

성서 번역과 윤리에 대한 고찰

스티븐 보스*
민경식 번역**

서구 세계에서 많은 사람들은 성서야말로 모든 책들 가운데 가장 중요한 책이라고 생각한다. 성서보다 더 많이 번역된 책도 없고, 이보다 더 신중하게 번역된 책도 없으며, 또한 이보다 더 많은 언어로 번역된 책도 없다고 할 수도 있으리라. 물론 이것은 수많은 의견들을 낳았다. 그 가운데 적지 않은 것은 “번역자는 반역자”(traduttore traditore)라는 잘 알려진 속담 같은 것이다. 결국 “무엇을, 또 누구를 반역하는가?”와 같은 질문을 당장 하지 않을 수 없다. 그렇다면, 우리 번역자들은 누구를 배신하며, 또 무엇을 배신한다는 것인가? 사실 번역이라는 것은 원래 불가능하다는 설득력 있는 비판으로 인해 이러한 현실은 더욱 복잡해진다. 물론 성서 번역에 대해서 따로 말할 필요도 없다. 오래 전 랍비 심라이(Rabbi Simlai)는 다음과 같은 말로 번역이 불가능한 과제라고 확인하였다. “번역하는 사람은 이단이고, 번역하기를 거부하는 사람은 신성모독자이다.” 만약에 이것이 사실이라면, 번역의 이론과 실제에 직면하여 이렇게 말할 수밖에 없다. “하면 저주 받을 것이요, 하지 않아도 저주 받으리라!”

월터 브레그먼(Walter Brueggemann)은 “지속되는 본문, 변하는 언어”(Texts That Linger, Words That Explode)라는 제목의 글을 썼는데, 이 표현은 성서와 관련된 전승 과정, 특별히 예언서들의 전승 과정을 암시하는 것이다.¹⁾ 역사의 어느 순간, 공동체가 특정 문서를 성서로 받아들일 때, 새로운 사건이 일어난다고 그는 말한다.

한 동안 휴면 상태로 전승되던 것이 유용한 “경험”이 된다. 그것을 말하고 듣는 그 순간에 오랫동안 보존되던 그 전승은 현재의 경험이 된다. 그것은 독특하고, 비길 데 없으며, 거스를 수 없는 것이다. 그것을 입 밖으로 내는 순간 그 말은 현실이 된다.

* 세계성서공회연합회 아메리카지역 번역 컨설턴트

** 연세대학교 신과대학 강사, 신약학

1) Walter Brueggemann, “Texts That Linger, Words That Explode”, *Theology Today* 54:2 (1977), 180-199. (저자는 2000년에 Fortress Press에서 같은 제목의 책을 펴냈다. 역자 주)

우리가 믿는 바대로 브레그먼(Brugmann)의 지적이 옳다면, 성서 번역은 어려운 과제일 뿐만 아니라, 성서 번역을 위한 번역 “윤리”를 발전시키는 것 역시 매우 복잡한 시도가 된다. 사실, 무엇보다도 우선시되는 성서 번역의 최종적인 “윤리”를 세우는 것이 불가능하다는 것을 우리는 이 글의 시작 부분에서 암시할 것이다. 하지만 “결정적인 윤리”(the ethic)가 아니라 “가능한 어떤 윤리”(an ethic)를 추구하는 것은 가치 있는 과제라고 평가할 수 있을 것이다.

여기서 성서 번역자가 직면하는 다양하고 많은 문제들을 논하는 것이 우리의 주 목적은 아니다. 다음과 같은 문제들을 간략히 언급하는 것만으로도 충분할 것이다. 몇 가지만 예로 들자면, 현재와 당시의 역사적이고 문화적인 거리, 서로 다른 고대 언어들, 하나로 통합된 본문이라기보다는 글 모음집으로 보이는 다양한 문서들, 다양한 문화적 장르와 다양한 지리적 배경들, 적어도 천 년 이상에 걸쳐 기록된 본문들, “저자?”들과 더불어 편집자들과 개정자들의 활동, 저자의 의도 등등이다. 이러한 문제들만 해도 벽찬데, 여기에다 믿음 공동체가 성서를 “성스러운 문서”로 여겼다는 사실을 보탠다면, 이 고대 문헌들을 번역한다는 것은 정말 기가 찰 노릇이다. 비록 이 모든 문제들을 논하고 설명하는 것이 우리의 과제가 아니라 하더라도, 이 가운데 몇몇 문제들은 이 글의 진정한 목적을 탐구하는 중에 어쩔 수 없이 표면화될 수밖에 없다.

우리의 주 목적은 성서 번역 윤리를 발전시키는 데 깊이 관련된 여러 가지 문제들을 탐구하는 것이다. 지금 이 순간 모든 독자들이 분명히 알아야 할 것이 있는데, 그것은 어떤 이론적인 틀이라 하더라도 필자는 본질적으로 그것을 매우 잠정적으로 생각한다는 사실이다. 처음부터 우리의 연구 방법론은 문답 형식이 될 것이다. 특별히 타우너(Towner)와 핼(Pym)과 체스터먼(Chesterman)과 리오타드(Lyotard)와 두셀(Dussel)과 비트겐슈타인(Wittgenstein)과 스피노자(Spinoza) 등과의 대화로 연구가 진행될 것이다. 그런데 우리의 대화는 좌우 균형 잡힌 것처럼 진행되지는 않을 것이다. 필요할 때마다 여기저기서 갑작스럽게 교차적으로 이들이 언급되기도 할 것이며, 그것도 어떤 때는 자세히, 또 어떤 때는 대략 언급될 것이다. 이러한 대화 방식은 어쩌면 체계적이지 않은 것처럼 보일지도 모른다. 하지만, 우리가 하려는 것이 위에서 언급한 사람들의 사상을 체계적으로 요약하거나 정리하는 것이 아니므로, 필요할 때마다 간헐적으로 그들의 사상을 언급하는 것도 괜찮을 것이다. 기본적으로 성서 번역에 강조점을 두겠지만, 일반적인 번역 작업을 완전히 배제하지는 않을 것이다.

이 논의는 두 가지 중요한 문제, 즉 ① 이데올로기(ideology)와 ② 마케팅(Marketing)에 집중할 것이다. 미 대륙에서의 성서 번역 프로젝트에서 제기된 실제 사례들을 가지고 이 문제들을 둘러싼 논쟁을 설명할 것이다. 여기서 소개될

모든 사례들과 상황들은 가상적이거나 허구적인 것이 아니라, 구체적이고 실질적인 것이다. 그러므로 이것들을 역사적인 것으로 범주화할 수 있을 것이다. 이 사례들 가운데 몇몇을 들어 사례 연구를 시도할 텐데, 이 사례 연구가 성서 번역에 영향을 끼치는 윤리적인 문제들을 첨예화시킬 것이다.

만약에 성서 번역 윤리라는 것이 가능하다면, 그러한 윤리를 발전시키는 데 가장 확실하게 영향을 끼칠 것으로 보이는 이 두 가지 주요 문제를 다룬 다음에, 매우 유동적인 성서 번역 윤리 모델을 세우기 위한 대안과 지침을 제안할 것이다. “유동성”을 강조하는 이유는, 문화라는 것은 다양하게 표현되고 다양한 형태로 드러나기 때문에, 고정되고 불변하고 폐쇄적인 모델을 세우려는 시도가 적절하지 않기 때문이다.

만약 문화가 특정한 사회에 라이프스타일의 의미를 제공하는 일련의 실현된 범주와 구조로 이해될 수 있고, 또 실질적이고 의식적인 범주와 구조로 이해될 수 있다면, 모든 윤리는 이 복잡한 현실을 포용할 수 있을 정도로 충분히 유동적이어야 한다.

1. 이데올로기(Ideology)와 성서 번역

이미 다른 연구에서 어떤 본문이든 그것을 번역하는 것은 결코 “중립적”이거나 객관적일 수 없다고 하였다. 이것은 본문의 번역이 진공 상태에서 일어나지 않는다는 것을 의미한다. 모든 번역은 특정한 장소에서 특정한 시기에 특정한 상태에서 이루어진다. 이 말은 번역에는 많은 요인들이 영향을 끼친다는 사실을 의미한다. 이러한 요인들 가운데서 인종과 계급과 성(性)과 삶의 과정과 신학적인 신념들과 정치적인 협력관계와 문화적인 특징들과 마케팅 등이 중요한 것들이라고 필자는 제시한다. 물론 위의 것들이 중요한 순서대로 열거된 것은 아니다. 이 모든 요인들은 모든 번역자들과 번역 팀의 “이데올로기”에 영향을 끼친다.

그런데 우리가 “이데올로기”라는 말로 정말로 의미하고자 하는 것은 과연 무엇인가? 다소 단순히 말한다면, 이데올로기는 인간의 삶과 문화를 규정하고 특징짓는, 실질적으로 존재하는 개념들을 체계화시킨 것이라고 할 수 있다. 어떤 의미에서 이것은 “세계관”(world-view)이라고도 할 수 있으며, 개인이나 집단이 현실을 이해하고 규정하는 방식과 관련된다. 어떤 사회의 “세계관”이 보이지 않는 “상식”의 요소라고 할 수 있듯이, “이데올로기”는 일반적으로 중립적으로나 순수한 것으로 보이지 않는다. 세계관은 부분적으로 건물의 기초에 비견되어 이해될 수 있다. 건물의 기초는 분명히 있기 마련이며, 또한 꼭 필요한 것임에도 불

구하고, 맨눈에는 보이지 않는 법이다. 이와 꼭 마찬가지로 다른 문화권에서 온 누군가가 어떤 문화권의 세계관을 밝혀주지 않는다면, 그 문화권의 세계관은 결코 인식될 수 없다. 따라서 우리는 세계관을 렌즈라고 이해할 수 있다. 그 렌즈를 통해서 특정 인간 공동체가 세계를 바라보는 것이다. 세계관은 바로 그러한 것으로서, 그것은 사람들 집단에서 미리 추측하고 미리 인식하는 현인(賢人)들과 관련이 있는데, 그것을 통해서 인간의 삶의 궁극적인 문제들에 대한 해답을 구하고자 하는 것이다.

