시간을 두고 일본 내에서의 정착을 유도하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

둘째, 심층 조사를 통해 일본 문화에서는 표현의 자연스러움보다는 의미 전달을 중시하는 것으로 나타났다. 그렇다면 의미에 대한 설명이 전혀 없는 음역은 되도록 일본인에게 친숙한 음식을 대상으로 하고, 일본인에게 생소한 음식에 대해서는 의미를 풀어서 설명해 줄 수 있는 의미역이나 혼합형 전략으로 가는 것이 번역의 수용성을 높이는 방안이 될 수 있다. 다만, 한국의 전통 음식에 대해서는 다소 수용성이 희생되더라도 한국 문화의 발신적인 측면에서 음역을 기본 방향으로 설정하는 것이 중요하다. 이번 조사에서 수용성 하위어로 분류된 어휘들을 보면, 일본인들 대부분이 접해본 적이 거의 없는 음식들이다. 특히 음역의 수용성 하위어로 분류된 ‘구절판(クジールパン)’, ‘수정과(スジョングァ)’, ‘가래떡(カレトク)’ 등은 대중성이 상대적으로 떨어지지만 음역 전략을 선택한 대표적인 음식들이다. 이러한 전통 음식에 대해서는 상술한 바와 같이 되도록 음역을 번역의 기본 전략으로 삼되, 가래떡과 같이 수용성이 10% 미만으로 조사된 어휘에 한해서는 음역 이외의 의미역(예: お米粉で作った棒状の伝統餅)이나 혼합형 전략(예: カレトク (伝統餅))으로 가는 것이 바람직할 것으로 보인다. 번역은 결국 의사소통 행위이다. 가래떡과 같은 수용성 최하위어의 경우에는 우선 그 음식이 어떤 재료로, 어떻게 만들어졌는지를 설명해 주고, 순차적으로 일본 문화에서 수용성을 확보하게 되면, 음역을 해주는 방법도 하나의 대안이 될 수 있을 것이다.

이렇게 의미 전달을 중시하는 문화에서는 직역 역시 신중하게 선택해야 할 번역 전략이다. 자칫 직역은 한국 음식의 부분적인 의미밖에 전달하지 못하게 되거나(예: 김(のり)), 한자역을 하면서 식재료와 조리법 등을 전혀 파악할 수 없게 만들 수 있다(예: 매작과 (梅雀菓)). 전자는 일본의 간을 하지 않은 김과 구분할 수 있도록 ‘味付け海苔’로, 후자는 식재료와 음식의 종류를 알 수 있도록 ‘生姜、シナモン風味の伝統菓子’ 등으로 번역하는 것이 수용성 측면에서 효과적인 번역 전략이 될 수 있다.

대응역은 수용성 문화를 바탕으로 한 번역 전략인 만큼 수용성 하위어조차 70% 이상의 수용도를 기록한다. 따라서 수용성 측면에서는 대응역이 문제가

되지 않으나 일본인들이 의미 전달을 중시한다는 점을 감안해 볼 때 좀 더 구체적인 설명을 덧붙여주는 번역 전략도 제안해 볼 수 있다. 예를 들면 ‘계란말이(卵焼き)’를 ‘계란말이(塩味の卵焼き)’ 등으로 번역해 준다면 수용성을 더 높일 수 있다. 의미역은 혼합형과 함께 의미 전달을 하는 데는 가장 적합한 번역 전략이다. 다만, 이 두 번역 전략은 번역자의 주관에 따라 설명 방식이나 단어 길이 등이 달라질 수 있기(예: 신선로 (宮中鍋), 쌈밥 (野菜包みご飯)) 때문에 수용성과 가독성을 확보하는 번역어 선택이 어려울 수 있다. 심층 조사 면담 대상자들은 ‘신선로 (宮中鍋)’와 같은 번역어는 ‘신선로(宮廷式鍋)’로 번역해 주는 것이 수용성이 훨씬 높다고 설명한다. 음식명을 포함한 문화어에 대한 번역은 하나의 문화를 또 다른 문화 속으로 옮기는 작업인 만큼 번역투에 가까운 의미 설명은 수용성을 훼손시킨다. 따라서 의미역이나 혼역을 할 때는 과거의 번역 등을 꼼꼼히 살펴보고 간결하면서도 의미 전달에 문제가 없는 방식으로 번역을 하기 위해 늘 노력할 필요가 있다.

6. 주요 한식명 표준 번역안 홍보 방안 및 활용 지침 제안

우리나라의 음식은 5,000년의 역사와 문화가 고스란히 담긴 우리 고유의 문화 콘텐츠이다. 외국인들에게 우리 전통 문화의 특색을 알릴 수 있고, 깊이 있는 한국 문화에 대한 이미지를 심어주고, 이를 홍보할 수 있는 방안이 매우 중요하다. 이를 위해 먼저 선결되어야 하는 것은 한식명 표준 번역안이라고 생각된다.

한식명을 외국어로 혹은 외국어 메뉴를 한국어로 번역하는 데에서는 아직까지 이렇다 할 규범과 규칙이 체계 있게 정해진 상태가 아니라 번역자의 선택에 따라 쓰이는 경우가 많다. 이런 문제들을 개선하기 위해서는 우선 음식 메뉴 텍스트의 유형과 기능, 그에 따른 번역 목적과 음식 메뉴의 기본적인 특징을 파악하고 그 특징에 부합되는 번역 방법들을 찾아 표준 번역안(번역 전략)을 만들어 홍보하며 향후 새로이 나오는 음식 메뉴 번역에도 번역안(번역 전략)이 활용되어야 한다. 따라서 언어별로 한식 메뉴 번역 전략 기준을 세우고 이러한 번역 전략을 기준으로 기존에 번역되어 있는 한식 메뉴 번역 오류를 살펴 수정하고, 앞으로 새로운 한식 메뉴를 언어별로 번역하는 데 번역 지침으로 활용되어야 한다. 이러한 번역 지침은 2018년 평창 동계올림픽에 대비한 활용뿐만 아니라 동계올림픽 이후에도 지자체, 관공서와 같은 공공 부문을 비롯하여 일반 식당 등 민간 부문까지 한식명 번역 가이드라인을 활용할 수 있도록 해야 한다. 또한 한식을 접할 원어민들을 대상으로 지속적인 홍보와 계도가 필요할 것으로 사료된다. 이를 위한 방안으로 다음과 같은 내용을 제안하고자 한다.

