중남미지역학 학사학위논문

# 속담비교를 통한
# 한국과 브라질의 문화 간
# 커뮤니케이션연구

지도교수 임 두 빈

2015년 11월

부산외국어 대학교

중남미비즈니스 연계전공

강 동 석

목 차

Ⅰ. 들어가기

Ⅱ. 속담이 만들어지는 여러 가지 특성

Ⅲ. 한국과 브라질의 다양한 속담비교

Ⅳ. 결 론

우리는 지금 지리적 국경이 의미가 없는 글로벌 시대에 살고 있다. 많은 사람들이 정부기관이나 기업의 해외파견, 유학생, 관광객 등으로 해외에 많이 체류하고 있다. 이러한 상황에 각 나라끼리의 수많은 커뮤니케이션이 이루어  지고 있으며 이로 인해 서로 발전하고 있다.

본 연구는 이런 글로벌한 시대에 서로 문화 배경이 다른 한국과 브라질의 더 활발한 교류의 방법을 찾기 위해 두 나라간의 속담을 비교하여 한국과 브라질 문화의 공통점을 찾아 문화 간 커뮤니케이션의 발전 방향을 찾아보는데 연구의 목적이 있다.

이와 같은 목적에 따라 각 나라의 속담 사전을 통해 찾은 속담들을 속담의 구조, 문화적 환경, 사회적 환경 등 다양한 관점분석 하였으며 효과적으로 비교하기 위하여 표를 작성 하여 분석해 보았다.

본 연구에서는 두 나라간의 차별성보다는 주로 보편성에 중점을 두었다. 부족한 점은 후에 다른 연구에서 추가로 보충 할 것이다.

지구 반대편의 완전히 서로 다른 언어와 문화를 가진 한국과 브라질이지만 인간의 보편성은 많이 다르지 않다는 것을 알면 더욱이 쉽게 서로의 나라를 이해 할 수 있을 것이다.

본 연구를 통해 한국과 브라질의 문화 간 커뮤니케이션의 관계를 이해하고 각 나라의 문화 간 교류에 한발 더 나아가는 데 도움이 되었으면 한다.

## Ⅰ. 들어가기

‘사람 사는 것은 다 똑같다.’라는 말을 들어 본 적이 있을 것이다. 필자는 브라질에서 1년간 어학연수를 다녀 온 적이 있다. 길면 길고 짧다면 짧은 그 기간 동안 브라질에서 생활하면서 지구 반대편, 끝에서 끝인 나라에게서 ‘인간은 민족이 달라도 어떻게 이렇게 다를까’와 ‘이렇게도 똑같을까’를 여러 번 경험 해 보았다.

요즘 시대에는 TV와 인터넷 여러 매체들로 인해 세계가 글로벌화 됨으로 인해 서로 생각들이 비슷하게 변하는 것 같지만 과연, 옛날 이러한 매체들이 없던 시절에도 과연 생각들이 비슷했을까 궁금해진다.

이런 궁금증을 해소하기 위해 속담을 분석의 대상으로 삼았다. 왜냐하면 속담이란 조상들의 예지와 정서를 담아 예부터 전승되어온 독특한 언어양상으로서 언중의 일상 문화적 전통을 세대에 걸쳐 이어주는 문화 매개체라 할 수 있다.[1] 즉, 속담은 각 언어 공동체의 사고방식과 생활 철학을 내포하며 그 공동체의 사회, 문화적 특성을 반영하고 있어서 민족적 가치관과 세계관을 이해하는데 좋은 자료가 된다. 그런데 속담이 내포하는 문화의미는 모든 민족에 공통된 이류 보편적인 것일 수도 있고 각 민족 고유의 독특한 것일 수도 있다. 또한 속담이란 역사의 시간으로 거슬러 올라가는 긴 세월동안 사람들이 그들의 경험을 통하여 생활에 본보기가 될 수 있는 교훈을 짧은 글속에 표현한 말로서 민중의 입을 통하여 전수되어 내려오는 동안 한 민족과 한 문화의 공통된 가치관을 담게 되는 그 민족의 진리, 혹은 그 문화의 지혜로 형성된 예지의 결정체라고 할 수 있다.[2]

속담은 한 두 사람의 의견으로 이루어진 것이 아니다. 속담에 따라서는 그리 멀지 않은 시대에 만들어진 것도 있겠으나, 대개는 수 만년, 수 십 만 년을 내려오며, 인류가 말을 구사하는 동안에 공통되는 진리, 공통되는 표현효과, 공통되는 어감상의 결정체로 성립된 것이다. 이런 경로로 대부분의 민족들은 자신들의 속담을 가지고 있다. 어떠한 민족이나 속담을 가지게 되었다. 속담에는 그 나라의 국민정서가 고스란히 반영되어 있다. 속담은 언중 모두의 공감 속에 자연스럽게 사용되면서 일정한 의미전달을 위한 생명력을 얻게 된 것이기 때문이다.[3]

속담은 본질적으로 언중 모두가 공유하는 소중한 자산으로, 한 민족사회의 생활모습과 삶의 지혜를 단적으로 반영하고 있다. 아울러, 속담은 언 중속에서 태어나 언 중속에서 자랐고, 언중에 의해 도태되는 특성이 있기 때문에, 언중과 하나가 되어 생사고락을 함께 하며 민족의 상징으로 나아가기도 한다.[4]

한국과 브라질은 지리적, 역사적으로 아주 먼 나라이다. 두 나라 사람들은 오랜 기간 동안 상호 교류 없이 서로 다른 생활환경속에서 서로 다른 민족습관을 형성했다. 그리고 오랜 세월을 거쳐 각자의 특색 있는 자기 사상, 도덕, 감정, 표현형식에 맞는 속담들