본 연구의 목적을 달성하기 위해 우리는 세계관과 이데올로기를 차별화할 것이다. 이 둘의 주요한 구분은 누구든 자기의 세계관보다는 자기의 이데올로기를 잘 알고 있다는 가정에 근거할 것이다. 많은 경우에 이데올로기는 우리가 선택하는 것이다. 그래서 그 결과로 이데올로기는 주관성과 이해관계로 가득하다. 개인이나 집단이 가지고 있는 이데올로기의 종류는 참으로 많다. 몇 가지만 예로 들자면, 정치적 이데올로기, 종교적 이데올로기, 인식론적 이데올로기, 경제적 이데올로기, 사회적 이데올로기 등을 들 수 있다. 이러한 이데올로기들은 결코 순수하지도, 중립적이지도 않다. 하지만 그것들은 언제나 존재하기 마련이다. 따라서 어떤 본문을 번역한다고 할 때, 그 번역은 결코 순수하거나 중립적일 수 없다. “흠 없는 번역”이라는 것은 있을 수 없다. 이러한 현실을 우리는 받아들일 수밖에 없는데, 지금껏 이러한 현실이 어느 정도 설득력 있게 표현되었다. 이 사실은 번역 윤리에 대하여 토의하는 데에도 영향을 끼쳤다. 특별히 성서 번역 윤리에도 영향을 끼친 것은 당연하다. 우리는 “성서 번역의 역사는 이데올로기적인 문제들로 가득하다.”는 스탠리 포터(Stanley Porter)의 지적에 동의한다. 바로 이러한 이유 때문에, 성서 번역 윤리를 세울 때에는 이데올로기가 부단하고 지속적으로 존재한다는 것을 고려해야 한다는 사실을 지적하는 것이다. 만약에 성서 번역 윤리가 이러한 현실과 씨름하지 않는다면, 또는 이러한 사실을 전적으로 외면하기로 한다면, 그것은 신뢰할 수 없는 윤리가 될 것이다. 이 시점에서 우리는 이것이 결코 쉬운 일이 아니며, 또한 이미 해결한 문제도 아님을 인정한다. 기껏해야 우리는 윤리를 세우는 데 “이데올로기”의 현실을 끌어들이는 과정 가운데 있다고 말할 수 있을 뿐이다. 최종적이고 결정적인 해답을 바로 얻을 수는 없다. 이러한 상황을 고려하여, 우리는 실질적인 사례들을 고찰하면서 사례 연구를 진행해 나가고자 한다. 이 사례연구들은 가치 있는 요소들을 설명하고 제공할 것이다.

1.1. 이데올로기 - 사례 연구

아래의 사례들을 설명하고 논할 때, 1인칭 이야기체로 서술할 것이다.

1.1.1. 사례 1

1990년에 나는 국제성서공회(International Bible Society, 이하 IBS)의 새로운 번역 작업에 참여하였는데, 내가 구약성서 번역 팀의 책임자로 뽑혔습니다. 이 번역은 원어로부터 스페인어로 성서를 번역하는 작업이었습니다. 주석적인 문체와 문체나 판형에 대한 지침은 이미 주어졌습니다. 바로 영어 신(新)국제역(또는 뉴 인터내셔널 버전, 이하 NIV) 신약성서를 번역한 팀이 따랐던 지침과 똑같은 지침을 사용하기로 되어 있었던 것입니다. 번역 기준에 따라 말하자면, 문자적 번역(literal translation)과 기능 동등성 번역(functional equivalence translation) 중간쯤으로 번역하기로 되어 있었던 것입니다. 여기에는 네 가지 실천 원리가 주어졌습니다. 이 번역은 정확해야 했고(Accuracy), 아름다워야 했으며(Beauty), 뜻이 명확해야 했고(Clarity), 품위가 있어야 했습니다(Dignity). (이것은 NIV 번역 원칙 가운데 잘 알려진 ABCD인데, 이것에 대해서는 여기서 따로 언급하지 않겠습니다)

번역 작업이 시작되자마자, 어떤 단어를 대문자로 쓸 것이며, 어떤 단어를 소문자로 쓸 것인지에 관련하여 논쟁이 벌어졌습니다. 스페인어는 대문자를 잘 사용하지 않는 언어입니다. 책 제목이나 논문 제목 등에서도 첫 자만이 대문자로 표기됩니다. 언어 이름이라든지, 월, 요일 등은 소문자로 표기됩니다. 스페인어 신(新)국제역(*Nueva Versión Internacional*, 이하 NVI)을 번역하는 과정 가운데 구약성서에서 “영”(spirit)을 대문자로 쓸지 아니면 소문자로 쓸지 문제가 일어났던 것입니다. 특별히 이 단어가 명백하게 하나님의 영을 가리킬 때 말입니다. 마케팅과 관련된 문제점들이 드러났지만, 그렇다고 그것들이 가장 심각한 문제점은 아니었습니다. 논쟁은 팽팽하였습니다. 구약성서 팀은 만장일치로 “영”의 소문자 표기를 선호하였던 반면에, 신약성서 팀은 그 단어를 대문자로 표기할 것을 주장하였기 때문입니다. 그러자 곧 이 논쟁에서 이데올로기적인 요인들이 영향을 끼치게 되었습니다. 매우 중요한 것 가운데 하나는, 구약성서가 신약성서의 빛 가운데서 해석되어야 한다는 전제였습니다. 이것은 우리가 신약성서의 눈으로 구약성서를 읽고, 해석하고, 번역해야 한다는 것을 의미합니다. 반면에 저를 대표로 하는 구약성서 팀은 대문자로 표기함으로써 분명히 드러나는 신약성서의 성령 개념을 가지고 구약성서의 문맥을 해석하는 것은 옳지 않다고 주장하였습니다. 뜨거운 논쟁을 많이 불러일으킨 중요한 문맥은 창세기 1:2였습니다. 이 구절은 다양하게 해석될 수 있는 여지가 많습니다. 논쟁은 수 년 동안 계속되었

습니다. 결국은 신약성서의 이데올로기가 승리를 거두고 말았습니다. 고대 본문에 대한 신중한 주석 작업에 근거하여 최종적인 결정이 내려진 것이 아닙니다. 분명히 이데올로기에 근거를 둔 해석으로 그렇게 된 것입니다. 모든 번역자들이 참여하여 최후 투표를 실시하였습니다. 구약성서 팀에 속한 번역자들의 수보다 신약성서 팀에 속한 번역자들의 수가 더 많았기 때문에 “영”이라는 단어는 NVI 구약성서 전반을 통해서 거의 대문자로 표기되었습니다.

이것이 윤리적으로 옳은 결정입니까? 어쩌면 우리는 올바른 윤리적인 과정이 뒤따랐는지 물어보아야 할 것입니다. 어떠한 요인들이 이 논쟁에서의 결정과 최종 결과에 영향을 주었습니까? 분명히 이데올로기적인 요인이 중요하였습니다. 그렇지만 우리는 마케팅 문제를 잊을 수 없습니다.(이것에 대해서는 아래에서 논하도록 할 것입니다) 이제 다음과 같은 사실은 분명히 확실해졌습니다. “영”을 대문자로 표기하지 않음으로써 일어날지 모를 부정적인 반응에 대해서 신약성서 번역자들이 훨씬 더 많이 걱정한다는 사실입니다. 이것에 대해서는 이후에 1995년에 나온 레이나 발레라(Reina Valera) 성서와 관련하여 조금 더 언급하고자 합니다.

하지만 문제는 여전히 남습니다. 이와 같은 상황에서라면 어떤 종류의 윤리적 기준이 제시되어야 하는가 하는 것입니다. 아마도 이와 같은 경우에 “제각각 충실”이라는 문제가 나타남을 우리는 인정해야 할 것입니다. 많은 종류의 “충실”이 있겠지만 몇 가지만을 예로 든다면, 구약성서에 대한 충실, 신약성서에 대한 충실, 번역 전통에 대한 충실, 후원 집단에 대한 충실, 성서독자들에 대한 충실 등을 들 수 있습니다. 의심 받을 여지가 없는 번역자가 드물다는 핼(Pym)의 지적은 옳습니다. 아니, 성서 번역자들 가운데 의심과 비판을 받지 않을 사람은 하나도 없을 것이라고 감히 말할 수 있습니다. 마치 위에서 언급한 것들이 특정 신앙 공동체에서 특별히 더 많은 의심을 불러일으키는 것과 마찬가지로입니다. 그래서 여기서 따를 만한 윤리적 규칙이라는 것이 있습니까? 제 개인적인 경우에서 볼 때, 여기서 직업 윤리가 개인 윤리보다 우선합니까? 이와 같은 경우에 체스터먼(Chesterman)이 제안한 대표 윤리(ethics of representation)가 과연 도움이 되겠습니까? 아마도 아닐 것입니다. 왜냐하면, 대표 모델의 약점 가운데 하나는 완벽한 상응어(相應語) 또는 완전하게 정확한 “대표”를 설정하는 것이 불가능하기 때문입니다. 더군다나 우리가 탁월성을 추구한다면, 이 상황에서 탁월성을 어떻게 정의해야 하겠습니까? 이 시점에서 제가 해답보다는 문제를 더 많이 가지고 있음이 분명해져야 합니다.

1.1.2. 사례 2

위에서 언급한 것과 같은 프로젝트, 즉 NVI 스페인어 성서 번역 작업에서 또 다른 뜨거운 문제가 수면 위로 떠올랐습니다. 역사적으로 오래된 전통적인 스페인어 번역 성서에서 요한복음 1:1은 다음과 같이 번역되어 있습니다. “En el principio era el Verbo.”(태초에 동사(verb)가 있었다.) 레이나가 번역할 때, “로고스”를 영어의 “verb”에 해당하는 스페인어 단어인 “verbo”로 번역한 것입니다. 수 세기에 걸쳐 이것이 받아들여졌고, 가톨릭에서나 프로테스탄트 양측 모두에서 공인 번역으로 인정을 받았습니다. 하지만 20세기에 들어와서 출판된 많은 새로운 번역본들, 예를 들면, 디오스 하블라 호이(*Dios Habla Hoy*)라든지 엘 리브로 엘 푸에블로 데 디오스(*El libro pueblo de Dios*)라든지 또는 칸테라 이글레시아스(*Cantera Iglesias*) 등, 그 외에도 많은 번역본들이 “로고스”를 “palabra”(word)로 번역하기로 결정하였습니다. 여기서 한 가지 인정해야 할 것이 있는데, 그것은 전통이 너무나도 확고하게 자리를 잡았다는 것입니다. 그래서 레알 아카데미아 에스파놀라(*Real Academia Española*)에서 나온, 가장 유력한 스페인어 사전에서 “verbo”라는 단어를 찾아보면, 그 단어의 첫 번째 의미가 다음과 같이 나옵니다. “성삼위의 두 번째 인격”(segunda persona de la Santísima Trinidad).

NVI 번역 프로젝트가 있기 수 년 전에, 로고스의 가장 정확하고 바람직한 번역은 “palabra”(word)라고 이미 학자들은 결론내린 적이 있습니다. 그 후로, 논리적으로 그리고 주석적으로 볼 때, 요한복음 1:1의 로고스에 대한 가장 정확한 번역은 “palabra”였습니다. 그렇지만, 또 다시 이데올로기적인 문제들과 전통이 발목을 붙잡았습니다. “Verbo”라는 단어가 신학적으로나 영적으로 매우 중요하기 때문에, 번역자들은 그 단어를 쉽게 바꿀 수 없었습니다. 결국 많은 토의와 논쟁을 거친 후에 투표를 하게 되었는데, 전통이 우세하였습니다. NVI 성서가 최신의 현대적 학문을 토대로 하고 있다고 스스로 자랑함에도 불구하고, 이 점에서만은 전통과 이데올로기의 압력에 굴복하였던 것입니다.

윤리적인 문제가 또 다시 대두되었습니다. 핼(Pym)은 팀워크에 대해서 많은 말을 하고 있습니다. 그는 성서 번역이 한 개인의 번역이어서는 안 된다고 주장합니다. 전적으로 동의합니다. 하지만 방금 언급한 경우에는, 이데올로기의 제약과 압력으로부터 번역 과정을 해방시키는 데 팀워크가 별로 도움이 되지 않았습니다. 반면에, 어떤 한 사람이 그 사람의 능숙한 번역 기술 때문에 성서를 번역하는 권한을 부여받으면, 사람들은 제가 “기술 서스펜션”(skill suspension)이라고 부를 윤리를 의심하게 될 것입니다. 특정한 번역 방식을 선택할 때, 그 번역자는 잠시 자신의 기술을 보류하고는 오히려 이데올로기에 특별한 위치를 부여합니다. 그 이데올로기를 유산으로 받은 것이든 아니면 다른 방식으로 얻게 된 것이든 말입니다. 이러한 방식으로 질 좋은 번역이 가능할지 저는 회의적입니다.