6.1. 주요 한식명 표준 번역안 검색 시스템 구축 및 운영

유럽연합이나 캐나다, 중국과 일본 등 공공번역이 잘 이루어지고 있는 해외사례의 경우 모두 공공번역의 수준을 높이기 위한 전문용어집이나 전문용어 데이터베이스를 정부 주도로 구축한 다음, 정부 기관은 물론 일반 대중에게도 무료로 접근 및 사용이 가능하도록 제공하고 있다. 이렇게 되면 공공번역 이외에 민간부문에서 이루어지는 번역에 대해서도 용어의 통일 및 일관성 유지가 자연스럽게 가능해진다.

주요 한식명 역시 표준 번역안 마련에만 그칠 것이 아니라 표준 번역안이 널

리 쓰이도록 하는 것이 중요하다. 국립국어원 공공언어통합지원 누리집에서 주요 한식명 표준 번역안을 일반인들이 검색해볼 수 있으므로, 이러한 서비스를 널리 알리도록 한다. 또한, 공공 기관 누리집을 통해 링크를 걸어 한식명 표준 번역안 검색이 가능하다는 사실을 널리 홍보한다.

6.2. 한식명 맞춤 번역 전략 수립

번역에서 ‘기능’이란 원문이나 번역문이 가지는 ‘기능’을 뜻한다. 이 의도된 기능이 번역문에서 재현되도록 하는 것이 번역 작업이며, 이는 커뮤니케이션을 위한 행위이기도 하다. 번역은 원문의 형태가 아니라 메시지(message) 또는 의미(meaning)를 재생산(reproduce) 하는 것이며, 번역은 일치(identity)가 아니라 등가성(equivalence)을 기준으로 한다. 그리고 이 등가성은 원문과 번역문의 수용자(receptor)가 메시지를 이해하는 방식에 초점을 맞추어 두 텍스트에 대한 독자 반응의 동등성을 추구한다.

음식 메뉴는 하나의 완전한 독립된 텍스트로 정보를 제공하는 정보형 텍스트 유형에 가깝다. 정보형 텍스트 유형은 기술적이고(explanatory) 지시적(referential) 내용의 전달이 매우 중요하다. 뿐만 아니라, 쉽고(easy to understand), 간결하고(simple), 명료(clear)해야 한다. 음식 메뉴 번역 기능의 핵심은 음식을 선택하고 이용하는 이용자에게 실질적인 정보를 제공하여 정보를 한눈에 파악할 수 있게 하고 식용을 자극하는 데 목적이 있다. 따라서 외국인들의 문화적 상황과 문화적 상황을 고려하여 외국인들이 받아들일 수 있는 번역 전략을 세워 번역 목적을 달성해야 한다.

6.3. 국내외 식당 메뉴판 개선 사업 실시

현재 우리나라의 각 시군구 광고물 부서에서는 간판 개선 사업이라고 하여 일정 지역을 정하여 해당 지역 내 업소의 불법 광고물을 정비하고 대신 일정 한도 내 금액에 상당하는 간판으로 지원해 주는 사업을 시행하고 있다. 평창군에서도 평창동계올림픽에 대비해 노후 불량 간판을 친환경적인 디자인 간판으로 교체 지원하는 ‘굿디자인 간판 지원 사업’을 추진하고 있다. 굿디자인 간판 사업은 도심

미관을 저해하는 노후 간판을 친환경적이고 아름다운 디자인 간판으로 교체 설치하는 사업으로, 평창군은 총사업비 5천만 원을 들여 24개 업소를 선정, 신규는 상한선 125만원(자부담 50%), 교체는 상한선 250만원(자부담 10%) 조건으로 선착순 신청 접수를 받는다.

이와 같은 간판 개선 사업 또는 간판 지원 사업과 마찬가지로 메뉴판 개선 사업 실시를 제안한다. 평창동계올림픽 지역을 시작으로, 번역안이 표기되어 있지 않은 식당 메뉴판을 사용하는 식당을 대상으로 번역안을 포함하는 새로운 메뉴판을 제작해 주는 지원 사업을 실시하는 것이다. 간판 제작과 달리 메뉴판 제작은 비용이 많이 들지 않기 때문에 지원 대상 식당 수를 훨씬 늘릴 수 있을 것으로 보인다.

한편, 한식 세계화의 전방에 있는 식당은 해외의 한국 식당이라고 할 수 있다. 해외에 위치한 한국 식당에서 한식명 표준 번역안을 활용해야 외국인에게 표준 번역안을 널리 알릴 수 있다. 추후에는 해외 한국 식당의 메뉴 번역 현황을 조사하는 한편, 해외문화홍보원 및 대사관 등을 통해 해외 한국 식당을 대상으로 메뉴판 개선 사업을 할 것을 제안한다. 일차적으로 한식진흥원에서 발간하는 「KOREAN RESTAURANT GUIDE」에 소개된 한국 식당을 중심으로 한식명 가이드라인을 제공하여 메뉴판 개선 사업을 실시하는 것도 하나의 방법이 될 것이다.

6.4. 음식 축제 등 행사 활용

한식을 홍보하는 여러 가지 방안이 있겠지만, 그 중 대중의 관심을 효과적으로 모을 수 있는 방법 중 하나가 축제 행사이다.