---

1) , 『프랑스와 우리나라 동물속담에 있어 의미적 대응속담들에 대한 연구.』, 프랑스어문교육, 2010, 33, p.135.
2) 정종화, 『한국 전통사회의 정신문화 구조양상-속담을 통해 본 가치관의 비교 문화적 접근』, 고려대, 1995, p.3.
3) 김명화, 『중한 속담의 민족적 특성 비교』, 한어문교육, 2009, p.157-159.
4) 최창렬, 『우리 속담 연구』, 일지사, 1999, p.14

을 만들고 사용해왔다. 하지만 이 속담을 비교하면 속담들 사이에는 그 구조의 차이는 있으나 보편적인 의미를 담은 경우가 많다. 언어나 문자는 다르지만 머릿속에 간직하고 있는 사고내용이나 의식구조는 어느 민족이든 비슷할 것이기 때문이다.[5] [6]

이런 관점에서 본 논문은 브라질 속담과 한국 속담을 비교하여 인류의 다양성 보다는 속담에 내재한 인류 보편성에 조금 더 중점을 두어 한국과 브라질의 보편적인 가치관을 발견해 볼 것이다. 그리고 더 나아가 브라질과 한국 각 언어권, 즉 문화권의 독특한 문화적 특성을 어느 정도 파악 해 보려고 한다. 속담에 대한 자료는 자료의 객관성 및 정확성, 다수의 자료 확보가 용이한 각국의 '속담사전'을 적극 활용하였다. 한국의 자료는 약 9,600개가량의 속담자료(북한자료 포함)가 수록된 '국립 국어원 표준국어대사전', 브라질의 속담 자료는 약 15,000개가량의 속담자료(영어, 불어 포함)가 수록된 Roberto(2000)의 속담사전'Dicionário de Provérbios. Francês - Português - Inglês'을 바탕으로 하였다. 이 밖의 자료는 국내, 외 속담관련 연구 및 인터넷 자료 등을 통해 확보하였다.

## Ⅱ. 속담이 만들어지는 여러 가지 특성

---

5) 가치는 인간의 존엄성 보장처럼 대부분의 사람들이 바람직하다고 생각하며 근본적인 것으로 보는 가치로서, 가치 충돌 시 선택의 1차적 기준이 된다. 보편적 가치는 여러 사람들이 지속적으로 바람직하다고 생각하는 가치이다. 생명 · 자유 · 정직 · 신뢰 · 평화가 육체적 쾌락 · 개인적 즐거움 · 금전적 욕구보다 보편적이다. 아울러 인간의 존엄성 · 자유 · 평화 등과 같이 대부분의 사람이 의견을 같이 하고 바람직하다고 생각하는 가치를 기본적이고 보편적인 가치라고 한다. 이러한 가치는 금전적 욕구 · 육체적 쾌락 · 개인의 즐거움 등과 같은 한시적인 가치보다 우선적으로 선택할 필요가 있다. (기본적 가치/보편적 가치, Basic 고교생을 위한 사회 용어사전, 2006. 10. 30. (주)신원문화사)

6) 인류학자 (Donald Brown 1989)의 저서『 Human Universals(1991) 』에 따르면 인류가 공통적으로 가지고 있는 인류 공통 사항이라는 것이 존재하는데 68가지 특징을 밝혔다. 그는 이를 인류의 보편성(Human Universals)이라고 부른다. 인류의 보편성이란 사람이라면 인종과 상관없이 행하는 공통적인 일들이라고 서술하였다. 예를 들면 '위생 관념', '망자에 대한 애도', '위계질서', '음악', '언어' 등이 그것이다. 이를 인간 본성을 들여다 볼 수 있는 창으로 사용 할 수 있다고 하였다.

속담은 민중의 생활경험에서 나온 간결하고 비유적인 표현으로 된 관용구로, 다음과 같은 특징을 지니고 있다.

첫 번째는 간결한 표현이다. 속담은 옛날부터 사람들의 입에서 입으로 전해 내려오면서 간결하게 다듬어진 말로써 간결성을 매우 중요시 하고 있다. 속담을 사용 발전 시켜온 사람들이 빈부, 나이의 차별이 없는 대중이기 때문에 속담은 쉽게 알아들을 수 있어야 하고 쉽게 기억에 남아야 한다. 설명이 필요 없는 간결한 말로서, 논리적으로 이해하기보다는 직감에 호소하는 속담은 짧은 형식을 갖게 되는 것은 당연하다. 그러므로 속담의 특성 중에서 가장 중요한 특성이 간결성이다. 때로는 주어도 수식어도 없고, 때로는 서술어도 없다. 그리고 속담이 역사성을 지니고 있고 오랫동안 구전되어 온 것이기 때문에 여러 사람들의 입에 오르내리면서 필요 없는 부분, 또는 없어도 될 말들은 자연히 없어진 것이다.

두 번째는 언어적 기교가 다채롭다. 속담은 상대의 관심을 끌고 강한 인상을 줄 수 있는 기교가 필요하다. 흔히 시나 문학작품에 쓰이는 비유법, 대조법 등이 속담에 흔히 보인다. 이런 점에서 속담은 민중 자신이 만들고 참여하는 문학작품이라고까지 말한다. 비유법은 각 민족, 각 언어의 속담에서 공통적인 예술특징이고 가장 중요한 요소이다. 속담은 대부분 그것이 나타내는 글자 그대로의 겉 뜻과 그 속에 드러나는 비유적 또는 암시적 뜻이 있다. 이렇게 비유의 표현이 많이 쓰이고 있는 것은 우리의 주관적인 인상이나 감정적 판단이 듣는 사람에게 쉽게 받아들여지기 때문이다. 속담은 비유를 사용함으로써 감정을 강하게 인상적으로 표현할 수 있다. 비유법은 추상적인 사상을 구체적인 사물에 빗대어 나타내고 표현효과를 높인다.[7] 한국과 브라질 두 나라의 속담 중 많은 속담들이 비유법을 쓴다. 속담에서 비유법은 다른 표현수법에서 표현할 수 없는 효과를 얻을 수 있다. 그리고 사람들이 잘 아는 사물을 가지고 비유해서 사람들에게 심각한 도리를 알려준다.