또 다른 실례를 들겠습니다. 미 대륙에서 세계성서공회연합회(United Bible Societies)가 1960년의 레이나 발레라(*Reina Valera*) 성서를 개정하면서 대담한 조치를 취하였다는 사실을 꼭 언급해야 할 것입니다. 이 개정판은 1995년 판 레이나 발레라로 알려져 있습니다. 이 성서에 보면, 창세기 1:2에 “... espíritu de Dios”(spirit of God)로 되어 있습니다. 주석적 작업의 결과 영(spirit)을 대문자로 표기하지 않기로 결정하였는데, 이것 때문에 많은 갈등과 논쟁이 일어났습니다. 사실, 이것은 마케팅에 관한 문제가 되었습니다. 왜냐하면, 수 년 동안 이 개정판이 교계에서 거부되었기 때문입니다. 오늘날, 점점 더 많은 교회 지도자들과 각국의 성서공회들이 1995년 개정판을 받아들이고 있기는 하지만, 그 과정은 매우 천천히 진행되고 있습니다. 아래에서 언급되겠지만, 마케팅과 경쟁력의 문제가 또한 번역 작업에서의 윤리적 판단의 중요한 요인이 되었습니다. IBS가 1999년에 출판한 NVI는 세계성서공회연합회의 1995년판 레이나 발레라 성서와 경쟁하게 된 성서입니다. 구약성서에서 영을 대문자로 표기함으로써 NVI는 라틴 아메리카의 보수적인 프로테스탄트에서 어느 정도 유리한 위치를 차지할 수 있었습니다.

1.1.3. 사례 3

이제 나오게 될 사례 연구는 서로 다른 문화들과 이데올로기들이 영향을 끼치는 상황을 보여줍니다. 북부 아르헨티나에서 토바(Toba) 공동체와 함께 구약성서 번역 프로젝트를 시작하였는데, 금방 그 부족의 “추장”(cacique)의 반대에 직면했습니다. 그는 1981년에 출판된 신약성서 번역에 참여하기도 하였던 사람입니다. 분명히 그 사이에 토바 공동체 안에서는 자비로우신 하나님에 대한 신학이 발전하였습니다. 그런데 구약성서를 번역하다 보니, 때때로 하나님이 질투의 하나님으로, 또 화를 내시는 하나님으로 묘사되는 것이 발견되었습니다. “추장”은 토바 공동체가 이것을 받아들이지 못한다고 알려주었습니다. 따라서 그는, 하나님을 사람과 같은 모습으로 묘사하는 이러한 형용사들을 번역하기를 거부하였습니다. 왜냐하면 이러한 형용사들은 하나님의 권위를 떨어뜨리며, 그 공동체 안에서 하나님의 명성이 크게 흔들릴 것이었기 때문입니다.

이러한 상황에 직면하자 다음과 같은 체스터먼(Chesterman)의 물음이 떠올랐습니다. 번역자의 윤리적인 책임이 중단될 때, 우리는 어떻게 결정해야 하는가? 그리고 과연 그것이 중단될 수 있는 것인가? 위와 같은 경우에, 번역 컨설턴트와 번역자의 윤리적 책임은 어디서 중지되는가? 체스터먼(Chesterman)이 제기한 윤리적 모델에 이의를 제기하는 것은 바로 이와 같은 경우들입니다. 그는 다음과

같은 도덕적 가치들, 즉 다른 사람들을 배려하려는 믿음(trustworthiness)과 정직(truthfulness)과 공평(fairness)과 용기(courage)라는 가치들을 토대로 이론적인 틀을 발전시킵니다. 그리고 나서 이 모든 것들이 “이해”에 종속되어야 한다고 제안합니다. 하지만 우리는 곧바로 이러한 질문을 제기할 수 있습니다. 누구의 이해라는 말인가? “추장”의 이해를 인정해야 한다는 것인가? 아니면, 번역 컨설턴트의 이해인가? 어떤 경우이든 간에, 문제가 되는 또 다른 논쟁점이 있는 것 같습니다. 말하자면, 그것은 “번역 대본의 본문을 고치는 것”입니다. 번역 대본의 본문을 고치는 일은 번역자의 책임의 범위 밖에 놓여있다고 핼(Pym)은 주장하는데, 올바른 지적입니다. 번역 대본의 본문은 “기정 사실”(fait accompli)로 간주되어야 합니다. 이 말은, 만약에 번역 대본의 본문이 질투하는 하나님에 대해서나 화를 내는 하나님에 대해서 말하고 있다면, 그 본문이 변경되어서는 안 되며, 또한 미묘하게 바뀌어도 안 된다는 것을 의미합니다. 표면적으로 볼 때, 이것은 번역 컨설턴트나 번역자들을 위한 손쉬운 해결책인 것처럼 보입니다. 하지만 만약에 추장이 이 번역 프로젝트와 이 프로젝트에서 최종적으로 만들어낸 번역본을 승인하지 않는다면, 그 공동체에서 아무도 이 번역본을 읽지 않으리라는 것은 분명합니다. 그러므로 이데올로기라든지 번역 대본을 고치는 것과 더불어 힘(권력)의 문제도 윤리적 판단이라는 장(場)에서 중요한 요인이 됩니다. 그러나 아마도 다음과 같은 질문이 가장 중요한 질문일 것입니다. 즉, 우리는 그 공동체가 이 번역을 읽기를 원하는가? 이런 질문들은 어디서나 나타날 수 있음을 다시 한 번 밝힙니다.

2. 마케팅과 성서 번역

2006년 3월 27일, 구글(Google)에서 “마케팅과 성서와 번역”을 검색해보니, 0.41초 만에 2,040,000개나 되는 검색 결과가 나왔다. 마케팅과 성서 번역의 관계는 대다수의 종교 공동체들이 어느 정도 의식적으로 무시하려고 하는 것이다. 성서 번역을 수행하는 많은 비영리적인 기구들과 단체들은 이러한 현실을 최소화시키려고 한다. 더 나아가서, 우리는 핼(Pym)이나 체스터먼(Chesterman)이나 타우너(Towner)나 리오타드(Lyotard)나 비트겐슈타인(Wittgenstein) 중에 아무도 이 문제를 “명백하고 공공연하게” 다루지 않는다는 인상을 받는다. 다른 사람들도 마찬가지이다. 물론 이 문제를 다음과 같은 질문의 형태로 던지지 언급하지는 않는다. 성서를 번역할 때, 고객, 즉 독자는 누가인가, 그 고객이 바라는 것은 무엇인가 등이 논의되는 것이다. 이것은 마케팅이 성서 번역에 영향력을 끼치는 현실

과 그 강력한 힘이 실제로 존재한다는 것을 인식하는 데로 나아가는 첫 걸음일 뿐이다. 이것이 성서를 소위 “소수 민족 언어”로 번역하는 번역 프로젝트에서는 크게 중요하지 않다는 것을 우리는 인정한다. 소수 민족 언어에서는 성서 번역의 긴 역사적 전통 같은 것이 없으며, 기존의 성서 번역 역시 없기 때문이다. 하지만 긴 역사를 갖고 있는 가톨릭 전통이나 프로테스탄트 전통이 지배하는 대륙의 독자들을 위해서 스페인어와 같은 소위 “주요 언어”로 성서를 번역하는 작업에서는 마케팅이 끊임없이 중요한 변수로 등장한다.

아마도 마케팅에 대한 가장 널리 인정받는 이해는, 마케팅이란, 성서 번역을 계획하고 그것을 실행하는 과정을 포함하며, 가격을 책정하고, 상품을 보급하고, 판매를 촉진하며, 서비스를 제공하고, 개인적인 차원의 반감과 조직적인 차원의 반대를 무마할 수 있는 아이디어를 찾아내는 것이라고 할 수 있다. 개인적인 차원의 반감과 조직적인 차원의 반대를 무마할 수 있는 아이디어를 찾아내는 것이야말로 우리의 연구 목적에 가장 중요한 것 같다. 다른 말로 표현하자면, 어떻게 하면 상품의 보급과 판매 촉진에 대한 반대를 무마시키면서 동시에 번역 윤리를 수립할 수 있겠는가 하는 것이 중요하다는 것이다.

오늘날 주요 언어로 성서를 번역할 때에는, 대단히 많은 비용이 투입된다. 성서 번역의 책임을 맡고 있는 비영리 조직은 새로 번역되어 나오는 성서가 여러 가지 반대 의견들을 잘 무마하고, 그래서 처음 투자된 비용의 전부는 아니라 하더라도, 적어도 다른 프로젝트에 착수할 수 있도록 최소한 어느 정도만이라도 투자 비용을 회수할 수 있기를 바란다. 그러므로 번역 프로젝트에 참여한 사람들 사이에서 반대 의견을 무마하는 일은 매우 중요한 일이다. 타우너(Towner)가 지적한 바와 같이, 어떤 프로젝트에서건 성서공회라든지 아니면 특정 교단 등 적어도 하나 이상의 단체가 반대 의견을 무마하려고 노력한다. 아래의 사례들에서 보게 될 텐데, 이러한 이해 집단들과 또 다른 이해 집단들은 번역자나 번역 팀에 엄청난 압력을 행사할 수 있다.

아래에 제시될 사례들은 마케팅과 이데올로기의 압력 사이의 흥미로운 오버랩을 드러내 보인다. 성서 번역 윤리에 대하여 논의하고 그러한 윤리를 세우는데 이러한 문제들이 가장 먼저 고려되어야 함을 논증하는 것이 우리의 의도이다.

2.1. 마케팅 - 사례 연구

또 다시 1인칭 이야기체로 돌아가겠다.

2.1.1. 사례 1

거의 10년 동안 나는 세계성서공회연합회의 최신 스페인어 번역 프로젝트에 참여해오고 있습니다. 쉬운 현대어로 성서를 번역하는 것이 이 프로젝트의 목적인데, 말하자면 성서의 메시지를 전달하는 것이 가장 중요한 목적인 셈입니다. 신약성서는 2000년에 출판되었는데, 이 번역본의 제목은 현대어 번역 성서 (*Traducción en Lenguaje Actual*, 이하 TLA)입니다. 이것은 실로 혁신적인 성서 번역입니다. 본문 전체가 재구성되었습니다. 반응은 긍정적이라고 하기에 부족할 정도로 좋았습니다. 많은 교회 지도자들은 이 성서가 아이들을 위한 것이라고 여기고 이것을 받아들인다는 점을 저는 부분적으로 인정합니다. 아이들에 대해서 생색내는 듯한 태도는 언제나 있었습니다.