프랑스 외무국제개발부와 세계적인 요리사 알랭 뒤카스(Alain Ducasse)가 후원하는 글로벌 식문화 행사 등과 같은 해외 식문화 행사에서도 적극적인 홍보가 필요하다. 또한 구 드 프랑스(goût de france), 페루 음식 축제(Peru Food Festival), 싱가포르 음식 축제(Singapore Food Festival)과 같은 해외 음식 축제를 참고하여 서울 고메(Seoul gourmet), 제주 푸드 & 와인 축제(Jeju Food & Wine Festival), 서울 음식 축제(Seoul Food Festival) 등 국내에서도 한식 문화 축제 행사가 열리지만, 이는 국내외 유명 요리사 섭외에 열을 올려 1회성 사업으로 이끌어 나가려는 경향이 높고, 고유 콘텐츠 미흡으로 지속적인 홍보가

이루어지지 않는다는 등 비판의 소리가 높다. 따라서 단일 한식 메뉴 알리기에서 벗어나 한식의 다양한 매력을 알리기 위한 홍보가 국가 차원 혹은 한국 문화 홍보 차원에서의 노력이 필요하고, 우리 민족의 정체성을 가지고 누구나 즐길 수 있는 지속 가능한 한국 음식 문화 홍보 행사가 필요하다. 따라서 일차적으로는 국립국어원 내에 한국 문화 번역 전략팀과 문화체육관광부 등 관련 부처 내에 한국 문화 홍보팀을 두어, 상호 유기적 관계를 유지하여 전략적으로 문화용어 번역 홍보에 힘써야 할 것이다.

6.5. 외식업 종사자 대상 정보 제공

정부, 지자체, 유관 단체 차원에서의 홍보는 일방적인 정보 발신 방식이라 할 수 있다. 그러나 이러한 정부, 지자체, 유관 단체에서 한식명의 외국어 표기법 가이드라인을 제시하고 있다는 사실을 아는 사람들만 찾아보거나, 또는 필요한 사람들이 직접 알아보고 찾아오게 만드는 홍보 방식이라 필요해도 정보가 없거나 홍보가 제대로 되지 않은 상황에서는 활용도가 떨어진다는 단점이 있다. 이를 보완하기 위해 한국외식업중앙회처럼 외식업 종사자들과 직접적인 관련이 있는 단체나 그들이 자주 접하는 매체와 연계하는 방법을 제안하고자 한다.

외식업 종사자들은 제대로 된 외국어 표기법을 사용하도록 계도해야 하는 실질적인 대상이며, 국제 행사와 세계화 시대에 발맞춰 외국어 표기 메뉴에 대한 사용 요구가 있을 것이다. 한국외식업중앙회는 한국외식산업연구원을 통해 외식산업 선진화 연구 및 외식업 동향 등의 정보를 제공하는 연구 사업을 실시하고 있고, 월간 ‘음식과 사람’과 같은 외식업 종사자 대상 전문 잡지 발간, ‘한국외식업중앙회 페이스북’과 같은 사회 관계망 서비스(SNS) 운영, 인터넷 신문인 ‘한국외식신문’ 발간 등의 정보 서비스 사업을 실시하고 있다.

이러한 매체들은 외식업 종사자들이 실질적으로 접할 수 있으므로 동 단체의 매체를 통해 홍보할 수 있다면 본 연구 과업에서 목표로 하는 계도 대상자들이 자연스럽게 손쉽게 한식의 외국어 표기법에 관한 정보를 얻을 수 있다는 점에서 타깃 지향적이며 효과적인 홍보 방법이라 할 수 있겠다.

6.6. 현지 원어민 대상 한식명 홍보

한식 메뉴를 제공하는 공급자 측에 한식명 외국어 표기 가이드라인을 사용하도록 홍보 및 계도하는 접근 방법뿐만 아니라 한국 음식을 즐기는 영·중·일 원어민을 대상으로 한식명을 널리 알리고 홍보할 필요도 있다. 예를 들어 영어, 중국어, 일본어 원어민들이 한국 여행이나 맛집 관련 정보를 얻기 위해 자주 이용하는 온라인 사이트나 현지인들에게 인지도가 높은 조리법 정보 제공 사이트, 애플리케이션, 유튜브 채널 등을 통해 한식과 한식명을 소개하거나 인스타그램, 페이스북 등 사회 관계망 서비스 등을 통해 한식명 홍보 사이트를 만드는 것도 한식과 한식명을 친숙하게 만드는 좋은 방법이 될 수 있다. 이와 같은 다양한 수단들을 적극 활용한다면 한식의 저변 확대와 한식명의 홍보 및 보급, 나아가 정착에도 기여하는 바가 클 것으로 기대된다.

7. 국정 계획과 국가 실정에 부합하는 주요 문화용어 번역(영어·중국어·일어) 연구 사업에 대한 앞으로의 계획 수립

7.1. 기본 연구 방향

주요 한식명 표준 번역안의 연구에 비추어 향후 주요 문화용어 번역 연구 사업에 있어서 두 가지 지향점을 고려해야 할 것이다. 첫째는 원문의 목적 지향이며, 둘째는 번역문을 소비할 독자 지향이다. 번역자는 이 두 지향점 간의 조화를 추구해야 최선의 번역이 될 것으로 판단된다. 이에 근거하여 구체적인 연구조사 전략을 수립하고, 지속적인 연구를 통해 전략을 개선, 발전시켜 나가야 할 것이다. 원문의 목적과 독자의 성향이 끊임없이 변화하기 때문이다.

7.1.1. 목적 지향

번역안을 적용한 원문의 목적이 국내 한식 사업자 지원, 한식 산업의 세계화, 한국 문화 홍보의 일환 등 명확히 규명되어야 한다. 그 목적에 따라 번역 전략이 직역, 의미역, 또는 음역으로 선택이 달라지기 때문이다. 국내 한식 사업자와 한식 산업 세계화는 소비자에게 음식에 관한 정보를 제공하는 것이 일차적인 목적이 될 것이다. 이런 경우 의미역이 선호되는 전략이고, 의미를 직접 전달할 수 있는 어휘가 목표 언어에 있을 경우 직역도 적용될 수 있다. 반면, 한식을 통한 한국 문화의 홍보가 주요한 목적일 경우 음역을 보다 적극적으로 선택할 수 있을 것이다.