세 번째는 구체성이다. 속담은 일반적으로 추상적 표현보다는 구체적이고 감각적으로 표현하려는 경향이 있다. 그 구체적인 표현법의 하나가 수량을 명시하여 추상적인 내용을 구체적으로 표현한 것이다.

네 번째는 도덕성, 교훈성이다. 속담에서 가장 중요한 부분이라고 생각할 수 있다. 옛말에 '어른 말을 들으면 자다가도 떡이 생긴다.' 라는 말이 있듯이 속담은 한 시대, 한 사회의 구성원들이 끊임없는 시행착오를 겪으며 깨달은 인간생활의 도덕적, 종교적, 철학적 정수이다.

인생에 필요한 규율과 처세의 교훈이 담겨져 있기 때문에 사람들의 수양과 처세의 지침이 되고 있다. 무릇 속담은 교훈적인 성격을 띠고 있다고 할 수 있는데 만약 속담 속에 들어있는 진리가 교훈적인 면을 갖추고 있지 않다면 그것은 엄밀한 의미에서 속담이 될 수 없다.

다섯 번째는 사회성 및 시대성이다. 속담의 생성과 정착 과정으로 볼 때, 속담은 그것이 생성된 사회와 시대의 소산물로서 언중의 공감과 대중적지지 속에서 창조와 소멸을

7) ,『세계속담대사전』, 한양대학교, 1998 p.8-16.

끊임없이 반복하며 그 중 살아남은 표현만이 생명력을 유지하고 있는 것이다. 따라서 생성된 지역의 향토성과 생성당시의 사회상 및 시대상을 그대로 반영하고 있다고 할 수 있다.

여섯 번째는 통속성이다. 속담은 사회를 구성하는 각 계층 민중들의 일상적인 삶 속에서 생성되어 언중사이에서 광범위하게 쓰이며 구전 전승되고 있다. 따라서 속담을 구성하고 있는 소재는 생활 주변에서 쉽게 접할 수 있는 것들이고 표현에 있어서도 고상하고 우아하기 보다는 대중적으로 누구에게나 쉽게 이해되고 전달 될 수 있도록 평이하고 통속적인 것이 특징이다.[8)]

## Ⅲ. 한국과 브라질의 다양한 속담비교

우리 속담에 '한번 엎지른 물은 다시 주워 담지 못 한다.'라든가, '쑨 죽이 밥 될까.'라

8) , 『중한 속담의 민족적 특성 비교』, 한어문교육, 2009, p.160-164.

고 한 말이 있다. 이에 해당되는 브라질의 속담에는 'Não adianta chorar pelo leite derramado.'직역하면 '우유를 엎지르고 울어봐야 소용이 없다.'라고 말할 수 있다. 이런 우리 속담과 브라질 속담의 뜻은 '일단 저지른 잘못은 회복하기 어렵다.' 로 두 나라의 속담이 같은 의미로 쓰임에 있어서 그 표현방식이 거의 같다는 것을 알 수 있으며, 다만 다른 것이 있다면 지시하는 대상의 차이 물과 우유 의 차이 뿐임을 알 수 있다.[9] 어떤 현상이 발생했을 때 그 현상을 보는 사람 각자의 개성, 주위환경, 기후, 사회적 조건, 역사적 전통적 관습들에 따라서 객관적 판단의 기준이 달라진다. 이러한 객관적 판단은 같은 사회적 조건에 있는 같은 민족들끼리 사이에서는 역시 일치될 수 있으며, 다른 민족은 다른 민족 나름으로 그들의 사이에서 일치될 수 있다. 이러한 판단은 각기 그 의식구조를 형성하며, 가치판단의 기준을 세우게 된다.[10] 어떤 상황을 묘사함에 있어 우리는 '물을 쏟는 것'으로 표현하고 브라질사람들은 '우유를 쏟는 것' 으로 표현 하였지만 속담 본질적인 의미의 차이는 그렇게 크지 않은 것이다. 이러한 관점아래서 더 많은 사례들을 계속해서 비교 해 볼 것이다.

<표 1. 한국과 브라질의 속담비교>

| No. | 속담 | 직역 | 한국 속담 | 의역 및 해설 |
|---|---|---|---|---|
| 1. | • Agua mole em pedra dura tanto bate até que fura. | • 약한 물로 벽이 뚫릴 때 까지 계속 친다. | • 우물을 파도 한 우물을 파라. | • 한 가지 일을 끝까지 하면 성공한다. |
| 2. | • Fazer tempestade em copo d'água. | • 찻잔에 태풍 난 듯이. | • 정이 많으면 빨리 늙는다.<br>• 자도 걱정 먹어도 걱정. | • 쓸데없는 잔걱정을 할 필요가 없다. |
| 3. | • Quem espera sempre alcança. | • 항상 염두에 두고 있으면 기필코 달성한다. | • 걸음새 뜬 소가 천 리를 간다. | • 꾸준히 인내하면 큰 성과를 낼 수 있다. |
| 4. | • Quem ri por ultimo ri melhor. | • 마지막을 위해 웃는 것이 최고의 웃음이다. | • 마지막에 웃는 자가 최후의 승자. | • 현재의 성공에 자만하면 안 된다. |
| 5. | • Após a tempestade vem a bonança. | • 태풍이 온 뒤에 맑아진다. | • 비온 땅이 굳어지다.<br>• 고생 끝에 낙이 온다. | • 어떤 시련을 겪은 뒤에 더 강해진다. |

9) 주로 아침식사로 빵과 'café com leite' 라는 우유를 넣은 커피로 아침을 시작 한다. 이와 같은 문화와 속담비교로 한국사회보다 브라질사회에서의 우유의 섭취량이 더 많은 것을 알 수 있다.