베네수엘라의 가톨릭 주교에게서 이 번역 성서 100,000부를 주문 받고서 미대륙에 있는 출판사는 무척이나 기뻐하였습니다. 누군가가 그 주교로 하여금 누가복음 2:7의 번역에 주목하도록 하기 전까지는 그야말로 모든 것이 잘 풀려가고 있었습니다. 그 구절의 본문은 스페인어로 “*primer hijo*”(first-born son, 첫 아들)라고 되어 있습니다. 반면에 전통적인 스페인어 번역은 “*primogénito*”인데, 이 단어가 의미하는 뜻은 하나밖에 없습니다. 첫 아들(first born)입니다. 하지만, 이 단어는 오늘날 일상 생활에서 사용되는 단어가 아닙니다. 더군다나 대다수의 아이들은 이 단어를 이해하지 못합니다. 그럼에도 주교는 전통적이고 역사적인 단어를 사용할 것을 주장하였습니다. 왜 그랬겠습니까? 이 주교에게는 “*primogénito*”라는 단어가 첫 아들을 의미할 뿐만 아니라, “유일한” 아들을 의미하기도 하기 때문입니다. 말하자면, 이데올로기적인 전제(선입견)가 작용한 것입니다.

한 쪽에서는 이데올로기적인 이유로 압력이 가해집니다. 출판 쪽 사람들도부터도 압력이 가해지는데, 재정과 마케팅 위주의 압력입니다. 왜 전혀 해롭지 않은 단순한 단어 단 하나 때문에 100,000부나 팔 수 있는 기회를 놓쳐야 하겠습니까? 이 단어 하나가 어찌면 더 심각한 거부로 이어질 수도 있습니다. 이 모든 것의 아이러니는 이 신약성서가 이미 공식적인 인증을 받았다는 데 있습니다. 이미 바티칸 성서 위원회(Vatican Bible Commission)의 일원인 레보라티(Monseñor Armando Levoratti)가 신중하게 검토한 후에 이를 승인하였고, 또한 온두라스 공화국의 수도인 테구시갈파의 대주교와 라틴아메리카 주교회의(Consejo Episcopal Latinoamericano) 의장의 공식 승인서를 첨부하여 출판하였던 것입니다.

우리 가운데 번역을 담당하는 사람들이 이 문제를 처리해야 했습니다. 이때 우리는 어떤 윤리적 요인들을 적용해야 하겠습니까? 이 본문을 고치는 데는 언어

적인 이유라든지, 주석적인 이유, 또는 번역상의 이유 같은 것은 분명히 없습니다. 본문을 고치려는 유일한 이유는 100,000부를 팔고자 하는 욕구를 충족시키려는 것뿐입니다. 다른 한편으로 이러한 행위는 이 본문을 만들 때 우리가 채용하였던 번역 철학을 손상시킵니다. 우리의 연구에 따르면, “primogénito”라는 단어는 아이들이 쉽게 이해하지 못하는 단어임이 명백합니다.

질문들은 계속 이어집니다. 마케팅과 관련하여 막강한 힘을 가지고 있는 누군가가 번역된 성서 본문을 고치라고 요구할 때마다 그것을 고쳐야 하겠습니까? 성서 번역 작업을 할 때 “충분하다”고 할만한 때가 과연 있겠습니까? 번역자로서 우리가 따라야 할 “제롬의 서약”(Hieronymic Oath) 같은 것이 있을 수 있습니다. 우리는 도덕적 가치들에 기초한 윤리를 포용할 수 있으며, 더 나아가서, 개인 윤리와 직업윤리를 차별화하는 능력을 가질 수도 있습니다. 하지만 “돈에 좌지우지하는” 번역자들이 차라리 입 다물고 가만히 있든지 아니면 행동으로 무엇인가를 보여준다면, 우리가 받아들이는 근원적인 메시지는 분명히 있는 것 같습니다.

2.1.2. 사례 2

어떤 나라의 성서공회가 TLA에 반기를 들었는데, 문제는 요한1서 5:16-17이었습니다. 번역자인 우리는 그 본문의 의미를 깊이 논의하였습니다. 연구를 많이 한 후에, 요한서신에 대한 세계성서공회연합회 핸드북을 포함하여 매우 훌륭한 주석서들이라고 여겨지는 것들을 따르기로 결정하였습니다. 이 단락에서 “죽음”은 문맥상 매우 모호한데, 우리의 번역은 본문에서 말하는 죽음이 단순한 “죽음”이라기보다는 “영적인 죽음” 또는 “영원한 죽음”을 가리키는 것이라고 해석하였던 것입니다.

이것에 불만은 품은 그 성서공회는 라틴 아메리카 여러 성서공회 총무들에게 편지를 보냈습니다. 우리 번역자들이 이미 출판된 신약성서에서 이 본문의 번역을 고치지 않는다면, TLA 전체를 배포하지 않겠다고 협박한 것입니다. 그들의 요구는, 번역자들이 본문을 고쳐서, 기존의 전통적이고 문자적인 번역처럼 이 본문이 그냥 모호한 채로 남아 있도록 하는 것이었습니다.

또 다시 본문을 고쳐야 하는 결정을 내릴 처지가 되었는데, 이것 역시 주석적이거나 역사적이거나 언어적인 이유 때문이 아니었고, 어떤 “상위 윤리” 때문도 아니었습니다. 본문 변경은 순전히 선입견 이데올로기에 기인하였는데, 그 이데올로기는 그 나라의 성서공회와 관련을 맺고 있는 대다수의 사람들이 인정하는 것이었습니다. 그리고 나서 바로 그 성서공회는 남미 대륙의 나머지 성서공회들

에도 같은 종류의 이데올로기적인 압력을 행사하였습니다. 어찌 되었든 간에, TLA 제품을 배포하지 않겠다는 위협은 분명히 마케팅을 옥죄는 압력이었습니다. 이러한 대규모의 번역에 엄청난 투자가 필요하다는 것은 매우 분명합니다. 라틴 아메리카의 다양한 지역에서 온 사람들이 이 프로젝트에 참여하였습니다. 모두들 자기 출신 지역의 특징을 나름대로 대표하고 있기도 합니다. 모든 번역 단계에서 다양한 학제를 포괄하는 팀을 구성하는 것이 목적이었습니다. 그러니 이 모든 것에는 대단한 비용이 투입됩니다.

최종 결과는 본문의 변경이었습니다. 이 위협에 굴복하여 우리는 본문을 고쳐야만 했던 것입니다. 마케팅 압력 때문에 전문가인 우리들이 훨씬 더 나은 번역이라고 여긴 그 번역을 포기하였습니다. 여기에 영향을 끼친 윤리가 있다면, 어떤 윤리입니까? 어느 정도까지 우리는 윤리적인 명령이 대본의 본문을 잘 설명해야 한다는 “대표 윤리”를 말할 수 있습니까? 아마도 여기서서 서비스 윤리, 즉 고객이 번역의 목표를 설정하고 번역자는 그것을 받아들이고 협상하는 그러한 윤리가 더 강하게 작용한 것 같습니다. 그러나 우리의 경우에는, 고객이 번역의 목표를 설정하지 않았기 때문에 그 상황이 사뭇 다르다고 할 수 있습니다. 우리의 경우에서 고객은 상품이라고 할 수 있는 번역을 받아들이고, 또 고객이 상품에 영향력을 행사하는 것입니다.

이 문제와 관련하여, 도덕적인 딜레마가 발생하였을 때, 번역 윤리는 역점을 두고 그 문제들을 다루어야 하지만, 쓸데없이 그런 문제를 일으켜서는 안 된다는 핼(Pym)의 견해가 떠오릅니다. 요한1서 5:16-17에 대한 우리의 번역이 쓸데없이 도덕적 딜레마를 일으켰습니까? 이 번역이 도덕적 딜레마를 제기하였다고 자신 있게 말할 수는 없습니다. 반면에 마케팅에 대한 위협 때문에 본문을 고치도록 압력을 받는 우리 번역자들은 도덕적 딜레마에 직면해 있습니다.

2.1.3. 사례 3

각국 성서공회 총무들 가운데 어떤 사람이 오순절과의 특징을 보이는 교계에서 활동하다가 돌아왔는데, 그때 또 다른 문제가 제기되었습니다. 그는, 사람들이 TLA에 대하여 말하는 비판적인 소문에 불안해하였습니다. 곧바로 그는 고객을 잃을지도 모른다는 자신의 걱정거리를 사람들에게 알리기 시작하였습니다. 사실, 그는 예수님의 제자 가운데 두 사람이 엠마오로 가는 것을 보도하는 누가복음 24:13의 본문을 고칠 것을 제안하기도 하였습니다. TLA에서 우리는 이렇게 번역하였습니다. “dos de los seguidores”(제자 가운데 두 사람). 이때 제기된 문제는, 여기서 말하는 두 제자는 부부 한 쌍, 즉 남편과 아내일 수도 있다는 해

석에 근거하는 것이었습니다. 왜냐하면, 스페인어로 “seguidores”는 남성이기 때문에, TLA의 번역은 여기 나오는 두 제자가 남편과 아내일 수 있다는 가능성을 완전히 없앱니다.

또 다시 여기서도 문제는 주석적이라든지, 언어적이라든지, 번역상의 문제가 아니었습니다. 이 단락에 나오는 “그들 가운데 두 사람”이 남편과 아내일 것이라고 이해할 수 있는 주석적 근거나 역사적 근거가 전혀 없습니다. 그렇지만 고개를 잃어버릴 수도 있다는 가능성이 충분한 압력을 불러 일으켰습니다. 그래서 번역자들은 또 어떤 번역이 가능한지 고민해야만 했습니다.

2.1.4. 사례 4

라틴 아메리카 프로테스탄트 교계에서 아직도 지속되는 논쟁은 “여호와”라는 이름의 사용에 관련된 것입니다. 프로테스탄트 그룹에서 가장 일반적으로 받아들이는 번역은 레이나 발레라입니다. 여러 번 개정되는 가운데서도 이 성서에서 테트라그람마톤, 즉 하나님의 이름은 언제나 여호와입니다. 요즘 나오는 새로운 번역들은 “주님”(Señor)을 선택하였습니다.

흥미로운 일화가 있습니다. 요즘 급성장하는 신(新)오순절과 교회가 있습니다. 이글레시아 유니버살 델 레이노 데 디오스(Iglesia Universal del Reino de Dios)라고 하는 매우 큰 교단인데, 이 교단의 관계자들이 성서공회를 방문해서, 다음과 같은 요구를 하였습니다. 자신들은 1960년 판 레이나 발레라 성서를 원하는데, 다만 여호와라는 이름을 빼달라고 하였습니다. 여호와 대신에 주님(Señor)을 쓰는 것이 좋겠다는 것이었습니다. 만일 그 나라의 성서공회가 자신들이 원하는 본문을 가진 성서를 만들어주지 않는다면, IBS에서 출판하는 NVI를 구입하여 사용하겠다고 하였는데, 그들의 이러한 요구도 대단한 압력으로 다가왔습니다.

그래서 그 나라 성서공회 총무는 세계성서공회연합회의 남미 지역 번역 책임자(ATCO)인 빌 미첼 박사(Dr. Bill Mitchell)에게 편지를 보내서, 여호와가 빠지고 주님(Señor)이 들어가 있는 1960년 판 레이나 발레라 성서를 곧바로 출판할 수 있게 허락해달라고 요구하였습니다. 그 요구는 거절되었습니다. 당연히 그래야 합니다.