7.1.2. 독자 지향

원문의 목적이 규명되면 원문을 가장 효과적이고 효율적으로 전달할 수 있는 번역안을 강구할 때 최우선적으로 고려해야 할 사항이 독자의 수용성이다. 독자가 익숙한 정보를 선호하는지, 이국적 정보에 대해 긍정적 성향을 보이는지 등의 사항을 고려하여 최선의 번역 전략을 결정해야 한다. 또한 원문의 소비 대상을 연령, 국적, 성별 측면에서 세분화해야 한다면 이러한 요소도 번역 전략 결정 시

고려되어야 한다. 실태 본조사 결과 특히 유의하여야 할 사항은 한국 문화에 대한 적응도와 상관없이 소비자는 음식 재료에 대한 정보가 없을 때 해당 음식을 선택하는 데 주저한다는 점이다. 어느 번역 전략에서건 소비자가 다른 상품보다 직접 섭취해야 하는 음식 정보에 대해서는 본능적으로 민감할 수밖에 없다는 점에 유의해야 할 것이다. 이와 더불어, 소비자의 입맛을 자극할 수 있는 수식어도 보다 적극적으로 수용해야 할 것이다.

7.1.3. 공동 연구

실태 본조사와 심층 조사에서 대상자들의 국적, 연령, 성별과 상관없이 외국 문화에 대한 노출도, 친숙도, 관심이 높을수록 그 문화권의 음식에 대해 긍정적인 관심과 수용성이 높다는 점에 유의해야 할 것이다. 이는 번역안 홍보가 어느 한 특정 기관의 노력만으로는 성공할 수 없다는 것을 의미한다. 한식명 홍보는 한식, 문화, 관광, 언어(번역 포함) 관련 기관들의 공조가 필수적이다. 한식명 표준 번역안이 최대의 효과를 거두기 위해서는 활용 방안 계획 단계에서 유관 기관들이 공조해야 하는데, 주관 부처 수준에서 기관들 간 인식 제고와 공조를 위한 조치(워크숍, 세미나, 국내외 학술회의, 전문가회의 등)를 적극적으로 시행할 필요가 절실한 것으로 판단된다.

7.2. 연구 결과 활용 방안

7.2.1. 문화용어 번역 데이터베이스 구축 사업

문화용어 번역 데이터베이스 구축이 시급하다. 국립국어원과 전문 번역 기관이 자문하고, 번역의 체계화, 효율화를 확보할 수 있는 소프트웨어와 시스템을 개발하여 번역안 사용자들이 편리하게 활용할 수 있도록 지원해야 할 것이다. 시스템에는 단순히 어휘와 번역어의 일대일 대응어 목록만 나열할 것이 아니라 목적에 따라 다양한 번역 전략을 볼 수 있는 용례까지 포함하여 실용성을 제고해야 할 것이다.

7.2.2. 문화용어 전문 번역사 교육 및 활용

유구한 민족 문화와 역사가 담겨져 있는 문화용어 번역은 단순히 기계가 할 수 있는 작업이 아니다. 번역자의 적극적인 개입이 필요하며, 번역자는 언어적인 수단뿐 아니라, 정보, 가독성, 문화적인 요소, 미학적인 요소까지 고려하여 독자의 기대에 부응해야 한다. 이를 위해 단순히 외주를 주어 번역을 해결하기보다는 고도로 훈련된 번역 전문 인력을 활용하는 것이 중요하다. 번역 외주만으로는 번역의 지속성 및 번역자의 사명감이 담보될 수 없기 때문이다. 또한, 문화용어 번역에 대한 학습 및 교육도 지속적으로 이루어져야 할 것이다. 이에 대해 정부나 관련 부처의 경제적 지원이 요구된다.

7.2.3. 문화용어 번역 연구 사업의 세분화 및 홍보

한식명뿐만 아니라, 문화적인 요소가 함축되어 있는 한국 건축, 한국 관광지의 명칭, 역사와 문화가 어우러져 있는 용어들의 심도 있는 번역 작업이 이루어져야 하며, 이는 국가 차원의 사업이 되어야 한다. 또한 분야별 책자를 발행하여 해외에 홍보하는 사업도 병행하여 진행해야 할 것이다. 이와 함께, 각 문화용어마다 깃들여 있는 이야기들을 발굴하여 이를 적극 홍보할 필요가 있다. 예를 들어 “부대찌개”라는 한식명은 한국전쟁 발발 후, 서울에서 많은 사람들이 고기를 먹지 못하고 있는 상태에서 일부 사람들이 의정부시에 주둔하고 있던 미군 부대 병사들이 먹고 남은 핫도그, 깡통에 든 햄과 소시지 등의 음식을 이용하여 고추장을 넣고 얼큰하게 끓여 먹었던 찌개로, 우리 사회의 문화와 역사가 담긴 음식이다. 이러한 배경을 부각시켜 번역 수용자에게 한국 문화와 역사를 홍보하며, 음식에 대한 호기심을 자극할 수 있는 번역 사업을 전개하는 것도 유효할 것이다.

7.2.4. 음역 번역 전략의 적극적 홍보

한식명 중 이미 해외에도 널리 알려진 음식명에 대한 음역 번역 전략과 적극적인 홍보가 필요하다. 예를 들면, 비교적 외국인들에게 친숙한 김치, 비빔밥, 갈비, 불고기 등의 메뉴는 ‘음역’으로 번역하는 전략을 취해, 한국어 발음과 함께

한국의 이미지와 한국 문화가 수용자에게 각인될 수 있도록 한다는 측면에서 적극적인 홍보 전략으로서 검토할 필요가 있다. 즉 최종 수신자는 문화 특유의 세계 지식(World Knowledge), 기대 소통적 요구(Communicative needs)를 가지고 있는 목표 텍스트의 의도된 수신자(receivers) 또는 청자(audience)라고 생각하여 번역 텍스트를 생산하는 시도가 필요하며, 이에 대해 과감하고 지속적인 홍보 전략이 필요하다. 예를 들면 ‘김치’는 세계적인 음식인데도 불구하고 중화권에서는 아직도 의역인 ‘泡菜 (절인음식)’로 알려져 있다. 이와 같은 음식명에 대한 음역 번역 전략 시도도 과감히 해볼 만하다. 또한 문화적인 요소는 높지만 세상에 알려지지 않은 음식 메뉴 중에서 예를 들면, 탕평채, 신선로, 구절판 등 우리 고유의 세련되고 고급스런 음식 문화도 발굴하여 음역 번역 전략과 함께 적극적인 홍보를 시도해야 할 것이다.