10) 송영규, 『한국, 프랑스 속담 비교론』, 응용언어학, 1983, p.153.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 6. | • Em rio que tem piranha, jacaré nada de costas. | • 피라냐가 있는 강에 악어는 등으로 간다. | • 죽은 게도 발을 맨다. | • 잘 아는 일도 세심하게 주의해야한다. |
| 7. | • Nem tudo o que reluz é ouro. | • 번쩍이는 것은 전부 금이 아니다. | • 고기는 씹어야 맛을 안다. | • 무엇이든 바로 알려면 실제로 겪어 보아야 한다. |
| 8. | • Nem tudo o que reluz é ouro. | • 번쩍이는 것은 전부 금이 아니다. | • 돌다리도 두들겨 보고 건너가라. | • 잘 아는 일이라도 세심하게 주의해야 한다. |
| 9. | • Mais vale um pássaro na mão que dois voando. | • 손에 있는 한 마리 새는 날고 있는 두 마리 보다 더 가치가 있다. | • 남의 돈 천 냥이 내 돈 한 푼만 못하다. | • 적고 보잘것없는 것이라도 자기가 직접 가진 것이 더 낫다. |
| 10. | • Não se julga um livro pela capa. | • 표지만보고 책을 판단하지마라. | • 물은 건너보아야 알고 사람은 지내보아야 안다. | • 사람은 겉만 보고는 알 수 없다. |

속담의 여러 특성 중 가장 중요한 부분은 교훈성이다. 교훈이란 앞으로의 행동이나 생활에 지침이 될 만한 것을 가르침을 뜻 한다. <표 1.>은 Ⅱ장에서 나온 속담의 특성 중 네 번째 특성인 교훈성에 조금 더 중점을 둔 속담들이다.

1.과 3.을 보면 인내에 대한 교훈이 나온다.

<표 1.>의 1.

• Agua mole em **pedra** dura tanto **bate** até que fura.

(약한 물로 **벽**이 뚫릴 때 까지 계속 **친다.**)

• **우물**을 파도 한 우물을 **파라**.

'우물' = '벽'

그 중 <표 1.>의 1. 속담을 살펴보면 '우물을 판다'거나 '벽을 판다' 는 핵심 단어는 다르지만 두 가지의 속담 모두 어떤 어려움과 괴로움을 참고 견디며 인내하면 언젠가는

그에 따른 보상이 온다는 인내의 뜻을 가지고 있는데, 여기서의 인내 뒤의 보상이 사회의 구성원들에게 보편적이고 공통적인 진리로 통용된다는 것이다.

속담은 말 했다시피 민족마다 전해 내려오는 말인데 속담을 보면 한국이나 브라질이나 옛 조상부터 내려오는 가르침이 거의 같다는 것을 볼 수 있다. 속담은 생활에서 얻은 경험, 교훈, 규율 등을 위주로 한 것이 많다. 왜냐하면 객관적인 세계에서의 이런 규율들은 민족에 따라서 다른 것이 아니기 때문이다. 이것은 전해 내려온 문화가 같다고 보기 보다는 사람의 경험에서 우러나와서 느낀, 사람이 가져야하는 보편적인 생각이 같다고 볼 수 있는 것이다.

<표 1.>의 8.

- Nem tudo o que reluz é ouro.
  (번쩍이는 것은 전부 금이 아니다.)

- 돌다리도 두들겨 보고 건너가라.

브라질 속담인 '번쩍이는 것은 전부 금이 아니다.'는 한국 속담인 '돌다리도 두들겨 보고 건너가라.' 와 뜻이 비슷하다. 8.의 뜻으로 보면 멀리서 봤을 때 번쩍이는 것이 가치 있는 금 일지 아무가치가 없는 번쩍이기만 하는 금속 인지는 주의 하여 보지 않으면 모른다는 것이다. 이와 같은 뜻의 한국 속담은 돌다리처럼 그냥 봤을 때 제대로 된 다리일지라도 직접 건널 때는 그냥 돌멩이라서 잘못 밟아 강에 빠지게 됨으로 세심하게 주의 해라는 교훈의 뜻을 가지고 있다.

또한 <표 1.>의 9. 와 10. 에서는 한국 속담과 브라질 속담 둘 의 구성이 'A하지 말고 B해라.', 'A보다는 B다.' 이렇게 앞의 A를 부정하고 뒤의 B를 더 중요시하게 하여 B를 행하게 하는 전형적인 교훈이 담긴 속담의 구성이 같다는 것을 알 수 있다.

<표 1.>에서 '인내'만의 교훈이 아닌 '자만하지 마라.', '작은 일에 큰 힘을 쏟지 마라.', '세심하게 살펴라.' 등 여러 교훈들도 표현이나 단어, 구조의 차이는 있지만 한국 사람과 브라질 사람 이 말하는 그 본질적인 의미는 같다고 볼 수 있다.