이러한 요구와 관련된 문제점은 이것이 순전히 경쟁과 마케팅 압력에 기인한다는 것입니다. 이 신(新)오순절과 교회는 수만, 아니 수십만 권의 성서를 구입할 지도 모릅니다. IBS에 시장을 내어주는 것이 세계성서공회연합회에 속하는 그 나라 성서공회로서는 결코 즐거운 일일 수 없습니다. 하지만 정작 문제는 이러한

요구를 공식적으로 전달했을 때, 윤리적인 고려가 전혀 없었다는 것입니다. 이 상황에서 작용한 유일한 기준은 시장 지향적인 것이었습니다. 제대로 된 질문조차 한 번 하지 못하였습니다. 레이나 발레라라는 이름으로 나오는 성서의 본문이 도대체 어느 정도까지 바뀔 수 있겠습니까? 이것이 바로 다음에 이어질 사례에서 제기되는 근본적인 문제입니다. 한 단어를 “찾아 바꾸는” 단순한 작업을 할 수 있는 권한이 도대체 누구에게 있겠습니까? 이런 작업을 한다고 할 때, 원문(source text)을 존중하려는 생각이 조금이라도 있는 것입니까? 또 그렇게 한다는 것은 어떤 의미가 있습니까? 마케팅 현실에 구속되거나 영향 받지 않는 윤리, 바로 그러한 윤리가 뒷받침하는 타당한 결정을 내려야 할 텐데, 그러기 위해서는 먼저 이와 같은 어려운 질문들을 제기해야 합니다.

2.1.5. 사례 5

제가 제시할 마지막 사례는 긴 역사를 가지고 있는, 매우 복잡한 문제입니다. 이미 1994년에 미 대륙의 몇몇 성서공회들은 레이나 발레라 성서의 라틴 아메리카 버전을 만들어줄 것을 요구하였습니다. 처음에는 이 제안이 몇 가지 이유 때문에 크게 주목을 받지 못하였습니다. 그 이유들을 일일이 여기서 언급할 필요는 없을 것입니다. 얼마 뒤에 많은 성서공회들이 이 문제를 다시 한 번 제기하였습니다. 물론 그때와 지금은, 그 동기에 어느 정도 차이가 있기는 합니다. 레이나 발레라 성서가 시장을 지배했었는데, NVI의 출판으로 레이나 발레라 성서가 크게 위협을 받게 되었던 것입니다. 결국, 몇 해에 걸쳐 세 가지 제안이 나왔고, 세계성서공회연합회의 번역 담당 부서에 그것들이 제출되었습니다. 우리가 아래에서 곧 보게 되겠지만, 각 제안마다 독특한 점이 있습니다. 하지만 모든 제안들에는 공통분모가 있는데, 그것은 바로 시장의 절박한 현실입니다.

첫 번째 제안은 아르헨티나성서공회(Sociedad Bíblica Argentina)에서 나왔습니다. 이 첫 번째 제안이 제기되자, 남아메리카의 다른 성서공회들이 연쇄적으로 이 제안에 찬성하였습니다. 본래 이 계획은 1995년 판 레이나 발레라 스페인어 성서의 언어를 손보는 것이었습니다. 라틴 아메리카 스페인어 용법에 맞도록 말입니다. 기본 본문은 텍스투스 레셉투스(Textus Receptus)였는데, 그것을 그대로 유지하기로 하였습니다. 이것을 제안하는 근본적인 요지는 레이나 발레라 1995 라틴 아메리카 판(Reina Valera 1995 Edición Latinoamericana)만이 NVI와 경쟁할 수 있는 유일한 수단이라는 것이었습니다. NVI는 독자들에게 다음과 같은 공격적인 마케팅 메시지를 전하였습니다. ① NVI는 현대 라틴 아메리카 스페인어로 번역되었다. ② NVI는 오늘날 우리에게 전해지는 가장 우수한 사본들을 기초

한 본문을 사용하였다. ③ NVI 번역에 참여한 모든 번역자들은 라틴 아메리카의 전문가들로서 모두 “복음주의자”들이다.

첫 번째 제안의 대안으로 나온 두 번째 제안을 처음 시작한 것은 스페인성서공회(Bible Society in Spain)였습니다. 새로 나올 성서의 이름은 레이나 발레라 1995년 2판(Reina Valera 1995 Segunda Edición)이었습니다. 이 제안에는 다음과 같은 내용이 들어있습니다. ① 레이나 발레라 1995년 2판은 신약성서 대본으로 네스틀레-알란트 그리스어 신약성서를 사용하며, 바뀐 부분은 각주에 표기한다. ② 테트라그램마톤, 즉 하나님 이름을 여호와로 표기하지 않고, 주(Señor)로 한다. 그 이후에, 라틴 아메리카 스페인어 용법에 맞도록 본문을 개정하는 것으로 되어 있었습니다. 위의 두 제안들은 모두 1995년 판 레이나 발레라를 원문(source text)으로 삼고 있습니다.

세 번째 제안은 미국성서공회(American Bible Society)가 내놓았습니다. 여기서 분명히 말해둘 것이 있는데, 그것은 미국성서공회의 제안이 1995년 판 레이나 발레라와 관련된 것이 아니라, 1960년 판 레이나 발레라와 관련되어 있다는 것입니다. 1960년 판 레이나 발레라 성서의 판권을 미국성서공회가 가지고 있는 것은 누구나 아는 사실입니다. 이제 2001년에 나온 이 세 번째 제안의 일부를 직접 인용하여 소개하도록 하겠습니다.

목적

북아메리카와 라틴 아메리카의 신세대 독자들과 교회 지도자들의 언어로 1960년 판 레이나 발레라 개정본(RVR 1960)의 본문을 새롭게 그리고 철저하게 개정하는 것이 목적이다.

배경

RVR 1960은 미국뿐만 아니라 라틴 아메리카의 스페인어를 사용하는 복음주의 교회와 주류 프로테스탄트 교회에서 가장 많이 읽히는 번역 성서이다. 목회자들과 교회 지도자들이 선호하는 이 성서 본문은 가정에서만 아니라 교회의 예배에나 성경 공부에도 널리 사용되고 있다. RVR은 영어 성서인 KJV에 비견될 만하다. KJV가 텍스트스 레캡투스에 근거하고 있으며, 또한 복음주의 교회에서 가장 널리 사용되는 것과 같이 이 성서 또한 그러하다. 하지만, KJV과는 달리 RVR은 복음주의 계열뿐만 아니라 주류 프로테스탄트에서도 가장 널리 사용되고 있다.

RVR 1995는 1960년 개정판의 구시대적인 언어를 새롭게 고치려고 기획되었다. 그러나 RVR 1995가 RVR 본문을 충분히 개정하지 못하였기 때문에 NVI와의 경쟁에서 그만 **경쟁력을 잃고 말았다**(필자의 강조). 포플라 버전(Versión Popular, 또는 Dios Habla Hoy)은 복음주의와 가톨릭 청소년 모두를 대상으로 고안되었다. 6학년 정도의 어린이들이 읽을 수 있는 수준으로, 영어 성서의 GNB/TEV에 해당한다. 쉬

운 말 성경(Biblia en Lenguaje Sencillo, BLS)은 3학년 정도 수준의 어린이들을 위한 것으로, 영어 성서의 CEV에 해당한다. 시장조사 결과, RVR은 이미 그 이름만으로도 사람들이 매우 선호하는 번역이며, 교회에서도 이 성서가 가장 애독된다는 것이 밝혀졌다. 하지만 RVR 1960에 사용된 언어는 카스티야 스페인어(스페인 본토에서 주로 사용되는 스페인어, 역자 주)인데, 많은 사람들은 이 카스티야 스페인어에 불만이다.

제안에 대한 개요

RVR의 새로운 개정을 준비하자는 제안은 **매우 실질적인 시장의 압력에 대한 반응이다**(필자의 강조).

두 가지 요인이 여기에 해당한다.

- (1) 1995년에 개정작업이 완료되었을 때(RVR 95), 개정의 범위가 지나치게 제한되었다. RVR 1960의 스페인어 본문을 (미 대륙의 독자들을 위해) 현대 스페인어 용법과 문체에 맞도록 하려고 하였는데, 그때 최대한 고치기보다는 최소한 고치는 방식이 채택되었다. 그래서 오늘날 많은 성서 독자들 사이에는 RVR 95가 충분히 개정되지 못했다는 의견이 퍼져있다. 좀 더 명료하고 좀 더 현대적인 스페인어를 통해 본문이 더 잘 이해되도록 카스티야 스페인어의 구시대적인 표현과 문체를 극복하는 개정을 했어야 하는데, 그러지 못했다는 것이다.
- (2) NVI(스페인어 NIV)가 2000년에 출판되었다. 현재 판촉 중에 있는 이 성서는 오늘날 명료하고 현대적인 스페인어로 믿을 만하게 번역되었다고 예찬을 받고 있으며, 또한 RVR 95를 무용지물로 만든 성서로 여겨지고 있다. 이쯤 되자, **RVR의 시장 점유는 위협을 받고 있다**(필자의 강조). (NVI의 시각에서 볼 때) 오늘날까지 NVI의 증가추세는 계속 이어지며, 이것은 RVR 성서에 부정적인 영향을 끼치고 있다. RVR은 현대 독자들을 대상으로 하는 경쟁을 수행할 수 없게 된 것이다.

시장에서의 이러한 급박한 요구(필자의 강조)라는 시각에서 볼 때, 본문을 개정하는 프로젝트를 수행하게 되면, 미국성서공회(ABS)와 세계성서공회연합회(UBS)는 **시장에서 RVR과 경합할 수 있는 경쟁력을 갖추게 될 것이다**(필자의 강조). NRVR 본문 개정 위원회는 RVR 95에 어떤 일이 일어났는지를 고려할 것이지만, 기초 본문(base text)은 RVR 1960이 될 것이다.

위의 세 가지 제안들은 레이나 발레라가 요즘 새로 나오는 현대어 번역들과 경쟁할 수 있도록 어떻게든 그것을 개선하기 위해 제시되었습니다. 이 제안들에 포함되어 있는 당면 문제들은 다음과 같습니다. ① 어떤 대본을 번역할 것인가? 텍스투스 레킵투스인가, “비평본문”인가? ② 테트라그람마톤, 즉 하나님의 이름을 어떻게 번역할 것인가? ③ 라틴 아메리카에서 사용되는 현대 스페인어에 어느

정도까지 본문을 순응시킬 것인가?

이 제안들이 나올 때마다 받아들여지지 않았는데, 이유는 두 가지입니다. ① 세계성서공회연합회의 번역 컨설턴트들과 아메리카 지역 번역 책임자(ATCO)가 이 제안들의 필요성과 성격에 동의하지 않았고, ② 번역 담당 부서에 이 프로젝트를 수행할 예산이 확보되지 않았던 것입니다. 이러한 현실에도 불구하고 다음 이야기를 계속 전개해 나가기 전에 두 가지 사실을 확실히 해 두어야 한다고 생각합니다. 무엇보다도 먼저, 이 프로젝트의 근원적이고 가장 중요한 동기는 분명히 시장 지향적이라는 사실입니다. NVI에 시장의 일부를 빼앗길지도 모른다는 불안감에 많은 나라 성서공회들과 미국성서공회의 출판 담당 부서가 두려움을 느끼게 된 것입니다. 둘째로, 미국성서공회의 제안은 1960년 판 레이나 발레라를 개정하자고 주장하는 것이 명백합니다. 이 성서의 판권을 계속 독점하겠다는 조치가 아니겠습니까? 레이나 발레라 라틴 아메리카 버전의 인세를 누가 받을 것인가 하는 문제는 결코 사소한 문제가 아닙니다.