7.2.5. 가독성을 고려한 재번역

한국음식 메뉴에 대한 외국어 번역 가운데 가독성이 떨어지는 번역에 대한 재번역 작업이 요구된다. 번역자가 먼저 텍스트의 기능과 번역 목적을 명확히 파악하여 번역을 하였다면 잘된 번역으로 평가할 수 있지만, 텍스트의 기능 및 목적 등이 고려되지 않은 번역 가운데 가독성이 크게 떨어지는 번역에 대해서는 재번역을 염두에 둔 재검토 작업이 필요하다.

8. 결론

주요 한식명 번역(영중일)에 대한 수용성을 조사하고 분석한 본 연구에 대한 개요를 정리하면 다음과 같다.

본 연구는 국립국어원 및 공공 기관에서 선정한 주요 한식명의 영어·중국어·일본어 표준 번역안(이하 ‘영·중·일 표준 번역안’)을 검토하고 원어민들의 이해 및 수용 가능성을 파악한 후, 그 결과를 반영한 표준 번역안을 표준 번역으로서 공공 부문에 알리고 공공용어로 활용할 수 있는 방안을 모색하기 위한 목적으로 수행되었다. 2017년에 국립국어원이 발주한 본 연구는 한국외국어대학교 산학협력단이 수주하여 통번역대학원 등에 소속된 연구진 7명이 심도 있게 진행하였고, 연구 기간은 2017년 6월부터 12월까지이다.

2018년 평창 동계올림픽이라는 대형 국제 행사 개최를 목전에 두고 공공용어의 효과적이고 올바른 번역을 위한 표준 번역안 개선 및 홍보가 시급하다. 공공용어의 표준 번역 정착은 한국을 방문하는 외국인에게 정확한 정보를 제공하고, 대외적으로 한국의 문화 전반을 전파하는 데 필수적이다. 특히, 한국의 풍토와 식재료, 식문화 등의 특성을 고스란히 담고 있는 한식은 한식의 세계화 및 한류 붐에 힘입어 최근 웰빙 음식으로서 해외에서 점차 주목받고 있는 추세이다. 그런 만큼, 보다 적극적이고 효과적인 한식의 홍보와 보급을 위해 한식명 표준 번역안 수립과 수용성 제고는 반드시 필요하다. 이와 같은 문제 의식을 바탕으로 수행된 본 연구의 주요 성과는 다음과 같다.

첫째, 공공용어 번역(영어·중국어·일어) 수용성 연구를 위한 이론적 논의를 위해 학계 및 유관 기관에서 이루어진 공공용어 번역에 관한 선행 연구를 검토하여 이 분야의 연구 경향 및 성과를 파악하고 연구 목록 자료를 구축했다.

둘째, 국립국어원 및 공공 기관의 주요 한식명 표준 번역안 검토 및 내용 분석을 위해 국립국어원 한식명 480개의 영·중·일 표기 및 번역 지침 통합본의 내용을 검토, 분석한 후, 이를 확대, 수용시킬 방안을 모색했다.

셋째, 국립국어원의 영어·중국어·일본어 3개 언어로 번역된 주요 한식명 표준 번역안 100개를 대상으로 세 언어권별 900명의 원어민에게 설문 조사를 실시하여, 표준 번역안이 원어민에게 수용될 수 있는지 그 실태를 파악했다.

또한 실태 조사의 결과 분석 내용을 토대로 심층 조사를 실시하여 표준 번역안에 대한 심도 있는 논의가 이루어졌고, 이를 통해 개선 방안을 제시했다.

넷째, 모든 검토 결과를 반영하여 개선된 주요 한식명 표준 번역안을 2018 평창 동계올림픽과 공공 부문의 유관 사업에 활용할 수 있도록 홍보 방안과 활용 지침을 제안했다.

다섯째, 앞으로의 국정 계획과 국가 실정에 맞춰 주요 문화 영역에서 사용되는 문화용어를 대상으로 표준 번역안 연구사업의 중장기계획을 수립하고 공공용어 번역 전문가를 교육할 수 있는 계획을 제안했다.

세계화 시대에 번역은 중요하고도 중대한 문제이다. 경쟁이 날로 치열해지고 있는 현대 사회에서 한 나라가 갖고 있는 정보의 질과 양은 곧 그 나라의 힘이 자 경쟁력이다. 번역의 가치를 단순히 경제적 효용에만 두지 않고, 번역을 국민의 교양과 정신 수준을 향상시키고 지식과 정보의 민주화를 이루어, 창의적 민족 문화와 성숙한 시민 정신을 함양하는 데 중요한 기여와 척도가 된다고 생각해야 한다.

19세기 말 일본 메이지 정부가 설립한 번역국은 수만 종의 서양 학술서를 번역하는 등 일본 근대화의 견인차 역할을 하였다. 10세기 이슬람 문명의 황금기도 그리스 고전의 아랍어 번역으로부터 시작되었으며, 서유럽의 중세 르네상스 역시 번역이 기폭제가 되어 꽃을 활짝 피웠다. 5,000년 역사 속에서 꽃피운 우리의 아름다운 문화가 전 세계에 전파되어 한국의 힘과 국력으로서 자리매김하기 위해서는 한식을 포함한 ‘문화번역 사업’을 ‘한식의 세계화 사업’과 함께 국가 사업으로 규정하고, 체계적으로 추진해야 할 것이다.