<표 2. 한국과 브라질의 속담비교>

| No. | 속담 | 직역 | 한국 속담 | 의역 및 해설 |
|---|---|---|---|---|

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1. | • Amigo, amigos, negócios a parte. | • 친구는 친구고 사업은 사업이다. | • 부자간에도 돈을 헤여 주고 받는다. | • 가까운 사이에도 계산은 정확해야 한다. |
| 2. | • Dize-me com quem andas e te direi quem és. | • 당신이 누구와 사귀는지 나에게 말하면 당신이 어떤 사람인지 말하겠다. | • 친구 따라 강남 간다. | • 사람은 사귀고 있는 그 친구를 보고 알 수 있다. |
| 3. | • Peixe fora dágua. | • 물 밖의 고기. | • 산 밖에 난 범이요 물 밖에 난 고기라. | • 자기 능력을 발휘할 수 없는 처지에 빠졌다. |
| 4. | • Não há bem que sempre dure, nem mal que nunca se acabe. | • 영원히 계속되는 좋은 일도 없고, 끝나지 않는 나쁜 일도 없다. | • 하늘도 끝 갈 날이 있다.<br>• 뻗어 가는 칡도 끝이 있다. | • 무슨 일이든지 끝이 있다. |
| 5. | • Em terra de cego, quem tem um olho é rei. | • 장님의 땅에서는 눈이 하나 있는 사람이 왕이다. | • 호랑이 없는 골에 토끼가 왕 노릇 한다. | • 뛰어난 사람이 없는 곳에서 보잘것없는 사람이 득세한다. |
| 6. | • A quem tem dinheiro, não lhe falta companheiro. | • 돈 있는 사람은 친구가 부족하지 않다. | • 돈만 있으면 귀신도 사귄다. | • 사람을 보지 않고 돈을 보고 온다. |
| 7. | • Não ponha o carro na frente dos bois. | • 소 앞에 수레를 놓지 마라. | • 나그네 주인 쫓는 격. | • 주객이 전도되다. |
| 8. | • Quem guarda, tem. | • 누가 가지나에 따라. | • 돈이 돈을 번다. | • 돈이 많은 사람이 그 이익을 통하여 돈을 더 벌 수 있다. |

<표 2.>1. 과 2. 와 아래의 <표 3.>의 4. 와5. 의 속담들의 주제는 Ⅱ장에서 나온 속담의 특성 중 다섯 번째 특성인 사회성 및 시대성이 나타난다. 사람은 사회적 동물로서 다른 사람들과의 관계 속에 살아간다. 사람은 성장해 가면서 부모와 가족의 테두리에서 벗어나 보다 넓은 사회적 접촉을 하게 된다. 살아가면서 자신이 만나는 여러 사람들은 한 인간의 사회성 및 성격 발달의 가장 중요한 매개자 역할을 수행한다. 우리나라 옛 사자성어에는 '근묵자흑' 이란 말이 있다. '검은 먹을 가까이 하면 검어진다는 뜻.'으로 사람은 주위환경에 따라 변할 수 있다는 것을 나타낸 말이다. 훌륭한 사람을 만나면 그 사람의 행실을 보고 배움으로써 자연스럽게 닮게 되고, 나쁜 사람과 어울리면 보고 듣는 것도 좋지 않은 것뿐이어서 자신도 모르게 닮아간다는 것이다. 그래서 어른들은 예로부터 친구를 잘 두어야 한다고 항상 말씀하신다. 그 보고 배우는 매개자 역할이 주로 친구가 많기 때문이다. 그러므로 자연스럽게 친구에 관한 속담도 많고 중요하게 전해져 내려온다.

<표 3. 한국과 브라질의 속담비교>[11]

| No. | 속담 | 직역 | 한국 속담 | 의역 및 해설 |
|---|---|---|---|---|
| 1. | • Contar com os ovos dentro da galinha. | • 계란 안에 닭인지 계란인지 계산하라. | • 떡 줄 사람은 꿈도 안 꾸는데 김칫국부터 마신다. | • 해 줄 사람은 생각지도 않는데 미리부터 다 된 일로 알고 행동한다. |
| 2. | • Gato escaldado tem medo de água fria. | • 끓는 물에 맞은 고양이 찬 물에 겁낸다. | • 자라보고 놀란 가슴 솥뚜껑 보고 놀란다.<br>• 뜨거운 물에 덴 놈 숭늉 보고도 놀란다. | • 어떤 사물에 몹시 놀 사람은 비슷한 사물만 보아도 겁을 낸다. |
| 3. | • Por fora bela viola, por dentro pão bolorento. | • 겉은 아름다운 비올라, 속은 곰팡이 핀 빵이다. | • 속빈 강정이다.<br>• 빛 좋은 개살구. | • 겉만 그럴듯하고 실속이 없다. |
| 4. | • Vinho e amigo, o mais antigo. | • 와인과 친구는 오래된 것이 좋다. | • 장은 묵은 장맛이 좋다. | • 친구는 오래 사귄 친구일수록 정이 두텁고 깊어서 좋다. |
| 5. | • Dinheiro compra pão, não compra gratidao. | • 돈으로 빵은 사도 마음은 살수 없다. | • 돈으로 비단은 살 수 있어도 사랑은 살 수 없다.<br>• 사람 나고 돈 났지 돈 나고 사람 났나. | • 사람의 마음은 돈으로 살 수 없다. |
| 6. | • Quem não tem cão caça com gato. | • 사냥개가 없으면 고양이로 사냥한다. | • 꿩 대신 닭.<br>• 봉 아니면 꿩이다. | • 적당한 것이 없을 때 그와 비슷한 것으로 대신한다. |

Ⅱ.장의 속담의 특성 중 여섯 번째의 특성인 사회성과 통속성을 통해서도 각 나라의 특성을 비교 할 수 있다. 결론적으로 보면 속담의 뜻으로는 두 나라가 같은 뜻을 담고 있다. 하지만 아까와 마찬가지로 그 속담의 단어와 구조의 차이가 나타나는데, <표 3.>의 속담에서는 그 단어와 구조의 차이가 조금 더 나타난다. 속담은 그 민족의 사회적 소산이다. 속담은 한 민족의 생활 모습과 삶의 지혜를 단적으로 반영할 뿐만 아니라, 민족의 상징으로 나아가기도 한다. 속담은 그 민족, 그 국가의 정신, 재질, 지향, 풍속, 신앙, 제도, 인정 등의 자기 민족의 형성발전과정과 역사, 생활방식 등 여러 밀접한 관계를 가진 것들을 과거와 현재에 걸쳐 축소하여 응결하여 반영한 것이다. 특히 민족의