긴 이야기를 간단히 요약하여 말씀드리겠습니다. 이 프로젝트는 거의 2년 가까이 진척되지 않았습니다. 이 프로젝트를 수행하기 위해 필요한 예산이 세계성서공회연합회 본부인 월드 서비스 센터(World Service Center)에 확보되지 않았고, 또한 어떤 나라의 성서공회도 이 번역 프로젝트에 예산을 편성하지 않았습니다. 그런데 2004년에 상황이 급반전되었습니다. 미국성서공회가 결단을 내린 것입니다. 이 프로젝트가 반드시 필요하다는 인식을 하게 되었으며, 그래서 이제는 이 프로젝트에 기꺼이 재정적인 지원을 하겠다고 결정한 것입니다. 이 프로젝트에 대한 세계성서공회연합회 번역자들의 강력한 반대와 아메리카 지역 번역 책임자(ATCO)의 반대 논증에도 불구하고, 아메리카 지역 이사회의 출판 위원회는 이 프로젝트를 승인하였습니다. 이제 이 프로젝트는 수행되어야 하였던 것입니다. 하지만 그로부터 2년이 지난 오늘, 아직도 예산이 확보되지 않았습니다. 이 프로젝트가 두 번째로 사장되는 것 같습니다.

여기에는 번역자들과 관련하여 문제가 되는 것들이 참으로 많습니다. 그리고 이 모든 문제들은 이 상황에서 어떤 윤리를 따랐는가와 관련이 됩니다. 만약에 어떤 윤리든 따랐다면 말입니다. 무엇보다도 먼저, 이 프로젝트가 과연 필요한 것인가에 대하여 회의적으로 질문하는 사람들이 있습니다. 아메리카 지역 번역자들과 번역 책임자(ATCO)는 이 프로젝트가 필요하다고 주장하는 사람들의 주장과 논증방식에 동의하지 않습니다. 번역 책임자(ATCO)는 이 제안에 대하여 논평하면서 1995년 판 레이나 발레라를 받아들이는 데 대한 부정적인 설명이 절대 정확하지 않다고 분명히 지적하였습니다. 둘째로, 이 프로젝트가 필요한지를 평가하는 과정은 매우 비공식적이고 비전문적으로 이루어졌습니다. 사실, 조금

더 공식적인 조사가 이루어졌다면 좋았을 것입니다. 그런데 조사가 너무나도 편향적이어서, 이 프로젝트가 얼마나 필요한지, 또 얼마나 중요한지를 측정하는 객관적인 자료로 사용될 수 없습니다. 셋째로, 어떤 본문을 기초로 번역할 것인가와 관련된 총체적인 문제가 있습니다. 만약에 누군가가 레이나 발레라의 본문을 마음대로 변경시켰을 때, 번역자는 양심상 그런 본문을 레이나 발레라라고 할 수 있겠습니까? 달리 말하자면, 도대체 어느 정도까지 변경하면 원문(source text)을 존중하는 것이고, 어느 정도 변경하면 원문을 존중하지 않은 것입니까? 더 나아가서, 이 경우에는 원문의 질을 향상시키려는 의도가 명백하게 들어있다고 우리는 평가할 수 있습니다. 그렇다면, 도대체 어떤 번역 윤리적인 근거로 그렇게 규정할 수 있는 것입니까?

넷째, 위에서 언급한 제안들이 내세우는 기준에 딱 들어맞는 새로운 스페인어 번역본들 몇 가지가 이미 시중에 나와 있습니다. 이 번역본들은 훌륭한 현대 라틴 아메리카 스페인어로 되어 있으며, 매우 훌륭한 성서 사본들에 기초한 훌륭한 본문을 가지고 있습니다.

다섯째, 심각한 문제가 있는데, 그것은 오로지 레이나 발레라만이 유일하게 영감으로 된 성서라는 “신화”를 조장하는 것입니다. 세계성서공회연합회의 번역 컨설턴트들 지난 수십 년 동안 미 대륙 각지의 신학교에서 초청을 받아 가르치는 활동에도 참여하고 있습니다. 이러한 상황에서 우리는 목회자들과 교계 지도자들에게 번역 철학과 성서 본문의 역사와 다양한 스페인어 번역 성서들의 가치와 부족한 점에 대하여 가르쳤습니다. 그렇게 함으로써 우리는, 여러 차례 개정된 레이나 발레라 개정판들이 형식일치 번역(formal translation)을 목적으로 번역된 것이며, 또한 그 사명을 잘 완수한 훌륭한 번역임을 보여주려고 애썼습니다. 원래 16세기에 처음 모습을 드러낸 레이나 발레라 성서는 교회에 엄청난 영향을 끼쳤습니다. 동시에 우리는, 새로운 번역본들이 레이나 발레라를 어떻게 향상시켰는지를 보여줍니다. 그래서 한 가지 번역에만 의존해서는 안 된다는 것을 가르칩니다. 자금을 투자하고, 레이나 발레라를 개정하며, 그 표현을 다시 라틴 아메리카 스페인어에 맞게 고침으로써 우리는 교회에 단순하지 않은 메시지를 보냅니다.

더군다나, 혹시라도 이 프로젝트가 다소 비전문적인 방식으로 이루어지는 것은 아닐지 걱정입니다. 목적을 달성하기 위해서라면 그저 (몇몇 단어들을) “찾아내서 바꾸는” 기술만 잘 발휘하면 된다고 주장하는 사람들도 있습니다. 우리 번역자 가운데 한 사람인 알프레도 테폭스(Alfredo Tepox)는 이러한 방식의 위험성과 오류를 보여주는 실험적인 연구를 수행하였습니다. (부록 A와 B에 나오는 실험들을 보기 바랍니다. 우리 동료 번역자인 론 로스(Ron Ross)는 더 포괄적인 연

구를 하였습니다. 특별히 부록 C를 보기 바랍니다.) 이러한 방법으로 개정하게 되면, 레이나 발레라에 나타나는 스페인어의 아름다움은 다 망가지며, 어색한 라틴 아메리카 버전만이 남게 됩니다. 특히 운문은 크게 영향을 받게 되며, 또한 산문으로 된 부분도 영향을 받기 마련입니다. 달리 말하자면, 성서를 개정하는 작업은 매우 신중하고 어려운 것인데, 이 프로젝트를 밀어붙이는 사람들은 그것을 제대로 인식하지 못하고 있습니다.

마지막으로, 미국성서공회(ABS)의 제안서에서 알 수 있듯이 이 프로젝트에 대한 가장 중요한 관심과 동기는 시장의 현실입니다. 수십 년 동안 세계성서공회 연합회에 속한 각국 성서공회들이 독점한 성서 시장을 NVI가 침식하지 않을까 하는 두려움이 팽배해 있습니다. 그들에게는 이 사실 하나가 어떤 윤리적 원칙이나 번역 원칙, 또는 세계성서공회연합회가 승인한 프로젝트 지침보다 더 중요합니다.

사태가 이러하다 보니, 아메리카 지역 번역 책임자(ATCO)와 뜻을 같이 하면서 이 프로젝트에 동의하지 않은 번역자들에게 많은 윤리적인 질문들이 쏟아집니다. 어느 시점에 자금이 마련되니까, 번역자들은 어쩔 수 없이 참여해야 했고, 결국 자신들의 소신과는 완전히 다른 방향으로 나아가는 이 프로젝트를 실행시켜야만 했습니다. 그래서 뫼(Pym)이 역점을 두고 다룬 문제가 있는데, 그것은 번역자에게 번역하기를 거부할 권리가 있느냐 하는 것입니다. 여기서 그는 1988년에 나온 프랑스 문학번역자 협회(Association des Traducteurs littéraires de France, ATLF)의 윤리 규칙을 언급합니다. 여기에 보면, 번역을 수용하거나 아니면 거부하고자 하는 번역자의 권리를 주장하는 부분이 있습니다. 이 경우에 번역자는 참으로 곤란한 위치에 처해 있습니다. 번역을 거부하자니, 자신을 고용한 기관에 반항하는 것이며, 그렇게 함으로써 자기 일자리가 위태로워집니다. 게다가 뫼(Pym)이 괴테의 말을 인용하면서 지적하는 것처럼, 번역의 목적이 언어가 서로 다른 민족들 사이에서 서로에 대한 이해를 증진시키기 위한 것이라면, 이러한 번역은 서로에 대한 이해에 아무런 도움이 되지 않는다고 말할 수 있습니다. 라틴 아메리카 독자들을 위한 레이나 발레라 버전의 개정판이 이런 식으로 나오게 된다면, 미래에 나올 그 개정판은 이전까지 사람들을 지배해왔던 그 성서의 미신적인 힘을 더욱 강화시킬 뿐입니다. 그래서 세계성서공회연합회에서 나오는 다른 스페인어 성서들뿐만 아니라 다른 기관들에서 출판하는 성서들에 대한 불신을 더욱 조장할 것입니다.

또 다른 걱정이 있는데, 혹시라도 문학의 질적인 면에서 1960년 판 레이나 발레라의 가치가 떨어지게 될지도 모른다는 것입니다. 전에 말한 것처럼, 만약 본문의 근간을 바꾼다고 할 때, 또한 스페인 본토에서 사용되는 스페인어의 본질과

그것의 모든 특이한 표현들을 고친다고 할 때, 개작(改作)된 본문을 여전히 레이나 발레라라고 부를 수 있겠습니까? 번역자들은 그렇게 생각하지 않습니다.

성서 번역 윤리를 세워 나아갈 때, 사물을 그것의 고유한 이름으로 부르자고 주장하는 이스라엘 예언자들의 말을 인용하는 것도 좋을 것입니다. 우리 세계성서공회연합회 번역 컨설턴트들은 비블리아 텍스트알(*Biblia Textual*)이라고 불리는 성서에 대해서 매우 비판적입니다. 이것은 카를로스 푸산(*Carlos Fushan*)이라는 사람이 시작한 개인적인 프로젝트입니다. 그는 자기의 개인적인 성서공회를 세우고는, 그 이름을 이베로아메리카나성서공회(*Sociedad Bíblica Iberoamericana*)라고 하였습니다. 그는 신약성서를 출판하였습니다. “비평본문”에 기초한 매우 문자적인 번역입니다. 레이나 발레라의 스페인어를 상당 부분 많이 고쳤습니다. 푸산(*Fushan*)은 신약성서를 출판하면서 서문에서 레이나 발레라를 비판하였을 뿐만 아니라, 각종 공식적인 집회에서도 비판하였습니다. 하지만 그는 자기가 출판한 신약성서의 표지에 여전히 레이나 발레라라는 이름을 고집합니다. 표지에 이 이름을 써 넣으면, 마케팅 전략에 크게 도움이 될 것이 분명합니다. 표지에 레이나 발레라라는 이름이 붙은 성서는 확실히 잘 팔리기 때문입니다. 만일 우리가 다른 사람들의 이러한 관행에 문제를 제기하면서도, 비슷한 상황으로 끝나게 될 프로젝트에 참여한다면, 그것은 과연 얼마나 윤리적이겠습니까?