[부록]

1. 설문지

외국어 표기 수용도 조사 [본조사]

선정질문

SQ1. 귀하의 성별은 어떻게 되시나요? [단수]

1. 남자
2. 여자

SQ2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? ()세

//로직: 오픈 응답 자동체크//

1. 만 18세 이하 ->면접 중단
2. 만 19~29세
3. 만 30~39세
4. 만 40~49세
5. 만 50~59세
6. 만 60세 이상

SQ3. 외국에서 거주해 보신 경험이 있습니까? (여행, 출장 등 단순 방문을 제외하고 실제 거주한 것을 뜻합니다) [단수]

1. 예 ->SQ3-1
2. 아니오 ->SQ4

SQ3-1. 다음 중 거주 경험이 있는 나라를 모두 선택해 주세요. [복수]

1. 미국
2. 캐나다
3. 호주
4. 뉴질랜드
5. 중국
6. 일본
7. South Korea ->면접 중단
8. 독일
9. 프랑스
10. 영국
11. 러시아
98. 이 중에 없음

SQ4. 영어(or 중국어 or 일본어)는 귀하의 모국어 입니까? [단수]

1. 예
2. 아니오 ->면접 중단

SQ5. 사진에서 보이는 것을 선택해 주세요 [단수]

1. 꽃
2. 어린이 -> 면접 중단
3. 구름 -> 면접 중단
4. 바다 -> 면접 중단
5. 이미지가 보이지 않음 -> 면접 중단

A. 한국에 대한 관여도

A1. 한국에 대해 얼마나 알고 계시나요?

1. 들어본 적이 없다-> A3
2. 들어본 적은 있지만, 잘 알지 못 한다
3. 잘 아는 편이지만, 관심 있는 나라는 아니다
4. 잘 알고 있고, 관심이 있는 나라이다

A2. 한국을 방문해 보신 적이 있습니까? 있다면, 몇 번 방문 하셨나요? 여행, 출장 모두 포함해서 응답해 주세요. [단수]

1. 방문한 적 없음 -> A3
2. 1회
3. 2회
4. 3-4회
5. 5회 이상

A2-1. 그렇다면 전체 방문을 통틀어서 한국에 체류한 기간은 총 며칠이나 되나요? [단수]

1. 1주일 미만
2. 1주일 이상~2주일 미만
3. 2주일 이상~1개월 미만
4. 1개월 이상~3개월 미만
5. 3개월 이상~6개월 미만
6. 6개월 이상~1년 미만
7. 1년 이상

A3. 당신의 한국어 실력은 어느 정도입니까? [단수]

1. 한국인과의 의사소통에 문제가 없다
2. 한국어로 간단한 회화를 할 수 있다
3. 단어 몇 개를 아는 정도로 실질적인 의사소통은 어렵다
4. 전혀 못 한다

B. 음식명 표기 평가 - 그룹별 50개씩

//지시문: 지금부터 한국 음식의 영어(일본어/중국어) 표기에 대한 질문을 드리겠습니다.//

[음식 50개 랜덤 순으로 제시]



B1. 다음 음식명으로 “Grilled Deodeok”은 어떠한가?

	매우 그렇다	그런 편이다	그렇지 않은 편이다	전혀 그렇지 않다
1-1. 음식명을 보고 어떤 음식인지 알 수 있다	4	3	2	1
1-2. 음식명 표현이 영어/중국어/일본어로 자연스럽다	4	3	2	1

배경질문

//지시문: 마지막으로 통계적인 처리를 위해 질문 드리겠습니다.

DQ1. 귀하의 직업은 무엇입니까? [단수]

1. 주부
2. 대학생/대학원생
3. 행정관료직/고위 관리자
4. 전문직 (교수, 의사, 간호사, 변호사, 세무사, 종교/예술/체육 관련 종사자)
5. 기술 전문직 (컴퓨터 전문가, 건축가, 기술 연구원)
6. 사무직 (회사원, 비서, 은행원, 일반 공무원)
7. 농, 축, 수산, 광업
8. 상업 및 판매직
9. 서비스직
10. 기능/노무직
97. 기타
98. 무직/퇴직

§설문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다§

Survey questions

SQ1. What is your gender? [단수]

1. Male
2. Female

SQ2. What is your age? ()

//로직: 오픈 응답 자동체크//

1. Under 18 -> 면접 중단
2. 19~29
3. 30~39
4. 40~49
5. 50~59
6. Over 60

SQ3. Have you ever lived in foreign countries? (excluding travels or business trips)

[단수]

1. Yes ->SQ3-1
2. No ->SQ4

SQ3-1. Please choose the countries that you lived in excluding travels or business trips (Multiple answers allowed) [복수]

1. U.S.
2. Canada
3. Australia
4. New Zealand
5. China
6. Japan
7. South Korea ->면접 중단
8. Germany
9. France
10. U.K.
11. Russia
98. None of the above [중복 선택 불가]

SQ4. Is English your native language? [단수]

1. Yes
2. No -> 면접 중단

SQ5. Please select what you can see in the picture. [단수]

1. Flowers
2. Kids -> 면접 중단
3. Clouds -> 면접 중단
4. Ocean -> 면접 중단
5. I can't see this image -> 면접 중단

A. Relationship to Korea

A1. How well do you know Korea?

1. I do not know anything about it -> A3
2. I have heard about it, but do not know much
3. I know about it quite well, but I am not interested
4. I know it well, and I am interested

A2. Have you ever visited South Korea? If so, how many times have you visited including travels or business trips? [단수]

1. Never -> A3
2. Once
3. Twice
4. 3~4 times
5. Over 5 times

A2-1. What is the total length of your stay in South Korea? [단수]

1. Less than 1 week
2. 1 week~2 weeks
3. 2 weeks~1 month
4. 1 month~3 months
5. 3 months~6 months
6. 6 months~1year
7. Over 1 year

A3. What is the level of your Korean proficiency? [단수]

1. I am fluent in Korean.
2. I can handle simple conversations.
3. I know a few words, but I cannot communicate in Korean.
4. I don't know Korean at all.