11) 속담과 브라질의 여러 가지 속담들을 찾아보면 동물들이 관련된 속담들이 많이 나온다. 그리고 그 동물이 관련된 속담의 수를 비교해보면 브라질의 속담들이 한국의 속담보다 더욱 많다. 그리고 동물들의 종류도 개, 고양이부터 새, 악어 등 다양한 동물들이 나온다. 이는 브라질이란 나라의 지형적 특징 때문인데 북부지방에는 세계 최대의 밀림인 아마존 숲이 있고, 중부에는 세계 최대의 늪지대인 판타날이 위치하고 있다. 그리고 남부지방에는 브라질 카우보이라 불리는 가우슈 문화가 평야지대에 자리 잡고 있다. 이처럼 강, 바다, 숲, 늪지, 평야 등 다양한 지형이 존재하고 그 지형에는 다양한 동물들이 존재하기 때문에 그만큼 다양한 동물에 관련된 속담들도 자연스럽게 만들어지고 사용되어 왔다.

심리 감정에 있어서 더욱더 특색 있게 표현한다.[12)]

<표 1.>의 6.에서 보면 '세심하게 주의하라.'는 교훈을 각 나라의 독특한 환경을 알 수 있는 속담으로 만들어 내는데 한국 속담은 '죽은 게도 발을 맨다.'라는 속담에서 알 수 있듯이 옛날부터 어업에 종사하여 게를 많이 볼 수 있는 환경에 있다. 여기서 죽은 게들을 다루다가 혹시나 그 게 중 살아있는 게에게 물릴 수도 있기 때문에 발을 묶는다는 속담이 나오게 되었다. 이에 같은 뜻을 가진 브라질 속담은 '피라냐가 있는 강에 악어는 등으로 간다.'인데 브라질의 유명한 강인 아마존 강에는 악어와 피라냐들이 많이 산다. 여기서 악어들이 강을 헤엄쳐서 건널 때 그냥 헤엄쳐서 가면 혹시나 부드러운 배 부분을 피라냐들이 물어뜯을 수 있기 때문에 딱딱한 등으로 안전하게 건너간다. 두 속담 다 결과적으로 보면 '세심하게 주의하라.'라는 교훈이지만 속담을 풀어낼 때 그 나라의 독특한 환경을 인용하여 속담을 만들었다.

<표 3.>에서는 한국과 브라질의 사람들이 주로 접하는 물건들로 속담이 구성되어져 있다. 1. 3. 4. 같은 경우에는 음식들이 속담의 핵심 단어들인데, 1.에서의 계란은 직접 보기 전에 는 닭인지 달걀인지 모르는 계란의 속성으로 사람이 조급하면 안 된다는 교훈을 알려준다.

<표 3.>의 3.

• Por fora **bela viola**, por dentro **pão bolorento**.
(겉은 아름다운 비올라, 속은 곰팡이 핀 빵이다.)

• **빛 좋은 개살구**.

'아름다운 비올라' = '빛이 좋다.'
'곰팡이 핀 빵' = '개살구'

위의 속담 두 가지를 보면 한국에서는 개살구, 브라질에서는 곰팡이 핀 빵이 핵심 단어이다. '빛 좋은 개살구'는 개살구가 아무리 잘 익어도 먹지 못한다는 데서 유래 됐는데, 살구보다 맛이 시고 떫어서 먹기가 어렵기 때문이다. 겉은 단맛이 나는 살구와 비슷하여 겉의 모습만 봐서는 달콤한 살구 같지만 막상 먹어보면 떫은 개살구라는 것이다.

브라질의 속담에서는 '아름다운 비올라' 라는 뜻은 옛날 브라질에서 부잣집은 보통 악기를 하나씩 가지고 있었다고 한다. 그 악기중 하나가 비올라인데 만약 멋진 비올라를 가지고 있다고 하면 부자라고 볼 수 있다는 것이다. 하지만 속담의 핵심 단어인 '속은

12) , 『중한 속담의 민족적 특성 비교』, 한어문교육, 2009, p.165.

곰팡이 핀 빵' 으로 부자인줄 알았던 사람이 곰팡이 핀 빵이나 먹는 거지 일줄 몰랐다는 것이다.

여기서 알 수 있듯이 각 나라의 생활모습이 다름으로 인하여 핵심 단어도 다르지만 뜻은 '겉만 그럴듯하고 실속이 없다.' 라는 같은 뜻을 가지고 있다.

<표 3.>의 4.

• Vinho e amigo, o mais antigo.
(**와인**과 친구는 오래 된 것이 좋다.)

• **장**은 묵은 장맛이 좋다.

'와인 = 장'

또한 4.를 살펴보게 되면 친구에 관한 속담인데 '친구는 오래 사귄 친구일수록 정이 두텁고 깊어서 좋다.' 라는 뜻을 가지고 있다. 하지만 이 오래된 친구를 표현함 있어서 한국과 브라질의 핵심 단어가 달라지는데 한국에서는 '장'으로 표현하였고 브라질에서는 '와인'으로 표현하였다. '장'과 '와인'은 오래 묵혀둘수록 그 맛이 좋아지는 음식으로 유명하다. 각 나라에서 자주 먹고 오래 묵혀둘수록 맛이 나는 '장'과'와인'을 친구의 우정과 비교할 때 사용함으로써 그 단어를 아는 사람 누구나 이 속담을 알려주면 그 뜻을 쉽게 알 것 이다.

<표 3.>의 2.

• Gato escaldado tem medo de **água fria**.
(끓는 물에 맞은 **고양이 찬 물**에 겁낸다.)

• 뜨거운 물에 덴 **놈 숭늉** 보고도 놀란다.