3. 마케팅이 기여하는 긍정적인 면

위에서 마케팅 사례를 몇 가지 제시하였는데, 우리가 고찰한 것은 성서 번역 과정에 끼치는 마케팅의 다소 부정적인 영향이었다. 그럼에도 우리는 “마케팅 문제”가 항상 부정적이지만은 않으며, 이것이 언제나 흑백논리이지는 않다는 것을 인정해야 한다. 성서 번역 윤리 문제와 관련하여 마케팅은 매우 긍정적인 방식으로 도움을 줄 수 있는 잠재력을 가지고 있기도 하다.²⁾

우리 모두가 잘 아는 사실이 있다. 그것은 마케팅 원칙으로 인해 우리가 깨닫는 바가 있다는 것인데, 바로 우리의 모든 작업에 구체적인 목표치들이 있어야 한다는 것이다. 이러한 목표치들은 성취할 때에도, 최대한 비용 효율이 높은 방식으로 해야 한다. 어떤 사람들은, 다른 방식으로 일할 도덕적 권리가 우리에게 없다고 한다. 목표치들을 고려할 때, 마케팅이란 시장에 접근하기 위한 전략일 뿐이라고 우리는 이해할 수 있다. 만약에 시장이 사람들로 한정된다면, 면밀한

2) 이와 관련하여 동료 번역자 수잔 밀스(*Susan Mills*)의 통찰을 높이 평가하며, 그에게 감사하는 바이다. 이 단락에서 필자는 그의 생각에 크게 의존하고 있다.

시장 조사의 결과에 따라 명백하게 규정된 목표치들은 성서를 번역하는 기관들에 도움이 될 수 있다. 즉, 아무도 사용하지 않을 불필요한 것에 시간이나 자금을 낭비하지 않게 도와준다는 것이다. 확실히 마케팅은 면밀한 “수요 조사” 연구에 도움이 된다. 21세기는 자금을 조성하기 매우 힘든 시대인데, 마케팅의 도움으로 성서 번역 기관들은 어디에 또는 무엇에 귀중한 자금을 투자할 것인지를 결정할 수 있다. 또한 마케팅은 양(量)의 측면에서도, 즉 성서를 얼마나 만들어낼 것인가를 결정하는 데에도 매우 큰 도움이 된다. 마케팅 기술을 적절히 잘 사용하면, 청지기직을 잘 수행할 수 있는 것이다.

만일 정말로 시장이 단지 사람들에 지나지 않는다고 한정할 수 있다면, 우리는 시장이 부도덕하고 비윤리적일 수 있다고 인정해야 한다. 하지만 처음부터 그렇다고 추정해서는 안 된다. 달리 말하자면, 미리부터 시장이 비윤리적이라고 규정해서는 안 된다는 것이다. 비록 상품을 더 많이 팔겠다는 판매 촉진이라는 측면으로 인해 윤리적인 결정이 쉽사리 왜곡될 수도 있겠지만, 꼭 그런 것은 아니다. 사실, 마케팅의 판매 촉진이라는 측면은 번역자에게 도움을 줄 수도 있는데, 그것은 번역자들이 번역에 대한 자신들의 생각을 구체화할 수 있도록 한다는 것이다. 그 외에도, 마케팅과 관련된 물음들은 번역자들이 미처 알지 못했던 점들을 깨닫게 한다. 그래서 지나친 문화적 인습과 지나친 신학적 주관성을 극복하게 한다.

시장과 관련된 물음들 덕분에 번역자들은 한쪽으로 편향되지 않을 수 있게 된다. 성서 번역자들은 일반적으로 대본(source text)에 극단적으로 충실하려는 경향을 보인다. 그들에게는 학문과 본문 주석에 열정적으로 헌신하는 것이 그 무엇보다도 중요하다. 이러한 그들이 고객, 즉 독자들에게도 충실하도록 하는 것이 바로 시장과 관련된 질문들이다. 결국 성서 번역을 받아들이는 사람은 일반인들이다. 그렇기 때문에 번역자들은 그들에게도 역시 충실해야 한다. 이 둘 사이에서 섬세하게 균형을 잡는 일은 그리 쉬운 일이 아니다. 특히 독자들이 전통에 매달리거나, 또는 새로운 지식이라든지 더 훌륭한 번역본들을 거부하게끔 하는 또 다른 요인들에 매달릴 때는 더욱 그러하다.

결론적으로, 마케팅에 인도주의적인 관심을 붙여넣는다면, 그리고 중요한 윤리적인 결단을 내릴 때 마케팅이 부당한 외압을 행사하지 않는다면, 마케팅은 매우 훌륭한 도구가 될 수 있다. 하지만 마케팅이 오로지 이익만을 쫓는다면, 모든 것이 영망진장이 되고야 말 것이다. 물론 언제든지 협상의 여지는 있어야 할 것이라고 생각한다. 그러나 동시에 윤리적인 가치가 또한 항상 고려되어야 한다.

4. 성서 번역 윤리에 대하여

성서 번역 윤리라는 문제를 재고하기 위해 지금까지 논의를 진행하였다. 어떤 의미에서 볼 때, 우리의 목적은 어느 정도 실용주의적인 영역에서 출발하여 이론적인 영역으로 이동하는 것이다. 즉, 어떤 이론이든, 그 이론의 틀을 발전시키는 데 실제 사례들이 도움이 되어야 한다는 것이 우리의 취지이다.

우리의 의도는 확고부동한 윤리를 세우는 것이 아니라고 첫 부분에서 이미 밝힌 바 있다. 그러한 윤리는 토론에 최종적인 종지부를 찍고 추가적인 토론의 여지를 없앨 것이다. 위에서 언급된 사례들에서 알 수 있듯이, 모든 문화권에서 모든 번역 문제들을 포괄할 수 있는 그럴듯한 윤리를 제안할 수는 없다. 그런데 혹시라도 그럴 수 있다고 생각한다면, 그것은 참으로 뻔뻔한 일이다. 어떤 번역이든 완벽하게 마무리될 수 있다는 데에 대해서는 누구나 적어도 어느 정도는 회의적이기 마련이다. 어떤 언어든지 자기만의 규칙이 있기 마련이며, 그 규칙은 그 언어가 어떤 문화권에 속하는지에 따라 다르게 규정되고, 또한 시간적으로 어느 시대에 속하는지에 따라 달라지는데, 그렇기 때문에 사실은 어떤 번역이든 가능하지 않다고 리오타드(Lyotard)가 지적한 바 있다. 그의 지적은 옳다. 리오타드(Lyotard)는 또한 주장하기를, 번역이란 최종적인 결론이 없는 끝없는 과제일 뿐만 아니라, 하나의 번역은 또 다른 번역을 낳는다고 한다. 달리 말하자면, 번역은 끊임없이 앞으로 나아가는 과정이며, 깔끔하고 만족스러운 번역이란 결코 있을 수 없는 법이다. 어떤 번역이든 그 끝이 허술해 보이는 법인데, 이러한 속성은 번역의 본질에 속한다. 사실, 옌고얀(Yengoyan)의 다음과 같은 주장은 옳다. “번역이란 마치 집을 청소하는 것과 같다. 청소를 통해서 집이 말끔해질 수 있다. 하지만 집안 청소의 진정한 아름다움은 무질서와 부분적인 혼돈을 청소 과정의 일부로 여기는 데 있다.”

성서 번역 윤리를 세우는 데에도 똑같은 사실이 그대로 적용된다. 토론의 최종적인 결과와 포괄적인 이해는 가능하지도 않을 뿐더러, 어느 정도는 바람직하지도 않다. 체스터먼(Chesterman)이 번역 윤리에 대한 네 가지 기본 모델들, 즉, “대표 윤리”(ethics of representation), “서비스 윤리”(ethics of service), “의사소통 윤리”(ethics of communication), “규범에 근거한 윤리”(norm-based ethics)를 자세히 설명한 뒤에, 다음과 같은 실망스러운 결론에 도달한 것도 이와 같은 이유 때문일 것이다.

결론적으로, 이 네 가지 모델들은 모두 부분적인 것들이다. 각각의 모델은 번역 윤리 분야의 전반적인 면을 다 포괄하지 못하고, 단지 일부분만을 포괄할 뿐이다.

따라서 각각의 모델이 독자적으로 적용될 때, 그것들은 하나같이 다 부적절하다. 아마도 우리는 처음으로 돌아가서 다시 시작해야 할 것이다.

그리고 나서 체스터먼(Chesterman)은 경제적 가치(value)가 아니라 도덕적 가치(virtue)에 근거한 윤리를 세워 나갔다. 그의 접근방식은 유용하며, 따라서 우리는 그것을 토대로 성서 번역 윤리를 발전시켜 나갈 수 있다. 하지만, 이 모델조차도 마찬가지로 부분적이며, 그 자체로는 부적절하다고 감히 말하겠다. 그러나 그것이 모델 자체의 문제는 아니다. 우리가 문제라고 여기는 것은, 번역 자체가 본질적으로 가지고 있는 바로 그 혼돈이다. 즉, 번역은 결코 중립적일 수 없으며, 따라서 이러한 연장선상에서 볼 때, 번역 윤리도 중립적일 수 없다는 것이다.

성서 번역 윤리에 대한 우리의 제안은 다음과 같은 언급으로 시작된다. 즉, 번역 과정 자체가 지니고 있는 그 본질적인 특징 때문에 번역은 어쩔 수 없이 주관적이고, 부분적이고, 유동적이며, 또한 감히 논의의 최종적인 결론을 끌어내려고 하지 않는다고 말이다. 우리가 제안하고자 하는 것은 최소한의 그림과 같은 것이다. 이 그림은 헤라클레토스(Herakleitos)의 통찰, 즉 우리는 절대로 똑같은 강물에 발을 담글 수 없다는 통찰을 통하여 고대 그리스인들이 우리에게 남겨준 가르침과 비슷하다고 할 수 있다. 상황이 변하고, 언어가 변하며, 문화와 생각 역시 끊임없이 변한다. 그러므로 어떤 이론을 세우든지 간에 모든 것이 변한다는 이 사실을 반드시 고려해야 한다. 위에서 언급한 것과 같이, 이 그림은 언제나 주관적일 것이며, 어떤 의미로든 결코 절대적이라고 할 수 없다. 부분적으로 이것은 성서 번역이 언제나 사회-문화적인 맥락 가운데서 수행되는 것에 기인한다. 우리의 생각으로는, 현실이 그렇다고 해서 실행 가능하고 정당한 여러 가지 조치들을 제시하는 것의 가치가 떨어지지 않는 것 같다.