B. Acceptance of English names for Korean foods

//지시문: The following are questions about English names for Korean foods//

[음식 50개 랜덤 순으로 제시]



B1. How is “**Grilled Deodeok**” as a name for the following food? [척도]

[step by step]

	Strongly agree	Agree	Disagree	Strongly disagree
1-1. I can identify what the food is by its name	4	3	2	1
1-2. The name sounds natural in English	4	3	2	1

Demographic questions

//지시문: The following are demographic questions.//

DQ1. What is your **occupation**? [단수]

1. Housewife
2. College/Graduate school Student
3. Administrative officer/ High ranking manager
4. Professional (professor, doctor, nurse, lawyer, accountant, religion/art/sports-related)
5. Technical engineer (computer engineer, architect, researcher)
6. Office worker (company employee, secretary, bank employee, public servant)
7. Agriculture/ Livestock /Fisheries/ Mining
8. Commerce and sales
9. Service industry
10. Skilled worker/Manual laborer
97. Others
98. Unemployed/Retired

§Thank you for your cooperation§

선정질문

SQ1. 请选择您的性别。 [단수]

1. 男
2. 女

SQ2. 请填写您的年龄。 ()岁

//로직: 오픈 응답 자동체크//

1. 满 18岁以下 ->면접 중단
2. 满19~29岁
3. 满30~39岁
4. 满40~49岁
5. 满50~59岁
6. 满60岁以上

SQ3. 您有居留过国外的经验吗? (不包含旅游、出差等短期访问, 仅限于实际居住经验。)

[단수]

1. 有 ->SQ3-1
2. 没有 ->SQ4

SQ3-1. 请选择您居留过的国家。 [복수]

1. 美国
2. 加拿大
3. 澳洲
4. 新西兰
5. 中国
6. 日本
7. 韩国 ->면접 중단
8. 德国
9. 法国
10. 英国
11. 俄罗斯
98. 其他

SQ4. 您的母语（第一语言）是汉语吗？[단수]

1. 是
2. 不是 ->면접 중단

SQ5. 请选择照片中您所看到的。[단수]

1. 花
2. 孩子 ->면접 중단
3. 云彩 ->면접 중단
4. 大海 ->면접 중단
5. 看不到照片 ->면접 중단

A. 한국에 대한 관여도

A1. 您对韩国有多了解？

1. 没听过。 -> A3
2. 听过，可不太了解。
3. 比较了解，不过对韩国没感兴趣。
4. 了解得很，且对韩国很感兴趣。

A2. 您有访问过韩国吗？若有，共有几次？ 包括旅游、出差等。[단수]

1. 没有 -> A3
2. 1次
3. 2次
4. 3-4次
5. 5次以上

A2-1. 若您有访问过韩国，总共逗留了多长时间？[단수]

1. 不到一周
2. 一周 ~ 两周（不含两周）
3. 两周 ~ 一个月（不含一个月）
4. 一个月 ~ 三个月（不含三个月）
5. 三个月 ~ 六个月（不含六个月）
6. 六个月 ~ 一年（不含一年）
7. 一年以上

A3. 您的韩语水平是：[단수]

1. 可以与韩国人沟通。
2. 可以说简单的韩语。
3. 可以说几个韩语单词，但不能用韩语讲话。
4. 完全不会。

B. 음식명 표기 평가

//지시문: 以下是韩国菜名汉语标示相关调查问卷。 //

[음식 50개 랜덤 순으로 제시]



B1. 请选择您对“烤沙参”这汉语名的评价。[척도] [stepbystep]

	完全同意	基本同意	不太同意	完全不同意
	4	3	2	1
1-1. 看到菜名就会知道是什么菜。				
1-2. 菜谱的汉语标示很自然。				

배경질문

//지시문: 为了统计处理, 请回答以下问题. //

DQ1. 您的工作是 : [단수]

1. 主妇
2. 大学生／研究生
3. 行政官员／高级官员
4. 专业工作者 (教授、医生、护士、律师、税务师、宗教／艺术／体育相关业务从事)
5. 技术专职 (电脑专家、建筑师、技术研究员)
6. 白领工人 (公司职工、秘书、银行工作者、普通 公务员)
7. 农业、畜牧业、矿产业
8. 商业及销售业务
9. 服务业务
10. 技能／劳务
97. 其他
98. 无业／退休

§感谢您的合作§

외국어 표기 수용도 조사 [본조사]

선정질문

SQ1. 請選擇您的性別。 [단수]

1. 男
2. 女

SQ2. 請填寫您的年齡。 ()歲

//로직: 오픈 응답 자동체크//

1. 滿 18歲以下 ->면접 중단
2. 滿19~29歲
3. 滿30~39歲
4. 滿40~49歲
5. 滿50~59歲
6. 滿60歲以上

SQ3. 您有經驗居留過海外嗎？(不包括旅游、出差等短期訪問，僅限於實際居住經驗。)

[단수]

1. 有 ->SQ3-1
2. 沒有 ->SQ4

SQ3-1. 請選擇您曾經居留過的國家(不包括旅游、出差等短期訪問)。 (可多選) [복수]

1. 美国
2. 加拿大
3. 澳洲
4. 新西蘭
5. 中国
6. 日本
7. 韓国 ->면접 중단
8. 德国
9. 法国
9. 英国
10. 俄羅斯
98. 其他

SQ4. 您的母語（第一語言）是中文嗎？[단수]

1. 是
2. 不是 ->면접 중단

SQ5. 請選出照片中您所看到的。[단수]

1. 花
2. 孩子 -> 면접 중단
3. 雲彩 -> 면접 중단
4. 大海 -> 면접 중단
5. 看不到照片 -> 면접 중단

A. 한국에 대한 관여도

A1. 您对韓國有多了解？

1. 沒聽過。 -> A3
2. 聽過，可是不太了解。
3. 有一点了解，不過对韓國沒多興趣。
4. 非常了解，而且对韓國有興趣。

A2. 您有訪問過韓國嗎？若有，共有幾次？（包括旅游、出差等。）[단수]

1. 沒有 -> C2
2. 1次
3. 2次
4. 3-4次
5. 5次以上

A2-1. 若您有訪問過韓國，總共逗留了多長時間？[단수]

1. 不到一周
2. 一周 ~ 兩周（不含兩周）
3. 兩周 ~ 一個月（不含一個月）
4. 一個月 ~ 三個月（不含三個月）
5. 三個月 ~ 六個月（不含六個月）
6. 六個月 ~ 一年（不含一年）
7. 一年以上

A3. 您的韓文水平是：[단수]