'고양이' = '사람'
'찬 물' = '숭늉'

<표 3.>의 2. 에서는 두 나라 다 '뜨거운 물'이라는 단어를 사용 했지만 그 물을 맞는 대상이 '사람'과 '고양이'로 다르다. 그리고 한국에서 옛날에 흔히 먹었던 '숭늉'을 사용하였고 브라질에서는 '찬물'을 사용하였다. 여러 단어가 다르게 사용되었지만 결과적으로는 '숭늉'과'물'에 겁을 낸다던지 놀라게 됨으로써 '어떤 사물에 몹시 놀란 사람은 비

슷한 사물만 보아도 겁을 낸다.'라는 두 나라 다 부정적인 결과를 나타낸다.

<표 3.>의 5.

• Dinheiro compra **pão**, não compra gratidao.
(돈으로 **빵**은 사도 마음은 살수 없다.)

• 돈으로 **비단**은 살 수 있어도 사랑은 살 수 없다.

'빵' = '비단'

<표 3.>의 5. 에서는 돈만 있다면 쉽게 구할 수 있는 '비단'과'빵'을 사용함으로 인해 그 나라의 보편적으로 생활 속에서 사용하는 물건들을 알 수 있고, '사람의 마음'이나 '사랑'은 돈으로 살 수 없다는 것이 한국이나 브라질 두 나라 모두 보편적이고 공통적인 진리라는 것을 알 수 있다.

<표 3.>의 6.

• Quem não tem **cão** caça com **gato**.
(**사냥개**가 없으면 **고양이**로 사냥한다.)

• **꿩** 대신 **닭**.

'사냥개' = '꿩
'고양이' = '닭'

<표 3.>의 6.에서는 한국 속담으로 봤을 때, 봉 아니면 꿩으로 꿩이 없으면 닭으로 단순히 '대체할 것이 있다.' 라는 뜻을 가졌지만 브라질 속담으로 깊숙이 보면 브라질의 국가의 정신과 역사, 생활방식을 알 수 있다.

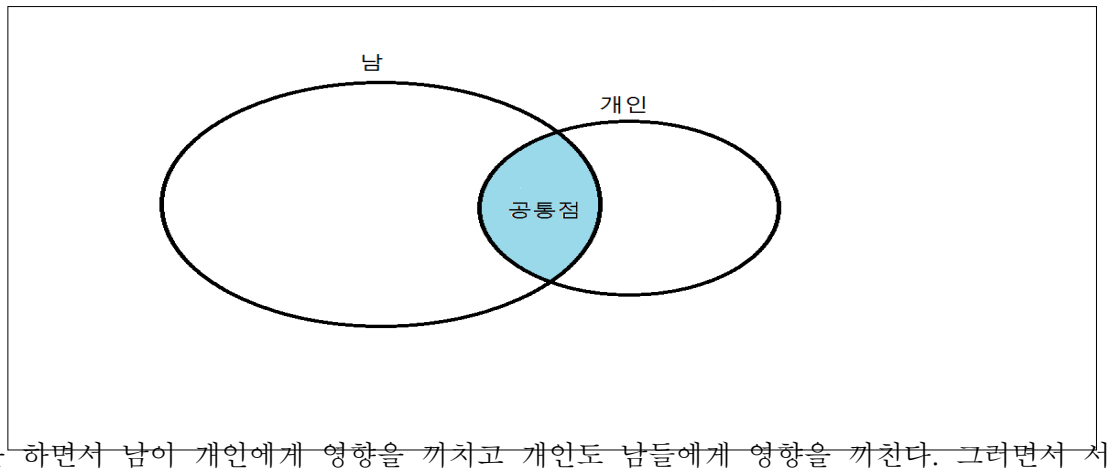
브라질에서는 '제이칭뉴'(jeitinho) 라는 말이 있다. 이 뜻은 브라질 말로 '방법'(jeito)이란 말의 축소형으로 보통 '편법'이나 '유연성'을 나타낸다. '사냥개가 없으면 고양이로 사냥한다.'라는 말에서 알 수 있듯이 사냥개가 없다면 고양이를 쓰면 된다. 이것이 아니면 저것으로 하면 된다. 어떻게든 해내기만 하면 된다는 의미로 좋게 생각하면 브라질

사람들의 삶의 요령인 것이고 하나의 문화인 것이다. 단순히 언어가 아니라 브라질 사람들의 행동, 문화, 생각으로 까지 설명 할 수 있는 것이 브라질 사람들의 '제이칭뉴'[13] 이다. 이처럼 속담하나로도 크게 그 나라의 정신과 문화를 알 수 있다.

## 결론

<그림 1. 사회의 개념도>

<그림 1.>은 필자가 생각하는 사회의 개념도이다. 그림을 보면 큰 사각형의 틀은 사회이고 그 안의 큰 원과 작은 원은 각각 남과 개인을 나타낸다. 남과 개인은 사회생활




을 하면서 남이 개인에게 영향을 끼치고 개인도 남들에게 영향을 끼친다. 그러면서 서로의 공통점과 차이점이 나타나게 된다. 여기서 나는 개인과 남 사이에 나타나는 공통점 즉, 보편성을 찾아내고자 하였고 그 보편성을 큰 관점으로 보아 국가와 국가로 한국과 브라질이란 두 개의 나라에서 나타나는 보편성으로 까지 넓혀보았다.

지금 우리는 지리적 국경이 의미가 없는 글로벌 시대에 살고 있다. 많은 사람들이 해외에서 직장을 다니거나 유학생, 관광객으로 해외에 체류하고 있고, 또한 수많은 외국인들도 국내에 체류하면서 언어와 문화가 다르지만 서로 상호작용을 하고 있다. 이런 시대가 오기 전에는 서로 각각의 문화권에서만 교류하며 살아온 사람들이 오늘날에는 서로 국경을 넘어 교류하고 있는 것이다. 하지만 당연히 언어와 문화가 다름으로 인해 서로 낯설고 적응하는데 문제가 많다. 이런 낯설음을 깨기 위하여 그리고 더 나아가 국가 간의 더 활발한 교류를 위해서는 각자의 문화들을 이해해야 할 것이며 이해의 첫걸음을 내딛기 위해서는 서로의 공통점을 찾아가는 것부터 시작해야 할 것이다.