다른 사람들을 배려하려는 믿음(trustworthiness)과 정직(truthfulness)과 공평(fairness)과 용기(courage) 같은 도덕적 가치들이 여전히 유효하며, 성서 번역 윤리를 발전시키면서 인간성을 추구할 수 있다는 체스터먼(Chesterman)의 제안을 바탕으로 출발하고자 한다. 틀림없이 우리는 이 용어들 하나하나가 더욱 분명하게 정의되어야 한다는 것을 인식해야 한다. 예를 들면, “공평”이 과연 무엇인가? 누가 이 용어를 정의하겠는가? “공평”이라는 용어의 내용과 개념, 그리고/또는 그 관계가 문화권마다 다른가? 하지만 이러한 질문들에 대한 대답이 어떠한 간에, 우리는 이 도덕적 가치들이 인간관계를 포함한다는 체스터먼(Chesterman)의 주장에 동의한다. 이 시점에서 성서 번역 윤리를 지지하는 것으로 이해될 수 있는 개념을 소개하고자 한다. 번역 윤리는 “문제를 수습하는” 것이어야 한다고 우리는 제안한다. 즉, 번역 윤리는 잘못된 일이나 사람들을 바로잡고, 올바른 방

향으로 안내하고, 문제를 해결하는 것이어야 한다. 스피노자(Spinoza)는 다소 존재인적용어로서 이와 비슷하게 말한 바 있다. 우리는 스피노자(Spinoza)의 제언을 취하여, 그것을 번역자와 번역과정에 적용할 수 있다. 그래서 “윤리적인” 번역이란 “문제를 수습하는” 것이어야 하며, 힘을 실어주는 것이어야 한다고 말할 수 있는 것이다. 반대로 말하자면, 주관적으로 들릴지도 모르겠지만, 쇠약해지게 하는 번역, 즉 “힘을 빼는” 번역은 “윤리적인” 번역이 아니다. 이러한 틀이 이데올로기 문제나 교파 문제, 마케팅 문제, 그리고 다른 관련된 문제들을 압도해야 한다는 것이 우리가 제기하는 바이다. 번역자의 목표와 그것에 뒤따르는 번역의 목표는 “문제를 수습하는” 것이어야 한다. 즉, 정식 절차에 따라 문제를 해결하고, 올바른 방향으로 안내해야 한다는 것이다. 이번에는 이것이 거꾸로 개인에게, 또 공동체에 능력을 주며, 또 각 상황에 힘을 실어준다. 따라서 번역자는 번역되어 나온 번역본을 통해 위엄과 의의와 가치를 전하려고 애써야 한다.

성서 번역의 현실은 꽤나 복잡하기 때문에, 우리는 이것을 매우 일반적인 범주로 말할 것이다. 무엇보다도 먼저, 성서 번역은 끝없이 이어지는 과정이다. 여러 가지 이유로 인해 계속 진행되는, 끝없는 이야기이다. 둘째, 우리의 경험으로 미루어볼 때, 번역자-독자의 관계는 뚜렷하지 않다. 이 말은, 우리가 번역한 성서를 읽는 독자들, 즉 우리의 고객들이 우리를 직접 고용한 것이 아님을 의미하는 것이다. 사실, 우리에게는 다양한 고객층이 있다. 각국 성서공회, 각 교계의 지도자들(선교사들), 토착민 지도자들, 또한 토착민 공동체들이 우리의 고객이다. 하지만, 이들 가운데 아무 누구도 우리 임금을 직접 지급하지는 않는다. 셋째, 어떤 공동체가 읽을 만한 “유일한” 성서를 만드는 일을 할 때와 주요 언어로 성서를 번역할 때에는, 그 상황이 엄연히 다르다. 따라서 다음과 같은 노오르다(Noordda)의 지적은 설득력이 있다.

각국 성서공회들이 세계의 ‘가난한’ 지역에서 사용될 성서를 생산하고 판매하는 일을 적극 장려하기 때문에, 이 성서공회들은 독점 체제를 구축하고는 단 하나의 성서 버전만을 보급할 수 있다. 그렇게 되면, 그 지역 사람들은 평생 오로지 그 버전만을 보고 들을 것이다. ... 성서를 선택할 여지가 없는 사람들은 그들의 성서 안에 들어있는 신학에 좌지우지 된다. 그것이 어떤 종류의 신학이든 말이다. 그것이 아니라면, 번역 원칙이 그들이 가지고 있는 그 유일한 성서를 쫓아내 버린다. 이것은 심각하게 생각해 보아야 할 문제이다.

우리가 성서공회의 활동을 비판하려는 것이 아니다. 어쨌든, 하나도 없는 것보다야 하나라도 있는 것이 낫지 않은가! 여기서 우리가 하려는 것은, 번역 윤리를 세우면서 현실에 대한 의식을 높이고자 하는 것이다. 상업주의의 권력과 독점에

관한 문제 등을 무시할 수는 없다. 이런 점들을 고려할 때, 성서 번역 윤리는 문제를 수습하는 데 도움이 되어야 하고, 또 이러한 방식으로 “다른 사람들”이 생명을 얻도록 힘을 북돋우어야 한다는 것이 우리가 제안하는 바이다.

이러한 윤리에 꼭 필요한 구성 요소는 “서비스”이다. 이것은 체스터먼(Chesterman)이 말하는 “서비스 윤리”와는 사뭇 다른 것이다. 우리가 성서 번역 윤리를 제시하고 있기 때문에, 서비스의 개념에 다소 신학적인 의미를 부여하는 것도 정당하다고 생각한다. 우리가 말하고자 하는 것은, 번역자들과 그들의 번역은 다른 사람들을 위한 서비스 정신으로 가득 차 있어야 한다는 것이다. 번역은 번역으로 끝나서는 안 되며, 번역자는 끊임없이 다음과 같은 질문을 던져야 한다. 어떻게 하면 이 번역이 소위 “고객”이라는 사람들에게 가장 크게 도움이 될 수 있겠는가? 체스터먼(Chesterman)은 “충실”한 것에 관심을 가졌지만, 우리는 “충실”한 것에 관심을 갖는 것이 아니다. 왜냐하면 번역자가 어디에 “충실”하다 보면, 그것이 그의 번역에 부정적인 영향을 끼칠 가능성이 있기 때문이다. 오히려 우리의 관심사는 깊은 서비스 정신이 전체 번역 과정을 풍요롭게 한다는 데 있다.

마지막으로, 성서 번역 윤리의 일부로서 우리가 제안하는 것이 있다. 그것은 문제를 수습하고, 힘을 실어주며, 또 섬기려는 의지와 함께 “해방”이 있어야 한다는 것이다.³⁾ 성서 번역은 가장 폭넓은 의미에서의 해방이 성취되는 과정이어야 한다. 분명히 그 의미는 상황에 따라서 다르게 정의될 것이며, 또한 어느 문화권인가에 따라서도 다르게 규정될 것이다. 하지만 성서 번역 전 과정에 걸쳐 “해방”하려는 의지가 꼭 있어야 한다. 성서의 번역 과정은 추가적인 또 하나의 관행 이어서는 안 되며, 직접 또는 간접적으로 “다른 사람을 배제”시키려는 하부조직(푸코, Foucault)이어서도 안 된다. 성서 번역 과정이 다른 사람을 소외시키는 권력의 실체가 되지 않도록 해방의 윤리가 필요하다고 우리는 제안한다. 오히려 그와는 반대로 다른 사람들을 안으로 끌어들이고, 최대한으로 생명을 키워내야 한다. 윤리는 배척과 소외와 죽음의 벽을 세우지 말고 가능한 생명의 지평을 분명히 말해야 한다. 해방의 윤리는 행동으로 드러나야 하며, 그 행동은 무엇을 변화시키는 힘이 있어야 한다. 그것으로 인해 번역 과정에서 사용된 모든 지식은 생명을 발전시키는 데 기여하게 된다. 많은 성서 번역 프로젝트들은 희생자들의 공동체들, 또는 “고통 받는 공동체들”을 위해, 그들과 협력하는 가운데 수행된다. 이것이야말로 해방의 윤리가 그렇게도 절박한 이유이다. 해방의 윤리는, 성서 번역 과정이 역사의 질적인 진보에 창조적으로 개입할 기회를 제공할 것이다. 이것

3) Enrique Dussel, *Ética de la liberación en la edad de la globalización y de la exclusión* (Madrid: Editorial Trotta, 2004), 1-166. 국제화된 세계를 위한 해방 윤리를 포괄적으로 취급한 연구이다.

은 통로를 의미하는데, 번역 과정은 이 통로를 통해서 창을 쟁기로 바꿀 수 있으며, 이것은 생명을 드러내는 길을 열어젖힐 것이다.

해방의 윤리는 “다른 사람들”에 대한 책임의 윤리이다. 이것을 급진적인 책임 윤리라고 부를 수도 있다. 왜냐하면, 고통 받는 자들과 마주칠 때, 이것이 그들을 모르는 채 내버려두지는 않을 것이기 때문이다. 고통 받는 약자들, 그런 사람들에게 대한 책임은 성서 번역 윤리에 대한 리트머스 실험이 된다. 윤리 구조에 해방이라는 요소가 없다면, 그 구조에 윤리가 아닌, 무엇인가 다른 이름을 붙일 것이라는 게 우리의 주장이다. 지구 위에 사는 대다수의 사람들이 경험하는 파괴적인 현실을 고려할 때, 성서 번역 윤리는, 해방이야말로 윤리라는 구조의 필수적인 구성요소가 된다고 주장해야 한다. 우리는 이것이 주관적인 문제임을 인정하는 동시에 이것을 열정적으로 진술하는 바이다.

결론적으로, 이 요소들이 비록 절대적이거나 포괄적이지 않다고 해도, 성서 번역 윤리에 반드시 필요하다고 생각한다. 그래야만 이데올로기 문제와 마케팅 문제와 이익집단 문제와 개인적인 관심사 문제를 적절하게 다룰 수 있다. 말하자면, 이러한 것들 가운데 어느 것 하나도 번역 과정 자체보다 중요한 것으로 여겨지지 않는 방식으로 이 문제들을 다룰 수 있는 것이다. 우리에게 분명한 것은, 성서 번역과 마찬가지로 이 논의 역시 끊임없는 과정이며, 그래야 한다는 것이다. 우리의 제안은 이 문제에 대한 최종적인 결론을 제시하려는 것이 아니다. 단지 우리가 반드시 고려해야 할 몇 가지 원칙들을 제시하려는 것이다. 그럼에도 불구하고 여전히 질문들이 남아 있다. 각국 성서공회가 더 이상 번역 프로젝트를 수행하지 않겠다고 결정할 때, 우리는 그 상황을 어떻게 윤리적으로 다룰 것인가? 이러한 경우에 번역자에 대한 윤리적인 책임이 있는가? 우리는 어떻게 정의를 가지고 윤리라는 구조를 풍요롭게 할 수 있는가? 그리고 어떻게 그것으로 성서적 정의를 의미할 수 있겠는가? 이러한 질문들과 또 다른 많은 질문들은 여전히 남아 있다. 우리가 앞으로 다루어야 할 문제들이다. 우리가 이것들을 고려하기 때문에, 우리는 성서 번역 윤리가 잠정적이고 유동적으로 남아 있어야 하며, 또한 새로운 지평을 열어야 한다고 강조한다.

<주요어>

윤리, 성서 번역, 이데올로기, 마케팅, 해방

<Abstract>

Towards an Ethic of Bible Translation

Dr. Steven Voth

(United Bible Societies America Area Translation Consultant)

The study attempts to analyze the issue of ethics and Bible translation by looking carefully at specific real-life translation situations. Within the methodology of case-studies, two main realities are addressed: ideology and marketing. The study delves into the pressures and influences that these realities exert on the process of Bible translation. Bible translation is never totally free from these two impending pressures and thus the ethics of Bible translation is affected by these. In the final analysis the study seeks to propose a Bible translation ethic which is flexible but at the same time liberating. It proposes that human need must be placed front and centre in the development and articulation of any Bible translation ethic.