1. 可以与韓國人溝通。
2. 可以說簡單的韓文。
3. 可以說幾個韓文單詞，但不能用韓文講話。
4. 完全不會。

B. 음식명 표기 평가 - 그룹별 50개씩

//지시문: 以下是韓國菜名中文標示相關調查問卷。//

[음식 50개 랜덤 순으로 제시]



B1. 請選扨您對“烤沙參”中文名的評價。“[척도] [stepbystep]

	完全同意	基本同意	不太同意	完全不同意
1-1. 看到菜名就会知道是什麼菜。	4	3	2	1
1-2. 菜譜的中文標示很自然。	4	3	2	1

배경질문

//지시문: 為了統計處理，請回答以下問題。//

DQ1. 您的工作是：[단수]

1. 主婦
2. 大學生／研究生
3. 行政官員／高級官員
4. 專業工作者（教授、醫生、護士、律師、稅務師、宗教／藝術／體育相關業務從事）
5. 技術專職（電腦專家、建築師、技術研究員）
6. 白領工作者（公司職員、秘書、銀行工作者、普通公務員）
7. 農業、畜牧業、礦產業
8. 商業及銷售業務
9. 服務業務
10. 技能／勞務
97. 其他
98. 無業／退休

§感謝您的合作§

선정질문

SQ1. あなたの性別を教えてください。[단수]

1. 男性
2. 女性

SQ2. あなたの年齢を教えてください。 ()歳

//로직: 오픈 응답 자동체크//

1. 18歳以下 →면접 중단
2. 19~29歳
3. 30~39歳
4. 40~49歳
5. 50~59歳
6. 60歳以上

SQ3. あなたは海外で住んだことがありますか?

(旅行や出張など単なる訪問の目的を除いて実際の滞在目的で住んだ経験を意味します)[단수]

1. はい →SQ3-1
2. いいえ →SQ4

SQ3-1. あなたがこれまでに住んだことのある国を、選択肢から選んでください。[복수]

1. アメリカ
2. カナダ
3. オーストラリア
4. ニュージーランド
5. 中国
6. 日本
7. 韓国(South Korea) →면접 중단
8. ドイツ
9. フランス
10. イギリス
11. ロシア
98. その他 [중복 선택 불가]

SQ4. あなたの母国語は日本語ですか？ [단수]

1. はい
2. いいえ →면접 중단

SQ5. 下は、何の写真ですか？[단수]

1. 花
2. 子ども →면접 중단
3. 雲 →면접 중단
4. 海 →면접 중단
5. 何も見えない→면접 중단

A. 한국에 대한 관여도

A1. 韓国についてどのくらい知っていますか？

1. 聞いたことがない → A3
2. 聞いたことはあるが、あまり知らない
3. よく知っているが、関心のある国ではない
4. よく知っており、関心もある

A2. 韓国を訪問したことがありますか？

そうであれば、訪韓回数はどのくらいですか？旅行や出張などを含めてお答えください。[단수]

1. 訪問したことがない → A3
2. 1回
3. 2回
4. 3～4回
5. 5回以上

A2-1. これまでの訪問を全部合わせて韓国に滞在した期間はどのくらいですか？ [단수]

1. 1週間未満
2. 1週間以上～2週間未満
3. 2週間以上 ~1ヶ月未満
4. 1ヶ月以上～3ヶ月未満
5. 3ヶ月以上 ~6ヶ月未満
6. 6ヶ月以上 ~1年未満
7. 1年以上

A3. あなたの韓国語のレベルはどのくらいですか？ [단수]

1. 韓国語で韓国人とのコミュニケーションができる
2. 韓国語で簡単な会話はできる
3. いくつかの単語がわかる程度で、韓国人とのコミュニケーションはできない
4. 全くできない

B. 음식명 표기 평가

//지시문: 韓国料理名の日本語表記についてお聞きます。//

[음식 50개 랜덤 순으로 제시]



B1. 画像の料理名として「蔓人蔘焼き」をどう思われますか？

	よく分かる	やや分かる	あまり 分からない	全く 分からない
	4	3	2	1
1-1. 料理名を読んで どんな料理かが分かる				
	非常にそう 思う	ややそう 思う	あまりそう 思わない	全くそう 思わない
	4	3	2	1
1-2. 料理名の表現が 日本語として自然だと思う				

배경질문

//지시문: アンケート結果を分析するためにお聞きます。//

DQ1. あなたの職業を選んでください。[단수]

1. 主婦
2. 大学生／大学院生
3. 行政職公務員・幹部職員
4. 専門職(教授、医師、看護師、弁護士、税理士、宗教・芸術・体育関連従事者)
5. 技術専門職(コンピューター専門家、建築家、技術研究員)
6. 事務職(会社員、秘書、銀行員、一般公務員)
7. 農業、畜産業、水産業、鉱業
8. 商業および販売職
9. サービス職
10. 技能・労務職
11. その他
12. 無職／退職

§ご協力ありがとうございました。§

연구 책임자 김한식 (한국외국어대학교 통번역대학원)
공동 연구원 정철자 (한국외국어대학교 통번역대학원)
 김진아 (한국외국어대학교 통번역대학원)
 박미정 (한국외국어대학교 통번역대학원)
연구 보조원 유한내 (전남대학교 영어학과)
 김지은 (한국외국어대학교 통번역대학원)
 박세리 (한국외국어대학교 통번역대학원)
담당 연구원 박미영 (국립국어원 학예연구사)
 이고은 (국립국어원 영어 연구원)
 최소희 (국립국어원 영어 연구원)
 정하나 (국립국어원 중국어 연구원)
 이은조 (국립국어원 일본어 연구원)

발행인: 국립국어원장
발행처: 국립국어원
 서울시 강서구 금남화로 154
 전화 02-2669-9775, 전송 02-2669-9727
인쇄일: 2017년 12월 15일
발행일: 2017년 12월 15일
인 쇄: 카피나라

이 책은 국립국어원의 용역비로 수행한 ‘공공용어 번역(영·중·일) 수용성 연구-주요 한식명을 중심으로-’ 사업의 결과물을 발간한 것입니다.



NATIONAL INSTITUTE OF KOREAN LANGUAGE



국립국어원