세상은 사람들의 보편성보다는 다양성을 더 중요하게 여길지도 모른다. 하지만 위와

13) '　　'(jeitinho) 에 대한 자세한 논의는 임두빈『일상에서 교환되는 '브라질 제이칭뉴'(jeitinho Brasileiro)의 사회•문화적 기능에 대한 고찰』(2010).을 참고.

같은 생각을 가지고 필자는 포르투갈어를 공부하는 사람으로서 또한 한국과 브라질의 활발한 교류를 원하는 사람으로서 교류를 위한 서로의 문화의 이해를 위해 속담이라는 주제를 가지고 비교해 봤는데 생각보다 수많은 속담들이 구성도 비슷하고 뜻도 비슷한 것들이 많았다. 이는 한국 사람과 브라질 사람들의 생각이 비슷하기 때문이라고 생각한다. 또한 한국과 브라질사람들이 서로의 문화를 쉽게 이해 할 수 있을 것이라고 생각한다.

필자가 브라질에서 어학연수를 할 때 같이 공부를 하던 브라질친구들과 축구를 한 적이 있다. 당시 4:2로 지고 있었는데 시간도 5분이 채 남지 않았었다. 다들 포기하고 있었는데 “Quem ri por ultimo ri melhor.”, “마지막에 웃는 자가 진정한 승자다. 마지막 5분 뒤에 웃는 건 우리가 될 것이다.” 라고 응원을 한 적이 있었다. 그러자 브라질 친구들이 외국 사람이 어떻게 그런 말도 아느냐고 깜짝 놀랐다. 신기하게도 그 말이 힘이 되었는지 남은 5분 동안 2골을 넣었고 승부차기까지 가는 접전 끝에 그 경기를 이긴 적이 있었다. 나중에 친구들이 경기가 끝나고 하는 말이 외국 사람이 자기네 속담을 쓰는 것을 보고 신기했다고 하고 그 말을 듣고 묘한 오기가 생겨서 죽을힘을 다해 뛰었다고 한다.

또한 미래의 어느 한 한국인 사원이 브라질로 출장을 갔을 때 서로의 회사 간의 계약 조건이 맞지 않아 거래가 막히고 있다고 가정해보자. 이때 브라질 사람들에게 “Não adianta chorar pelo leite derramado.” 라고 말하며 자기 회사와의 거래가 취소되고 그 뒤에 아쉬움에 후회해 보아도 소용이 없다고 농담으로 속담을 사용한다면 이제껏 막막했던 분위기가 풀리며 그 뒤부터 부드럽게 일이 진행 될 수도 있을 것이다.

혹시 한국에서 지내다가 외국인들과 대화한 적이 있지 않은가? 그 외국인이 어색하지만 우리나라의 존댓말로 무엇인가 질문을 했다고 생각을 해보자. 대부분의 사람들은 분명 그 외국인의 질문에 최대한 성실하게 또 기분 좋게 대답을 해 줄 것이다. 왜냐하면 그 외국인이 먼저 우리나라의 존댓말 문화를 이해하고 용기를 내서 한발 나서서 다가왔기 때문일 것이다. 이처럼 문화의 이해와 교류는 작은 것으로부터 시작된다고 생각한다. 그리고 이 작은 것에 본 연구가 조금이라도 도움이 되었으면 좋겠다.

## 참고문헌

1. 단행본 및 논문

송영규 (1983). 『한국・프랑스 속담 비교론』, 응용언어학, (1), p.153-174.

강성영 (2000). 『프랑스어 속담과 우리말 속담의 구문상 특성 비교』, 한국프랑스학논집, (31), p.17-30.

Roberto (2000). 『Dicionário de Provérbios. Francês - Português - Inglês. 』, CONTEXTO.

강성영 (2001). 『의미・화용론적 관점에 의한 프랑스어 속담과 우리말속담 비교 연구』 한국프랑스학논집, (34), p.1-20.

황경자 (2002). 『속담의 의미와 기능』, 태학사.

강준만 (2007). 『한국인 코드』, 인물과사상사.

요네하라 마리 (2007). 『속담인류학 : 속담으로 풀어 본 지구촌 365일』, 이코노미스트.

김명화 (2009). 『중한 속담의 민족적 특성 비교』, 한어문교육, (21), p.157-177.

강성영 (2010). 『프랑스와 우리나라 동물속담에 있어 의미적 대응속담들에 대한 연구』, 프랑스어문교육, (33), 135-155.

문지영 (2010). 『한・중・일 교량관련 속담비교연구』, 대한토목학회지, 58(1), p.117-124.

임두빈 (2010). 『일상에서 교환되는 '브라질 제이칭뉴'(jeitinho Brasileiro)의 사회・문화적 기능에 대한 고찰』, 포르투갈-브라질연구, 7(1).

Reis, Jose Alves (2010). 『Proverbios e ditos populares』, Litexa Editora.

최윤희 (2013). 『문화 간 커뮤니케이션』, 커뮤니케이션북스(주).

김두영 (2013). 『올 댓 브라질』, 매일경제신문사.

정수복 외 (2014). 『사회를 말하는 사회 : 한국사회를 읽는 30개 키워드』, 북바이북.

2. 인터넷 자료

http://stdweb2.korean.go.kr/main.jsp (국립국어원 표준국어대사전. 검색일 : 2015. 11. 01)

http://www.sitedecuriosidades.com/curiosidade/quais-os-proverbios-mais-populares-no-brasil.html (검색일 : 2015. 11. 01)

https://falabonito.wordpress.com/2007/03/14/proverbios-e-ditos-populares/ (검색일 : 2015. 11. 01)